

# COOL | FACTS 2021



TIEFKÜHL  
MARKT



ZAHLEN  
DATEN  
FAKTEN



Deutsches  
Tiefkühlinstitut

# INHALT

<b>Tiefkühlkost im Aufwärtstrend</b>	3
<b>Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlprodukte</b>	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	4
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	5
Bedeutung nach Produktgruppen	6
3-Jahresvergleich	7
<b>Absatz Lebensmittelhandel Tiefkühlprodukte</b>	
Bedeutung nach Produktgruppen	8
3-Jahresvergleich	9
<b>Absatz Außer-Haus-Markt Tiefkühlprodukte</b>	
Bedeutung nach Produktgruppen	10
3-Jahresvergleich	11
<b>Langfristige Entwicklung</b>	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	12
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	13
<b>Tiefgekühlt is(s)t besser</b>	14



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 im Aufwärtstrend



Der Absatz von TK-Produkten in Deutschland verzeichnete 2021 einen deutlichen Zuwachs von 3,1 Prozent. Der Pro-Kopf-Verbrauch von TK stieg 2021 wieder um 1,3 Kilogramm auf 46,1 Kilogramm an. In den privaten Haushalten wurden im Durchschnitt 92,3 Kilogramm (2020: 89,8 Kilogramm) tiefgekühlte Lebensmittel verzehrt. Das entspricht einem Zuwachs von 2,5 Kilogramm pro Haushalt. Der positive Trend ist beachtenswert, auch weil sich im letzten Jahr sowohl die Bevölkerungszahl als auch die Zahl der Haushalte erhöht haben.

Nach dem starken pandemiebedingten Einbruch im Vorjahr fand die TK-Branche wieder in die Erfolgsspur zurück. TK konnte im 2. Corona-Jahr 2021 die Tiefkühlabsätze im Handel auf hohem Niveau stabilisieren, im Außer-Haus-Markt wurden wichtige Fortschritte gemacht, aber es konnte noch längst nicht an die Erfolgszeiten vor der Pandemie angeknüpft werden. Der zarte Aufschwung im Außer-Haus-Markt benötigt 2022 eine Verstetigung, um die Einbußen aus 2020 wieder wettzumachen. Die TK-Branche kann 2021 positiv verbuchen, dass die zum Teil neu gewonnenen Kunden dauerhaft von TK überzeugt werden konnten. Das stimmt positiv für die Zukunft.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) – die Kommunikations- und Informationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft und die politische Interessenvertretung der Branche in Berlin – unterstützt seit seiner Gründung 1956 Mitgliedsunternehmen aus allen Bereichen der Tiefkühlkette mit warengruppenübergreifender, markenneutraler Kommunikation und einem regen Erfahrungsaustausch in seinen Netzwerken, um die positive Entwicklung des Tiefkühlmarktes weiter 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 2021**“ bieten Ihnen eine anschauliche Zusammenfassung der aktuellen und langfristigen Marktentwicklung.

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

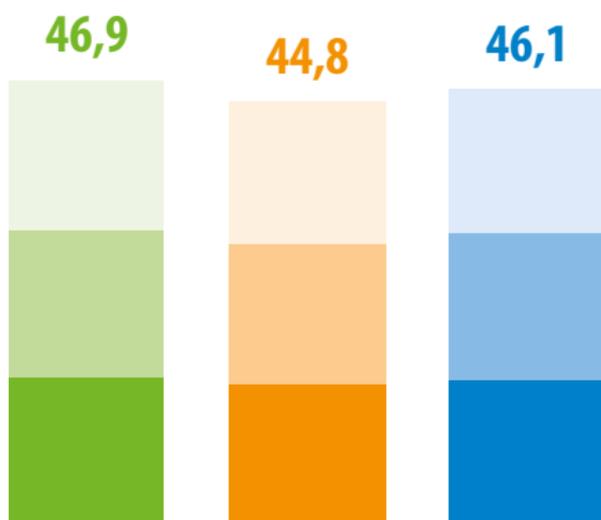
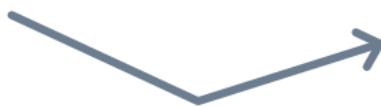
Ihr  Team

