

**JAHRESBERICHT
2025/26**



70 JAHRE Deutsches Tiefkühlinstitut

Inhalt

- 3 Mitmachen & Mitgestalten
- 4 **dti** says
- 5 SCHON WIEDER JUBILÄUM!
- 12 Tiefkühlmarkt
 - 12 Marktdaten
 - 16 Handel
 - 18 Außer-Haus-Markt
- 22 Interessenvertretung & Schutz
 - 22 Qualität, Kennzeichnung, Ernährung
 - 27 Nachhaltigkeit & Klimaschutz
- 32 Kommunikation
 - 32 Kommunikation Politik & Branche
 - 37 Verbraucher:innenkommunikation
 - 40 Social Media & Webseite
- 43 Logistik
- 45 Internationaler Austausch
- 47 Tiefkühlnetzwerk
 - 47 Veranstaltungen
 - 52 Messen
- 57 Mitgliederkommunikation
- 59 Pluspunkte für Minusgrade
- 62 Organisationen & Ausschüsse
- 64 Blick hinter die Kulissen
- 66 Impressum

DANKE, MARKUS!

Bei der TIEFKÜHLTAGUNG 2025 übergab Markus Mischko nach langjähriger Mitwirkung im **dti**-Vorstand und zuletzt als Vorstandsvorsitzender den Staffelstab an Simon J. Morris.

«*Es war mir stets ein Herzensanliegen, Politik und Öffentlichkeit noch stärker von den vielfältigen Vorteilen unserer Kategorie zu überzeugen. Tiefkühlprodukte verbinden Sinn und Sinnlichkeit und sind die Lösung für viele Herausforderungen in der Ernährungspolitik. Ich freue mich sehr, dass es mir gelungen ist, zusammen mit meiner Kollegin und meinen Kollegen im dti-Vorstand, der dti-Geschäftsführerin Sabine Eichner, ihrem Team und unseren engagierten Mitgliedern die gestalterische Kraft von TK für eine erfolgreiche Zukunft der Ernährung deutlich herauszustellen. Meinem Nachfolger wünsche ich viel Erfolg in seiner neuen Funktion.*»



WILLKOMMEN, SIMON!

Der neu gewählte **dti**-Vorstandsvorsitzende Simon J. Morris, seit 2014 im **dti**-Vorstand und seit 2017 im Geschäftsführenden Vorstand:

«*Vielen Dank für Ihr Vertrauen in mich, das mich anspricht, weiter für die Anliegen unserer Mitglieder einzutreten. Das dti bringt als Spitzenverband der Tiefkühlwirtschaft in einzigartiger Weise Unternehmen aus allen Bereichen der Tiefkühlwirtschaft zusammen. Unser gemeinsames Ziel ist es, Tiefkühlprodukte als attraktive und zukunftsweisende Ernährungslösung weiter voranzubringen und die Vorteile von TK gezielt zu kommunizieren – sowohl an private Konsumentinnen und Konsumenten, als auch an Profiverwender, an die Politik und andere Stakeholder. Es bedeutet für mich eine große Ehre, unseren Verband mit Kontinuität und Innovationsgeist in die Zukunft führen zu dürfen.*»



MITMACHEN & MITGESTALTEN

STRATEGIE & PROJEKTE FÜR DIE ZUKUNFT VON TK!

LIEBE dti-MITGLIEDER, LIEBE LESERINNEN UND LESER,

in einem weiterhin herausfordernden Umfeld hat sich die Tiefkühlwirtschaft auch 2025/26 wieder sehr gut behauptet, wie auch die aktuellen Absatzmarktdaten 2025 des dti zeigen. Deutschland schiebt nach wie vor einen großen Reformstau vor sich her. Die internationalen Krisen mit ihren belastenden Auswirkungen auf Lieferketten, hohe Energiepreise und schwache Konjunktur führen dazu, dass sich kein Wirtschaftsaufschwung einstellen will. Die Politik tut sich immer noch schwer damit, Kompromisse zu finden und die erforderlichen Schritte zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes einzuleiten. Mit der Regierungskoalition aus CDU/CSU und SPD hat sich das grundsätzliche Gesprächsklima zwischen Politik und Wirtschaft zwar verbessert, aber auch diese Regierung verfolgt Projekte,

die dem eigentlichen Ziel, der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft, zuwiderlaufen.

Das dti ist daher weiter gefordert, Reformen anzumahnen und in Berlin aktiv für die Interessen der Tiefkühlwirtschaft einzutreten. Diese Aufgabe erfüllen wir mit großem Engagement und der Überzeugung, dass sich die Politik auf Dauer guten und richtigen Argumenten aus der Praxis der Unternehmen nicht verschließen kann. Den Dialog mit den politischen Verantwortlichen haben wir in den zurückliegenden zwölf Monaten deshalb intensiviert. Unser Ziel war und ist dabei, vor allem auf die bedeutende Rolle der Tiefkühlwirtschaft für eine gesunde, nachhaltigere Ernährung aufmerksam zu machen.