# Gesamtmarkt Tiefkühlprodukte

## Pro-Kopf-Verbrauch\*

(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

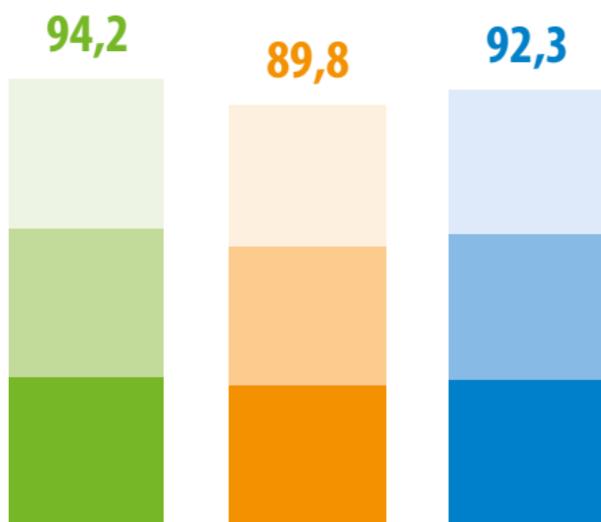
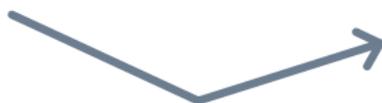
2019 2020 2021



## Pro-Haushalt-Verbrauch\*

(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

2019 2020 2021

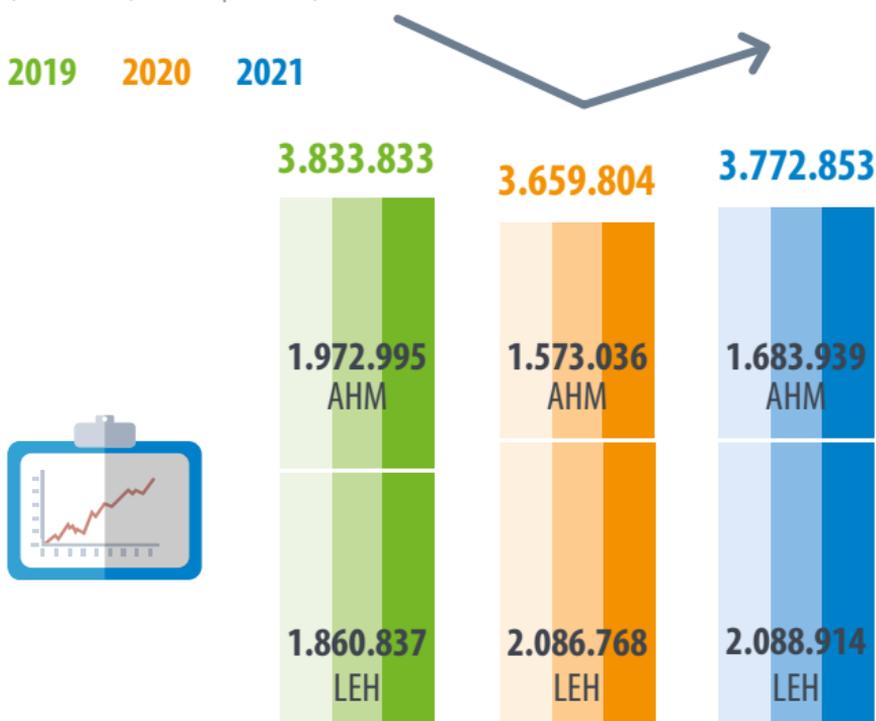


\* Für die Berechnung des Pro-Kopf- und Pro-Haushalt-Verbrauchs wurden die von der GfK verwendeten Bevölkerungs- und Haushaltsdaten des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt.

## Absatzentwicklung

(in Tonnen, ohne Speiseeis)