Wichtige Projekte für unseren Spitzenverband und die Tiefkühlbranche konnten wir 2025/26 gelungen vorantreiben. Wir haben die Aktualisierung der dti-Strategie 2030 auf den Weg gebracht und die Studie „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“ abgeschlossen. Die Forschung zum TK-Temperaturstandard im FROSTEQ-Konsortium mit Wageningen University & Research wurde gestartet. Unsere Social Media-Kommunikation haben wir auf eine neue Basis gestellt, und unsere Veranstaltungen und Messeteilnahmen, allen voran unser Stand auf der Anuga 2025 mit dem Besuch von Bundesernährungsminister Alois Rainer zum 70. Geburtstag von TK in Deutschland, waren erfolgreich wie nie zuvor.

Wir blicken zufrieden auf ein forderndes Jahr zurück, in dem wir durch unseren starken Branchenzusammenhalt, die hohe fachliche Qualität unserer Gremienarbeit und die einzigartige menschliche Komponente

in unserem Verbandsnetzwerk wieder einmal viele Projekte und Aufgaben gemeistert haben! Herzlichen Dank an alle Mitglieder, an alle, die sich ehrenamtlich für die Tiefkühlwirtschaft und ihren Spitzenverband dti engagieren. Gemeinsam können wir stolz auf diese Arbeit sein, die wir in diesem Bericht abwechslungsreich und kurzweilig vorstellen. Lassen Sie uns gerne auf diesem Weg weiterarbeiten, es gibt noch viel zu tun!

Gute Unterhaltung und wertvolle Insights in den Maschinenraum des dti wünschen wir Ihnen beim Lesen des Jahresberichtes 2025/26 und laden Sie herzlich ein, das Werk in Ihren Netzwerken mit Stolz zu teilen!

Mit herzlichen Grüßen



Deutsches
Tiefkühlinstitut



Simon J. Morris
dti-Vorstandsvorsitzender

Dr. Sabine Eichner
dti-Geschäftsführerin

dti SAYS

PERSÖNLICHES FAZIT VON dti-CHEFIN DR. SABINE EICHNER

Die Tiefkühlwirtschaft entwickelt sich weiter positiv, und das in schwierigem Fahrwasser! Jede Krise bietet Chancen – die Unternehmen passen sich bestmöglich an und agieren weiter erfolgreich. Das **dti** als Spitzenverband der Branche unterstützt dabei mit vielfältigen Informationsangeboten, aktiver Interessenvertretung, wichtigen Forschungsprojekten und einer proaktiven Vorteilskommunikation.

Die gesamte TK-Branche profitiert von der Arbeit des **dti** und seiner Mitglieder!



Dr. Sabine Eichner,
Geschäftsführerin des **dti**

UNSERE WICHTIGSTEN MEILENSTEINE 2025/26:

- Wir haben unsere Rolle als Spitzenverband einer der wichtigsten Branchen der Lebensmittelindustrie gefestigt. Wir sind ein aktiver Player in der Kommunikation mit der Bundespolitik und sprechen die Themen an, die unsere Mitglieder bewegen!
- Wir kommen voran bei unserem Bemühen, TK in der Ernährungspolitik stärker als positiven Lösungsbeitrag zu positionieren. Viele Gespräche mit Ministerien, Bundestag, Behörden und Wissenschaft bestätigen uns das. Das ist Motivation, auf diesem Weg weiterzuarbeiten!
- Unser Engagement in Verbändeallianzen wie zur EU-Entwaldungsverordnung oder der Reform des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes trägt Früchte. Gemeinsam mit anderen Verbänden treten wir aktiv und erfolgreich für die Interessen unserer Branche ein.
- Nachhaltigkeit und Klimaschutz rücken in der aktuellen Wirtschaftslage oft in den Hintergrund. Das **dti** setzt mit dem Abschluss des Forschungsprojektes „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“ erneut ein wichtiges Zeichen, dass uns die Zukunft unserer Erde wichtig ist und bleibt, auch wenn der Wind rauer weht. Mit den Ergebnissen legen wir ein wichtiges Fundament für eine vertrauenswürdige Nachhaltigkeitskommunikation, die immer strengeren Regeln unterworfen wird.
- Im internationalen Forschungskonsortium FROSTEQ zum TK-Temperaturstandard der Zukunft nehmen wir eine wichtige Rolle ein und sorgen dafür, dass die Qualität und Sicherheit von TK bei den Untersuchungen in den Mittelpunkt gestellt wird. Das **dti** ist mit seinen Mitgliedern bei diesem wichtigen Zukunftsprojekt an vorderster Stelle dabei!
- Die Vorteilskommunikation für TK, die wir seit 70 Jahren kontinuierlich für die gesamte Branche umsetzen, ist in einem aufgeheizten Meinungsklima auch zu Ernährungsthemen wichtiger denn je. Mit verlässlicher, faktenbasierter Kommunikation tragen wir dazu bei, Schaden von Tiefkühlprodukten abzuwenden. Die Debatte um hochverarbeitete Lebensmittel ist ein relevantes Beispiel dafür.

- Mit der **dti**-Strategie 2030, die wir auf der Mitgliederversammlung 2026 verabschieden werden, legen wir den Grundstein für die Fortsetzung einer aktiven und umsichtigen Verbandsarbeit – für alle, die TK produzieren, vermarkten, verwenden und lieben.

Ein starker Verband braucht starke Mitglieder. Daher danken wir von Herzen allen Mitwirkenden aus unseren Mitgliedsunternehmen für das vielfältige Engagement, das große Fachwissen und die andauernde Leidenschaft, die sie in die ehrenamtliche Arbeit in all unseren Gremien, Arbeitskreisen, Projekten und im Vorstand einbringen.

Ein großer Dank geht auch an das großartige Team des dti in Berlin, das unsere Mitglieder und mich täglich hochmotiviert unterstützt. Wir sind echte TK-Ultras! Und wir laden Sie alle ein, sich unserem TK-Fanclub anzuschließen!

Unser 70-jähriges Verbandsjubiläum, das wir 2026 feiern, ist der beste Zeitpunkt, Farbe zu bekennen: für TK und für den TK-Spitzenverband – das Deutsche Tiefkühlinstitut!

SCHON WIEDER JUBILÄUM!

70 JAHRE *dti*

GEMEINSAM GEWACHSEN,
GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

2026 feiert das **dti** 70 Jahre Verbandsgeschichte. Ein guter Anlass, kurz zurückzublicken – und vor allem Danke zu sagen für das gemeinsam Erreichte. Seit 1956 begleitet das **dti** die Tiefkühlwirtschaft als Interessenvertretung, Kommunikationsplattform und fachliche Instanz. Diese Erfolgsgeschichte ist vor allem das Verdienst der Menschen, die Verantwortung für unsere Branche übernehmen und übernommen haben, ehren- wie hauptamtlich: allen voran die Vorsitzenden, der Vorstand, insbesondere der Geschäftsführende Vorstand, und die Geschäftsführungen. Sie stellen das Gemeinsame über Partikularinteressen, geben der Branche Orientierung und halten die Tiefkühlwirtschaft zusammen. Zugleich lebt das **dti** von der Praxisexpertise und dem Engagement vieler Mitglieder in den Gremien. Wir sind dankbar, dieser „Tiefkühlfamilie“ im **dti** eine Heimat zu geben.

*Hausfrauen vor den Truhen
in den Geschäften*



70 JAHRE Deutsches Tiefkühlinstitut



TK IN DEN 1950ER-JAHREN: AUFBRUCH, SKEPSIS UND VIEL AUFBAUARBEIT

In Deutschland begann der TK-Siegeszug 1955: Auf der Anuga wurden erstmals Tiefkühlprodukte für den Lebensmittelhandel vorgestellt. Schnell zeigte sich: Die neue Warengruppe musste erklärt werden – von Lagerung und Handling bis zur Qualität und Sicherheit entlang der gesamten Tiefkühlkette. Schulungen, Infomaterial und viel Überzeugungsarbeit gehörten deshalb von Anfang an dazu. Die erste Ausgabe der Zeitschrift „Die Tiefkühlkette“ erschien. 1956 standen als „Feldversuch“ rund 400 Tiefkühltruhen mit über 60 Produkten in rheinländischen Geschäften. Klar wurde: TK funktioniert nur gemeinsam – mit Standards, verlässlicher Logistik und abgestimmter Kommunikation. Die Konsequenz: ein gemeinsamer Verband für die gesamte Tiefkühlkette.

«*Es herrschte (...)
Übereinstimmung darüber, daß
die Eroberung des Marktes nur
gemeinsam mit dem Sortiment
aller Tiefgefriererzeugnisse
erfolgen könne.*»

Lebensmittel-Zeitung, Juli 1955



«*Ich glaube, daß sich im Aufbau der deutschen Tiefkühlkette für
Tiefkühlfisch und tiefgefrostete Lebens- und Genußmittel eine
reizvolle und wirtschaftlich interessante Aufgabe bietet, unter
voller Respektierung der getrennten und jeder Sparte eigenen
volks- und betriebswirtschaftlichen Funktionen zur Erreichung
eines gemeinsamen Zieles zusammenzuarbeiten, verbunden in
dem Bestreben, die tiefgefrostete Ware von der Produktion bis
zum Verbraucher ohne jede Unterbrechung immer mindestens
minus 18, bei Fisch minus 20 Grad, durchzuleiten.*»

Rede von H.W. Kurjo im „Arbeitsausschuss Transfrigoroute“ im September 1955

6. JUNI 1956: VERBANDSGRÜNDUNG IN HANNOVER

Am 6. Juni 1956 gründeten in Hannover 30 Vertreter aus der ganzen Branche, darunter u.a. mit Edeka auch der Handel und der „Absatzberater“ des Bundesernährungsministeriums, die „Arbeitsgemeinschaft Deutsche Tiefkühlkette e. V.“ – Vorläufer des **dti**. Idee und Name stammten von Hans-Wilhelm Kurjo, Geschäftsführer des „Förderungsdienstes für den Fischabsatz GmbH“. Sein Ziel: eine neutrale Institution, um die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland planvoll zu entwickeln. Hohe Anforderungen an Technik, Hygiene und Qualität waren Grundlage der Mitgliedschaft. Damit war der Verband von Beginn an ein Bekenntnis zur gemeinsamen Sache: Wer dabei war, wollte den Markt mitgestalten. Ein frühes (und erfolgreiches) politisches Projekt startete gleich im Herbst 1956, als Zollermäßigungen für den dringend benötigten Import von TK-Gemüse und -Obst gefordert wurden. 1957 beteiligte sich die Arbeitsgemeinschaft erstmals an der Anuga.