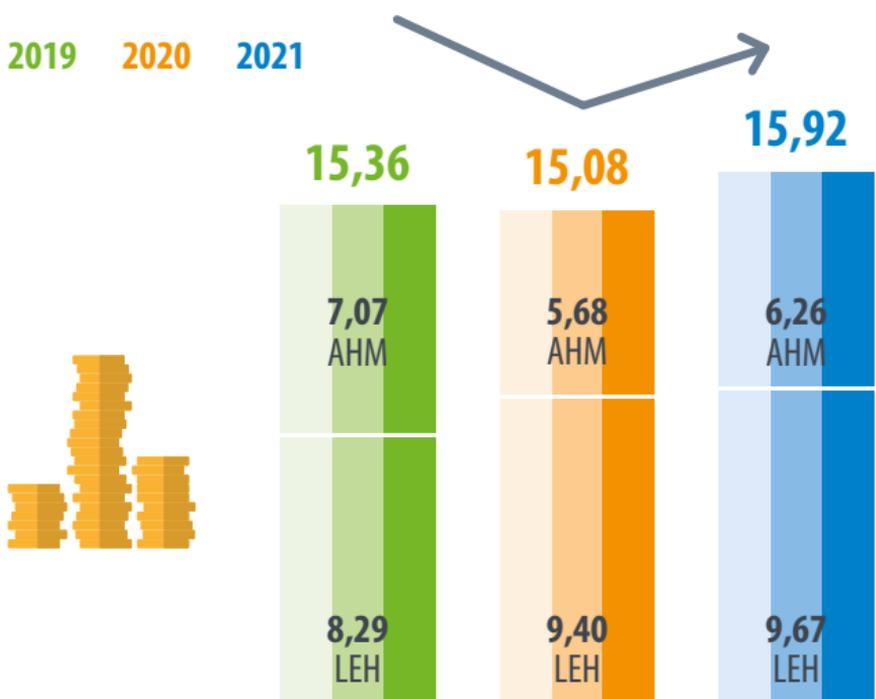
2019 2020 2021



## Umsatzentwicklung

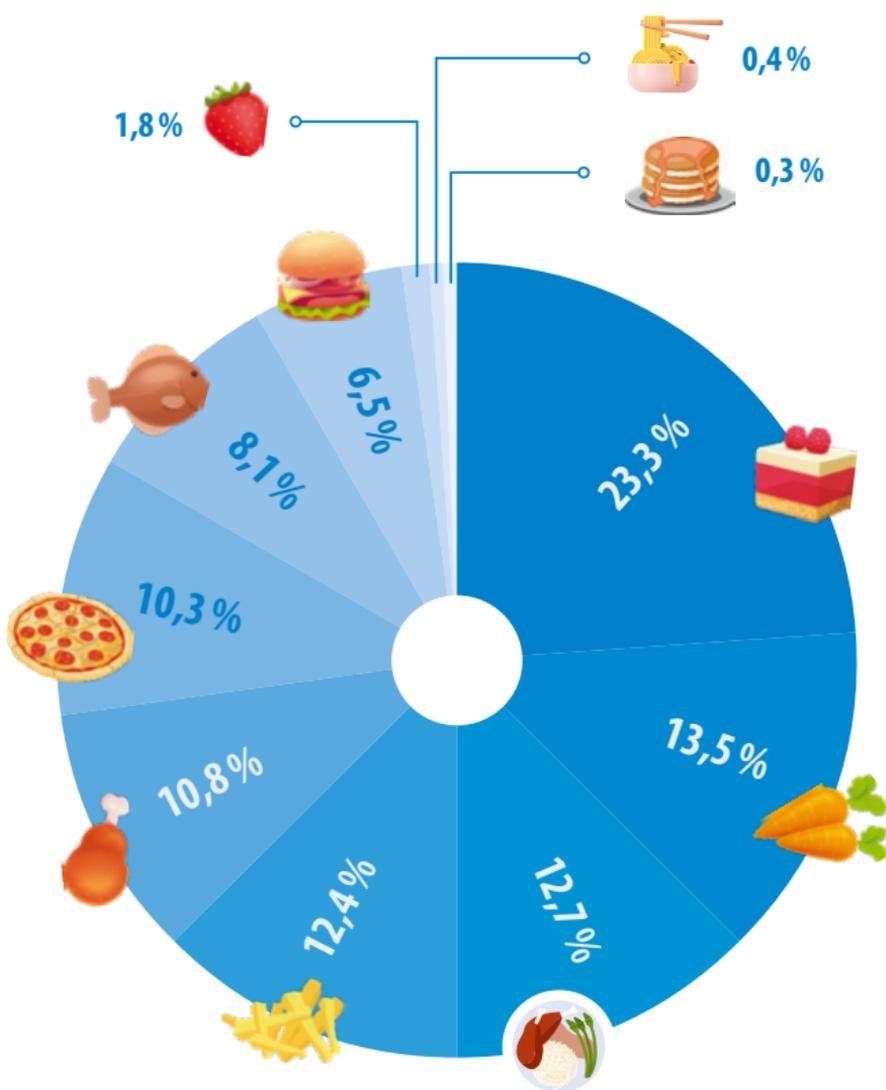
(in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)

2019 2020 2021



# Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlprodukte

Bedeutung nach Produktgruppen  
2021



Gerichte\*



Backwaren



Beilagen



Gemüse



Fisch\*\*



Milcherzeugnisse,  
Süßspeisen



Pizza



Fleisch, Wild,  
Geflügel (roh)