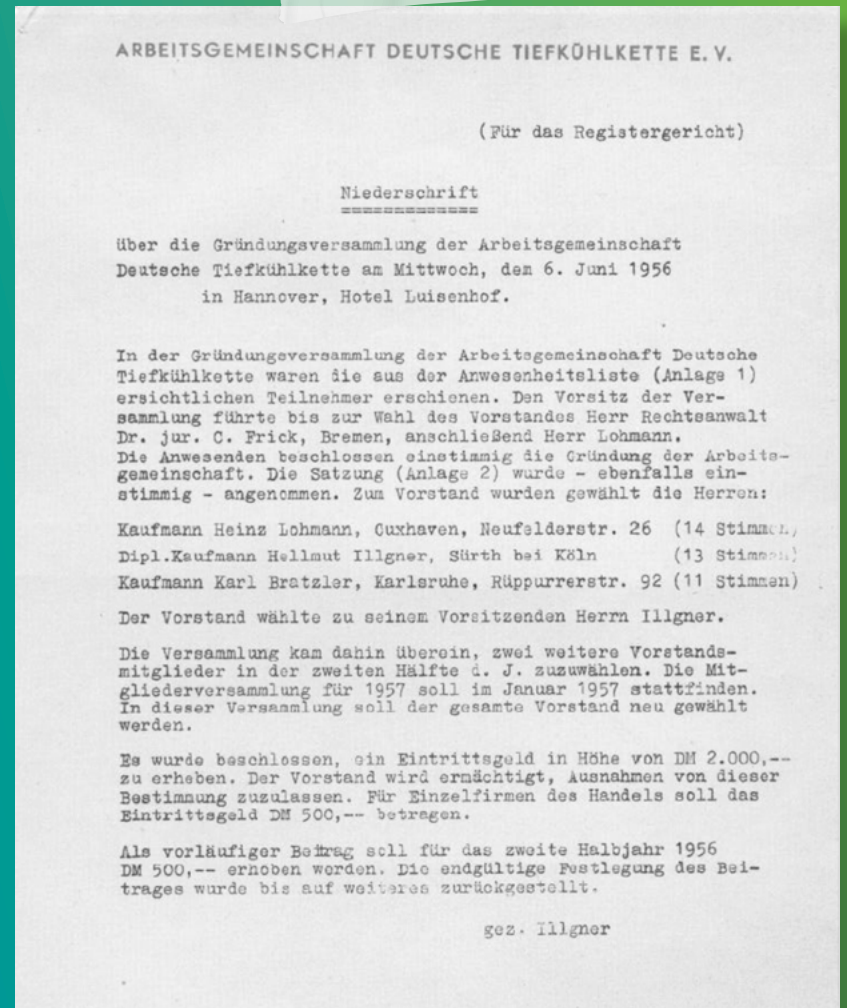


Historisches Bild des Hotels Luisenhof in Hannover, Gründungsort der „Arbeitsgemeinschaft Deutsche Tiefkühlkette“



Das Handelsblatt berichtete im Juni 1956 von der Gründung der „Arbeitsgemeinschaft Deutsche Tiefkühlkette“

Niederschrift der Gründungsversammlung der „Arbeitsgemeinschaft Deutsche Tiefkühlkette“ im Juni 1956



« Der als Gast an der Gründungsversammlung teilnehmende Absatzberater des Bundes-Ernährungsministers, Claus Glinzmann, begrüßte in der neuen Arbeitsgemeinschaft den Verhandlungspartner für wichtige Gespräche auf dem Gebiet der neuzeitlichen Ernährung. Mit der Unterstützung der Bundesforschungsanstalten könne die Arbeitsgemeinschaft fest rechnen, erklärte er. »