Obst, Obstsaft



Kartoffeln



Snacks\*\*\*

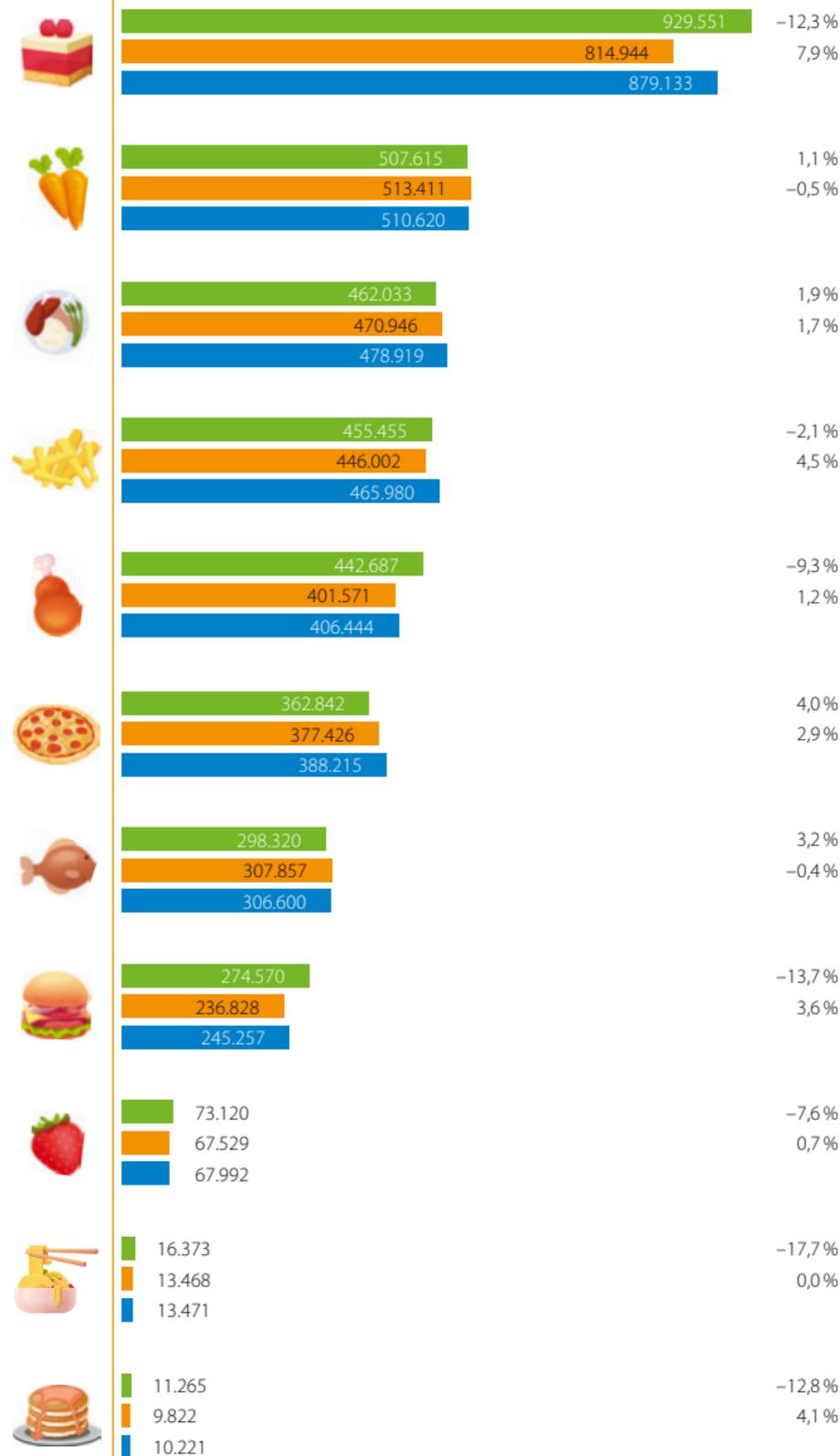
\* Inkl. Eintöpfe u. Suppen  
\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere  
\*\*\* inkl. Käse