Lebensmittel-Zeitung, Juni 1956

ANWESENHEITSLISTE

Lfd.Nr.	Name:	Firma:	Anschrift:
1.	H. Bischoff	Transfrigoroute Deutschland	Frankfurt/M.
2.	Udo Herrm. Gottschalk	Transfrigoroute BGM & Gottschalk Kühltransport GmbH	Frankfurt/M. München Stuttgart-Düsseldorf Lindau (Bodensee) Mannheim
3.	H.E. Rudnik	Becher-Frysas GmbH	Duisburg
4.	Heinz Claude	Karl Schmidt o.H. Handelslehr SpG GmbH	Frankfurt/M.
5.	Wilh. Schaldt-Rathenbeck	Heinr. Hill AG	Münster (Westf.)
6.	Schmittmann	RWE-Zentrale	Köln
7.	Karl J. Dankert	Edel-Größhandel	Soltau
8.	Fröse	Linde	Hannover
9.	Giese	Großhandel	Münster
10.	Göbelmann	Delicat	Kilm-Bühlheim
11.	Papenbrock	Josef Schliebusch	Bad Godesberg
12.	Reeder	Linde	Gürth
13.	Josef Büren	Tiefkühlkontor Bremerhaven/Cuxhaven GmbH	Bremerhaven
14.	Impl.Kfm. Illgner	Continental-Frost GmbH	Bremerhaven
15.	Impl. ver.pol. Kugoldphi	Continental-Frost GmbH	Bremerhaven
16.	F.O. Suess	Lohmann & Co. KG	Cuxhaven
17.	Lohmann	Continental-Frost GmbH	Cuxhaven
18.	Witte	Kühl- und Fleischhaus Bremerhaven AG	Bremerhaven
19.	Zeising	Deutsche Heringshandels-Gesellschaft mbH	Bremen
20.	Thielemann	Transhuron	Bremen
21.	Karl Brateler	Gesüder Brateler	Karlsruhe
22.	Tanger	Kiel-Frost GmbH & Co. KG	Kiel
23.	Schwedke	Deutsche Fischwerbung	Bremerhaven
24.	Sommer	Deutsche Fischwerbung	Bremerhaven
25.	Konrad Manke	Transhuron	Bremen
26.	Dr. H.-J. Bloos	Transhuron	Bremen
27.	Claus Glismann	Abteilungsleiter d. SpG Fischwirtschafts- und Verw.	Bremen
28.	Dr. Frick	Bundesverband der Deutschen Fischwearen- u. Feinkostindustrie	Köln
29.	Behrens	Förderungsamt für den Fischereisatz GmbH	Bremerhaven
30.	Dr. H.-W. Karjo		

Anwesenheitsliste bei der Gründungsversammlung der „Arbeitsgemeinschaft Deutsche Tiefkühlkette“ im Juni 1956

« Im Interesse eines Wirtschaftszweigs, der so vielversprechend erscheint wie die Tiefkühlung, wäre es sicher zu begrüßen, wenn sich alle, die Wichtiges an Kenntnissen beizusteuern haben, an einen Tisch setzten. »

Lebensmittel-Zeitung, August 1956

« Wenn (...) ein Start zur Verankerung der Tiefkühlkost innerhalb der gesamten Ernährung genommen werden soll, dann darf man in erster Linie erwarten, daß alle beteiligten Wirtschaftskreise hier eine große Aufgabe sehen mögen, die gewiß nur in Zusammenarbeit und freimütigem Informationsaustausch gemeistert werden kann. »

Allgemeine Fischwirtschaftszeitung, 1955

WISSENSCHAFT, STANDARDS UND MARKTDATEN

Zur **dti**-DNA gehörte außerdem von Anfang an die Fachkompetenz. Seit 1964 gab es einen Wissenschaftlichen Beirat. Und seit 1962 erhebt das **dti** jährlich den Tiefkühlabsatz in Deutschland – als verlässliche Orientierung zur Marktentwicklung für Mitglieder, Medien und Politik. Ergänzend schauen wir inzwischen systematisch auch auf die Menschen vor der Truhe: Mit einer tiefenpsychologischen Grundlagenstudie hat das rheingold institut bereits 2012 Treiber, Barrieren und den „Mehrwert“ von TK aus Verbraucher:innen-sicht herausgearbeitet – als Basis für moderne Kategorienkommunikation. Das Marktforschungsinstitut Innofact hat 2019 eine weitere große Verbraucher:innenstudie zur Verwendung und zum Image von TK durchgeführt. Seit 2020 gibt unser TK-Trendbarometer regelmäßig repräsentative

Seit 1962 erhebt das **dti** jährlich den Tiefkühlabsatz in Deutschland - hier die **dti**-Absatzstatistik von 1966

FRÜHE JAHRE: AUFBAUARBEIT, DIE BIS HEUTE WIRKT

In den Anfangsjahren unseres Verbandes wurden Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, freiwillige Selbstkontrolle und die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Fachgebiete professionell aufgebaut. Das klingt auch heute noch erstaunlich modern und zeigt, dass das **dti** früh verstanden hat, worauf es ankommt: Sichtbarkeit der Kategorie und der Branche stärken, Vertrauen in die neuen Produkte aufbauen, Wissen vermitteln sowie die Vernetzung innerhalb der Tiefkühlkette vorantreiben. Vertreter aller Fachsparten der Branche wurden in einen Beirat berufen.