# Absatz Gesamtmarkt Angaben in Tonnen

## 3-Jahresvergleich

2019 2020 2021

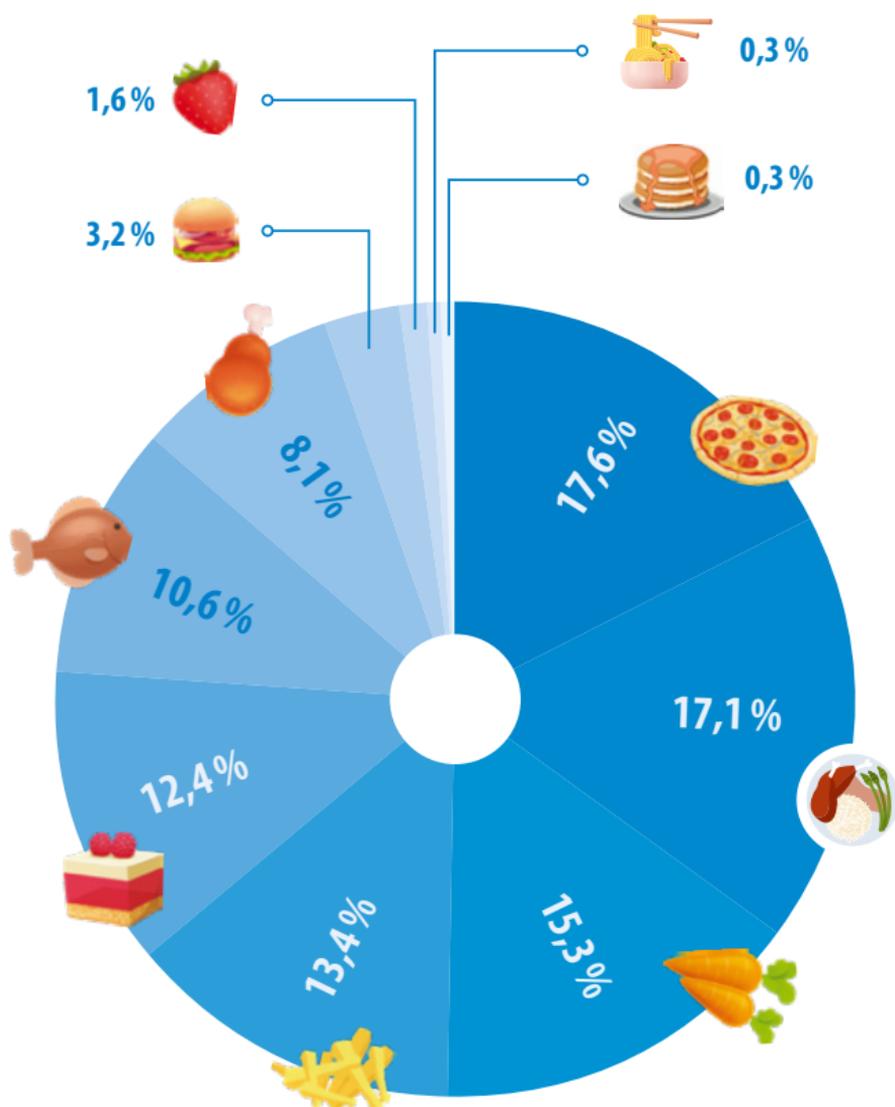
Die Veränderungsraten (Angaben in Prozent)  
beziehen sich auf das jeweilige Vorjahr.



# Absatz Lebensmittelhandel<sup>1</sup> Tiefkühlprodukte

Bedeutung nach Produktgruppen

2021



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

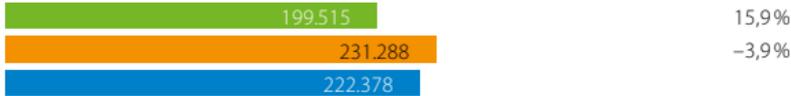
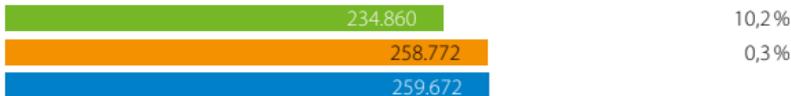
# Absatz Lebensmittelhandel<sup>1</sup>

## Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

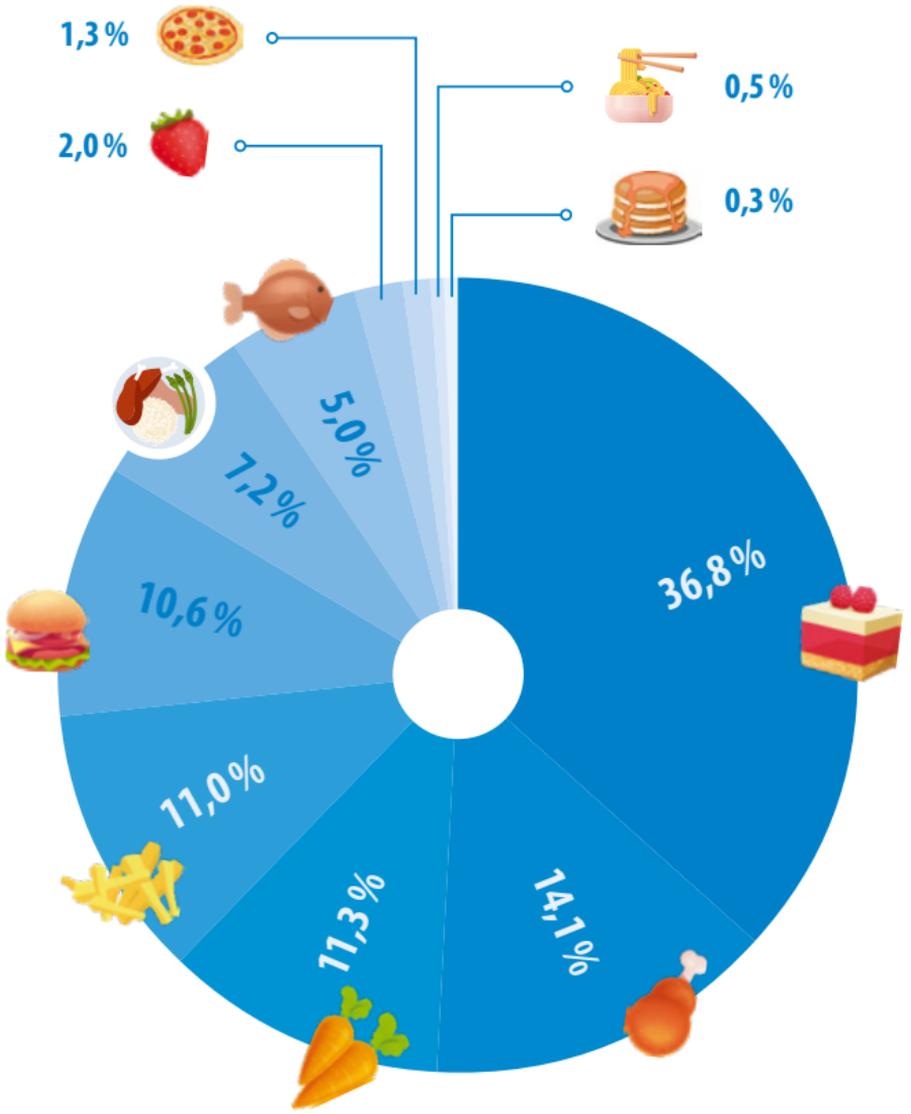
2019 2020 2021

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



# Absatz Außer-Haus-Markt Tiefkühlprodukte

Bedeutung nach Produktgruppen  
2021



Gerichte\*



Backwaren



Beilagen



Gemüse



Fisch\*\*



Milcherzeugnisse,  
Süßspeisen



Pizza



Fleisch, Wild,  
Geflügel (roh)



Obst, Obstsaft



Kartoffeln



Snacks\*\*\*

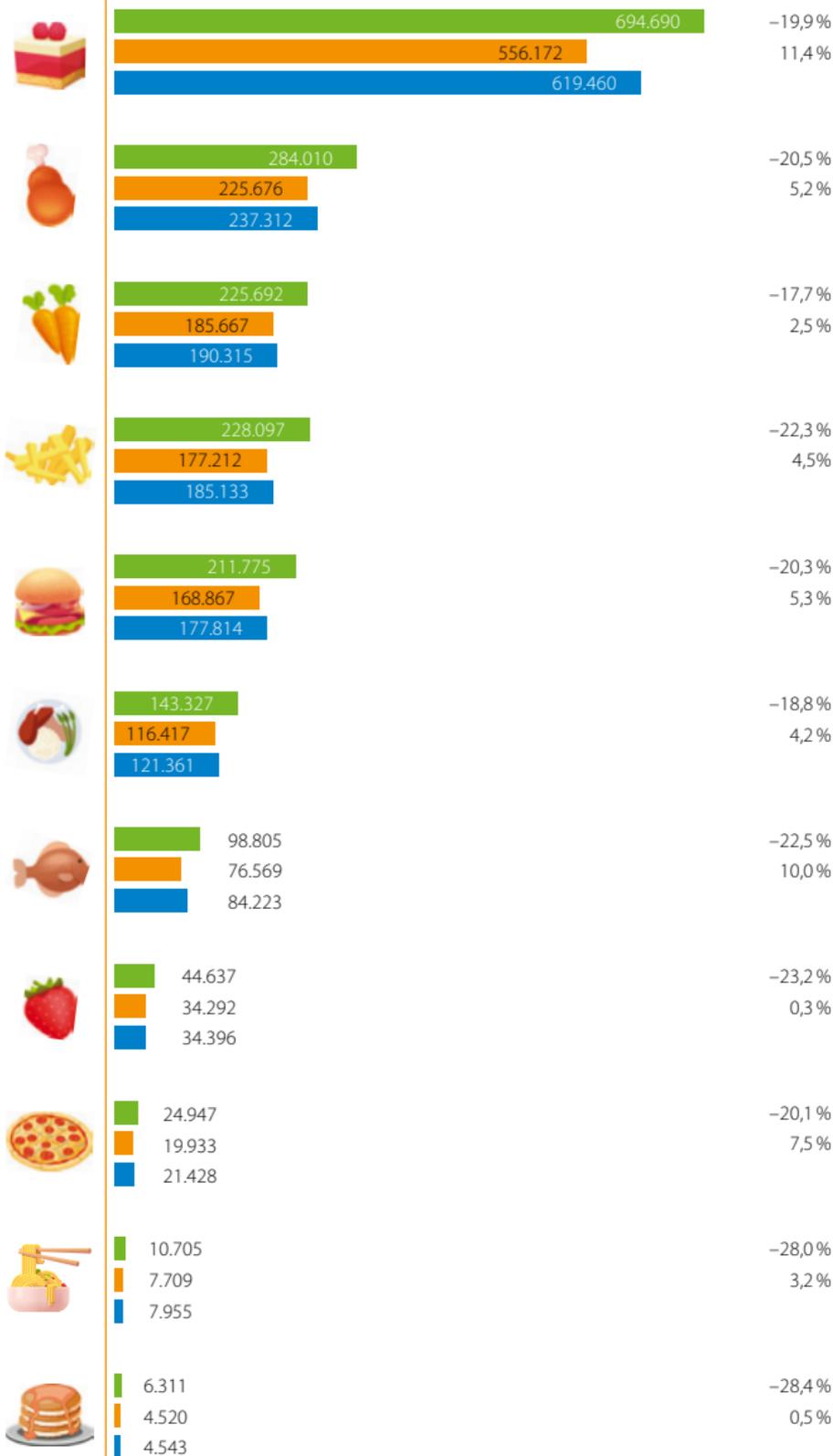
\* Inkl. Eintöpfe u. Suppen  
\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere  
\*\*\* inkl. Käse