Absatzstatistik der Tiefkühlkette im Jahre 1966

Absatz an Lebensmittelhandel und Großverbraucher vom 1. Januar bis 31. Dezember 1966				Direktimporte des Handels vom 1. Januar bis 31. Dezember 1966			
Produkt	Haushalts-Packungen		Großverbraucherpackungen	Produkt	Haushalts-Packungen		Großverbraucherpackungen
	Angeben in t	Wert in MIL. DM			Angeben in t	Wert in MIL. DM	
Gemüse				Gemüse			
Spinat	30 600	63 648	4 000	Spinat	1 800	3 744	200
Büppengemüse und übriges Gemüse	10 500	63 840	5 500	Büppengemüse und übriges Gemüse	700	2 940	200
Insgesamt	41 100	127 488	9 500	Insgesamt	2 500	6 684	400
Obst und Fruchthälften	900	7 200	800	Obst und Fruchthälften	200	1 600	20
Fleisch-Erzeugnisse				Fleisch-Erzeugnisse			
Fleisch	8 400	40 740	3 000	Fleisch	400	1 940	600
Fleischzubereitungen und übrige Fleisch-Erzeugnisse	9 200	64 400	2 700	Fleischzubereitungen und übrige Fleisch-Erzeugnisse	400	2 800	800
Insgesamt	17 600	105 140	5 700	Insgesamt	800	4 740	1 400
Kartoffel-Erzeugnisse				Kartoffel-Erzeugnisse			
Pommes frites	1 800	7 800	6 500	Kartoffel-Erzeugnisse	50	210	200
Kartoffelklöße	1 200	3 600	200	Pommes frites	30	90	10
Sonnige	200	700	400	Insgesamt	80	300	210
Insgesamt	3 200	12 100	6 900	Fertiggerichte/Teillagergeräte	300	1 600	20
Fertiggerichte/Teillagergeräte	300	1 600	6 500	Fleisch-Erzeugnisse			
Fleisch-Erzeugnisse	5 800	30 000	200	Hofffleisch	100	1 000	—
Rohfleisch	500	5 000	100	Hofffleisch (roh)	10	100	5
Hackfleisch (roh)	1 600	14 400	200	Fleischzubereitungen	300	2 700	100
Insgesamt	7 700	75 400	800	Insgesamt	410	3 800	105
Wild	500	5 000	10	Wild	10	100	10
Milcherzeugnisse				Milcherzeugnisse			
(ohne Eiskrem – aber einseit. Quarkspeisen mit Früchten)	4 000	18 000	25	(ohne Eiskrem – aber einseit. Quarkspeisen mit Früchten)	10	70	—
Sonstiges	300	2 100	10	Sonstiges	10	70	—
(Teig- und Backwaren – Spezialitäten)	300	2 100	10	(Teig- und Backwaren – Spezialitäten)	5	30	—
Insgesamt	80 400	351 150	32 100	Insgesamt	4 320	18 820	2 300

Gesamter Absatz Tiefkühlkost 1966 119 200 t = 100%
 davon: Verkauf in Haushaltspackungen 84 700 t = 71%
 Verkauf in Großverbraucherpackungen 34 500 t = 29%
 Der Pro-Kopf-Verbrauch an Tiefkühlkost in der Bundesrepublik einschließlich West-Berlin (ohne Geflügel und Eiskrem) hat im Jahre 1966 2 kg betragen.
 Die Zuwachsrate gegenüber 1965 lag bei 15%.

Eine mangelnde Abgrenzung von tiefgefrorenem und getrorenem Geflügel ist wegen der Stützfrage des Inkrafttretens der Handelsschutzgeheimnisse am 1. Juli 1966 problematisch. Außerdem wird manches Füllen auch in Tiefkühltruhen bei -18°C gelagert (teil tiefgefrorenes Geflügel schmelzgefroren 10 bis 20% = ca. 30 000 t).

Einblicke in die Verbraucher:innenmeinung zu Tiefkühlprodukten.

Wissenschaftlich fundierte Nachhaltigkeitskommunikation ist ein weiterer zentraler Baustein – und ein echter Mehrwert für die gesamte Branche, ermöglicht durch die Impulse und die Finanzierung unserer Mitglieder.

Mit der Studie „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“ des Öko-Instituts liegt nach den ersten TK-Klimabilanzen von 2012 erneut eine unabhängige, transparente Einordnung der Umweltwirkungen von TK vor. Diese können wir als Branche für Kommunikation, Dialog und Orientierung nutzen – eine Investition, die sich auszahlt.

Im internationalen Forschungsprojekt FROSTEQ untersuchen wir während der vierjährigen Laufzeit gemeinsam mit Partnern entlang der Tiefkühlkette, ob eine Anpassung von Temperaturstandards, Energiebedarf und CO₂-Emissionen senken kann – ohne Abstriche bei Qualität und Sicherheit.

Mit der AFC Consulting Group haben wir 2026 ein „Branchenporträt Tiefkühlwirtschaft“ erarbeitet, um dem Wirtschaftszweig mehr Sichtbarkeit und Identität zu geben. Die Daten werden wir in der politischen Kommunikation gewinnbringend einsetzen können.

dti-Pressmitteilung zur großen Verbraucher:innenstudie von rheingold 2012



« **Die Arbeitsgemeinschaft betrachtet es als ihre Hauptaufgabe, den einwandfreien Ablauf der Tiefkühl-Kette zu gewährleisten und damit letzten Endes dem Verbraucher eine Garantie zu geben, daß er eine qualitativ absolut einwandfreie Ware erhält. (. . .) Es kann daher schon heute nicht mehr in Zweifel gezogen werden, daß der Kreis (. . .) eine wesentliche Erweiterung erfahren wird.** »

Der Lebensmittel-Großhandel, 7.9.1956



70 JAHRE Deutsches Tiefkühlinstitut



Kutter Cuxhaven

Mitte der 90er Jahre veranstaltete das dti einen Nachwuchswettbewerb für junge Grafiker



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT ALS GEMEINSAME AUFGABE

Auch die Öffentlichkeitsarbeit war von Anfang an eine Gemeinschaftsaufgabe: TK musste verständlich erklärt werden. Das bleibt bis heute ein Thema, für das wissenschaftliche Studien erforderlich sind, wie beispielsweise die „Frische-Studie“ 2006 der Universität Hamburg und der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Ergebnis: TK-Gemüse, das nach dem Tiefgefrieren kaum noch Veränderungen unterworfen ist, bleibt frisch! Anspruch des dti ist es, diese und weitere Vorteile der Kategorie klar zu kommunizieren und ihr Image so positiv zu beeinflussen. Sogar ein „vollvertonter Kulturfilm“ über die Tiefkühlung für die deutschen Kinos wurde in den frühen Verbandsjahren gedreht! Daraus entstanden über die Jahre viele weitere Formate, darunter Pressedienste wie der „Tiefkühl-Kurier“ und PR-Kampagnen. Ein dti-Claim von 1989 beschreibt den praktischen Nutzen von TK bis heute sehr treffend: „Tiefkühlkost ist Frische auf Vorrat.“ Mitte der 90er Jahre veranstaltete das dti einen „Nachwuchswettbewerb für junge Grafiker“ zu diesem Motto; der Preis wurde 1996 bei der vom dti initiierten Fachmesse „InterCool“ in Düsseldorf verliehen.

PR-Kampagne „Tiefkühl-Wochen“

Ein gelungenes Beispiel für die erfolgreiche Verbands-PR sind die „Tiefkühl-Wochen“, die ab 1973 bundesweit in Zusammenarbeit mit Tausenden von Händlern stattfanden und Sichtbarkeit für Branche und Produkte schufen. Ziel war es, Verbraucher zu informieren und Sympathie für TK aufzubauen. 1976 lud das dti die Presse auf einen Kutter, inklusive „herzhaftem TK-Imbiss“. 1980 wurden die Tiefkühl-Wochen auf Schloss Drachenburg gefeiert. Das Festmenü entstand im Kochstudio von „essen & trinken“ und wurde von Chefredakteurin Angelika Jahr persönlich vorgestellt – TK spielte dabei selbstverständlich eine zentrale Rolle.

1976 lag der TK-Umsatz bei Privathaushalten in Deutschland erstmals bei über einer Milliarde Euro, 1989 überschritt der Gesamtumsatz die Menge von einer Million Tonnen.

Gelungene PR-Kampagne des dti: die „Tiefkühl-Wochen“ seit 1973



TK-Kommunikation in Gastro und Gemeinschaftsverpflegung

Früh rückten auch Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung in den Fokus. Diese Absatzkanäle, die stark von Planbarkeit, Effizienz und Verfügbarkeit leben, können stark von TK-Einsatz profitieren – bis heute. 1976 lud das dti zu einem „Jungköche-Wettbewerb“ in Stuttgart: „Demonstriert werden soll, wie unkompliziert, vielseitig und personalsparend Tiefkühlkost sowohl in der Gastronomie als auch in allen anderen Bereichen der Gemeinschaftsverpflegung sein kann. Gleichzeitig wird die Attraktivität tiefgefrorener Produkte für den Gast herausgestellt“, hieß es in der Einladung.

Heute knüpfen wir daran konkret an: Unser Arbeitskreis „Außer-Haus-Markt“ ist eine einzigartige Netzwerkplattform für alle, die in den gastronomischen Märkten aktiv sind. Wir initiieren Studien (gvpraxis-Studien 2010 und 2025) und Praxisdialoge, bieten auf unserer Website mit TK-PEDIA ein Informationsangebot für Profiküchen und sind zunehmend in den Social Media-Kanälen aktiv, um mit TK zu inspirieren.

Auch der Handel bleibt ein wichtiger strategischer Partner. Mit der „Rundschau“ prämierte das dti im Wettbewerb „Cool Cup“ jährlich die besten Tiefkühlabteilungen im deutschen Lebensmittelhandel. Diesen Ansatz entwickeln wir seit 2015 mit der „Lebensmittel Praxis“ und der Auszeichnung TIEFKÜHL STAR weiter, unterstützt von der Anuga und wichtigen TK-Marken. dti-Projekte wie „Perfect Store“ haben gezeigt, wie sich Orientierung und Einkaufserlebnis in der TK-Abteilung verbessern lassen.

1999: Breite Basis, klare Strukturen, engagierte Gremienarbeit und Mehrwert für die Mitglieder

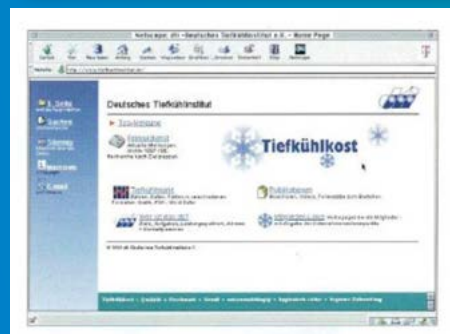
1999 gehörten bereits rund 165 Mitglieder aus der gesamten Tiefkühlkette zum **dti**. Diese Vielfalt prägt den Verband bis heute und ist unsere große Stärke.

Ebenso wichtig war und ist die Gremienarbeit. Schon früh gab es im **dti** Ausschüsse für „Kältetechnik“, „Truhen und Schränke“ und „Großverbraucher“. Später prägten bis heute erfolgreich arbeitende Ausschüsse für Öffentlichkeitsarbeit, Qualitätsmanagement oder Statistik die Gremienarbeit.