# Absatz Außer-Haus-Markt Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

2019 2020 2021

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

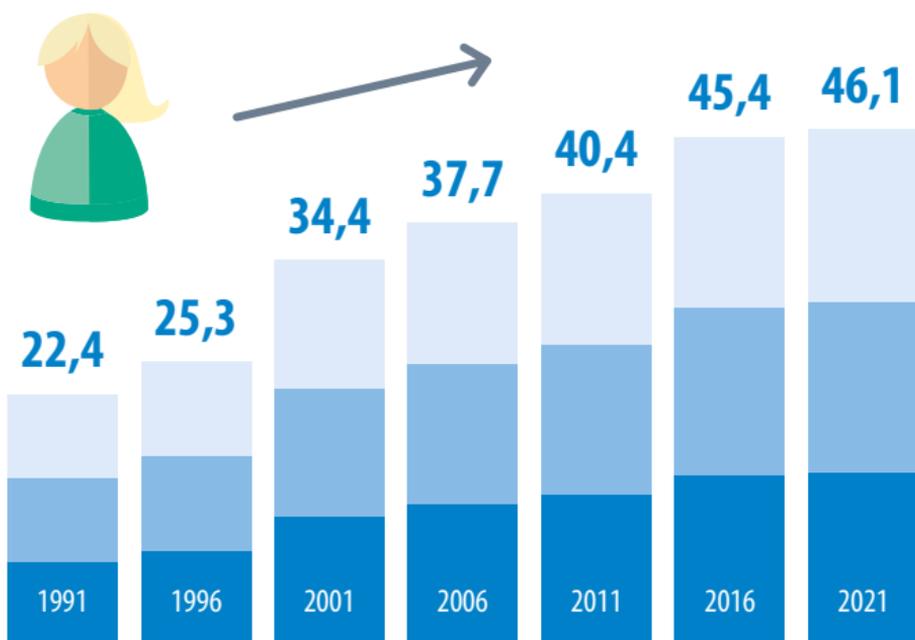


# Langfristige Entwicklung

30 Jahre in 5-Jahres-Schritten

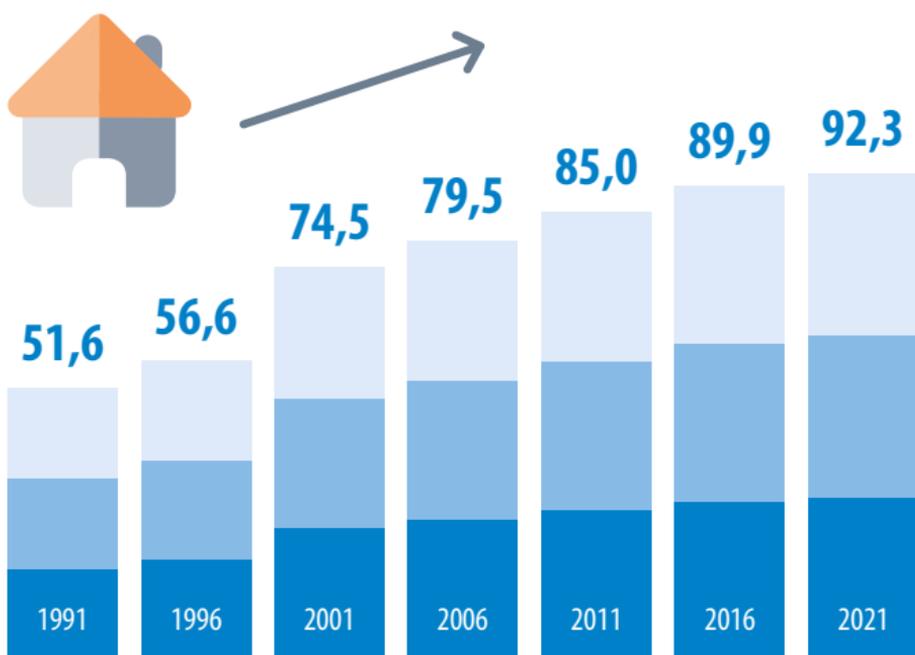
## Pro-Kopf-Verbrauch Tiefkühlprodukte

(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



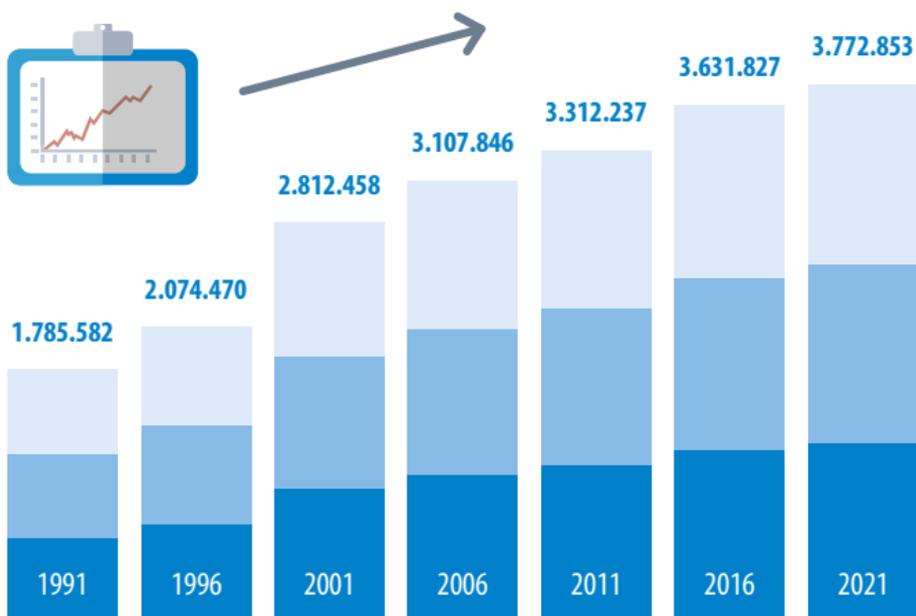
## Pro-Haushalt-Verbrauch

(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



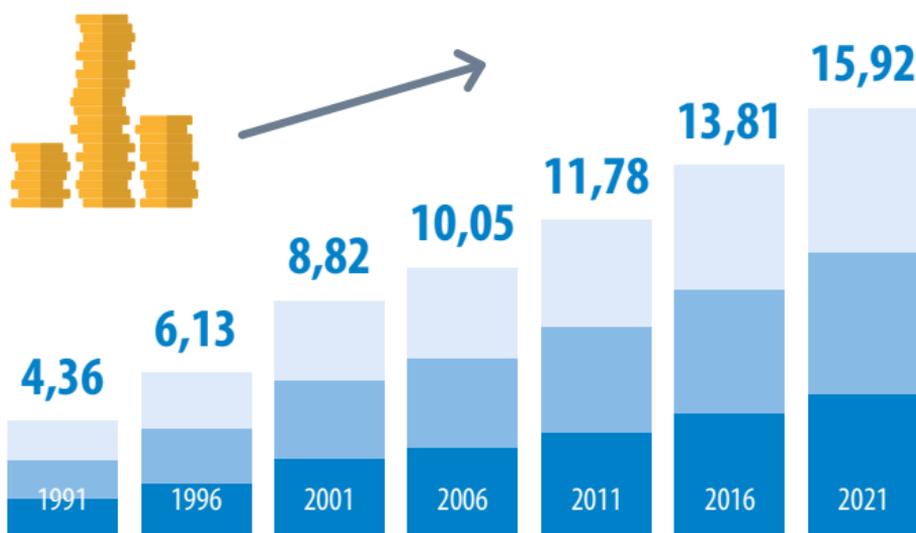
## Absatzentwicklung

(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](http://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**



**ABSATZ  
UMSATZ**



**PRO-KOPF-  
VERBRAUCH**



**Deutsches  
Tiefkühlinstitut**

**Deutsches Tiefkühlinstitut e. V.**

Reinhardtstraße 46, 10117 Berlin

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

Mail: [infos@tiefkuehlkost.de](mailto:infos@tiefkuehlkost.de)

[www.tiefkuehlkost.de](http://www.tiefkuehlkost.de)

Ausgabe Mai 2022