Dazu kamen ganz konkrete Leistungen für die Mitglieder: Informationen zu rechtlichen Fragen (damals u. a. noch via Video und Overheadfolien oder über den **dti**-Themen-dienst „wir informieren“) oder vom **dti** initiierte Veranstaltungen wie die „InterCool“ als internationale Fachmesse in Düsseldorf und die jährliche TIEFKÜHLTAGUNG, die erste fand 1977 in Bremen statt.



So sah das **dti**-Logo 1999 aus



dti-Website 1999



So berichtete der Vorläufer des „TK-Reports“ über den 60. Geburtstag des **dti** 2014

DAS **dti** HEUTE

2010 ist das **dti** von Köln nach Berlin umgezogen und reformierte unter dem langjährigen Vorstandsvorsitzenden Udo Perenz Satzung und Struktur. Damit verbunden war die klare Ausrichtung des **dti** als politische Interessenvertretung der TK-Wirtschaft, die von der Geschäftsführerin Sabine Eichner, seit 2013 an Bord, vorangetrieben wurde und wird. Dazu kam die Entwicklung der Kampagne „Frischer als frisch“, um sich gegen den aufkeimenden Wettbewerb der Frische-Convenience zu positionieren und die Erstellung der TK-Klimabilanz mit dem Öko-Institut 2012. In mehreren Strategieprozessen hat das **dti** diesen Kurs geschärft und Prioritäten für die Verbandsarbeit definiert.

Der damalige **dti**-Vorstandsvorsitzende Bernd Stark hat diesen Prozess als strategischer Impulsgeber maßgeblich mitbegleitet und den Außer-Haus-Markt im **dti** gestärkt.



International haben wir den Austausch mit Partnerorganisationen im International Frozen Food Network (IFFN) gezielt als Teil unserer Strategie ausgebaut.

Heute ist das **dti** der Spitzenverband der deutschen Tiefkühlwirtschaft. Wir vertreten über 150 Mitgliedsunternehmen und stehen als Interessenvertretung, Kommunikationsplattform und Informationsquelle an der Seite der Branche. Unsere Stärke liegt nach wie vor in der Breite: Wir repräsentieren die gesamte Tiefkühlkette.

« Viele Glieder gehören zu einer Tiefkühlkette! »

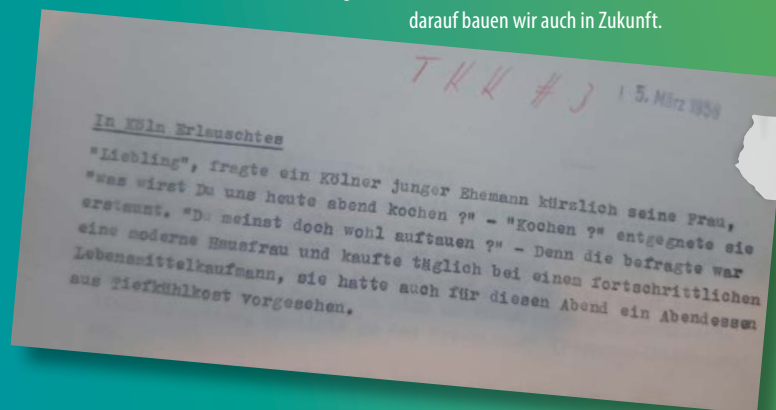
Dr. Hans-Wilhelm Kurjo,
Mitgründer der Arbeitsgemeinschaft, 1955

BLICK NACH VORN

70 Jahre **dti** sind auch ein Auftrag für die Zukunft. Steigender Kostendruck, volatile Märkte, komplexe Regulierung, Klimaschutz, Digitalisierung und KI verändern die Arbeit spürbar. Umso wichtiger ist ein Verband, der Orientierung gibt, Positionen bündelt und seine Mitglieder optimal unterstützt. Leitplanken dafür hat der **dti**-Vorstand in der Strategie 2030 formuliert: ein starkes TK-Narrativ als Klammer über die Kette, wirksamere Interessenvertretung, mehr internationale Vernetzung sowie der Ausbau von Mitgliederdialog, digitalen Informationsangeboten und Effizienz.

DANKE!

70 Jahre **dti** stehen für Zusammenarbeit, Vertrauen und Dialog. Unser besonderer Dank gilt unseren Mitgliedern – für ihre Treue, Expertise und ihr Engagement. Ein herzliches Dankeschön an alle, die sich ehrenamtlich in Vorstand, Ausschüssen und Arbeitskreisen einbringen. Ohne dieses Miteinander wäre das **dti** nicht das, was es heute ist – und genau darauf bauen wir auch in Zukunft.



Aus der Zeitschrift „Die Tiefkühlkette“, 1956

TIEFKÜHLMARKT

HIGHLIGHTS VON ANNETTE VENOHR, LEITUNG VERANSTALTUNGEN UND MARKTFORSCHUNG IM **dti**

- Absatzstatistik 2025 – TK weiterhin auf Erfolgskurs
- Die aktuellen TK-Trendbarometer, die eindrucksvoll zeigen, welchen Beitrag Tiefkühlprodukte zu gesunder Ernährung und weniger Food Waste leisten



Annette Venohr

MARKTDATEN

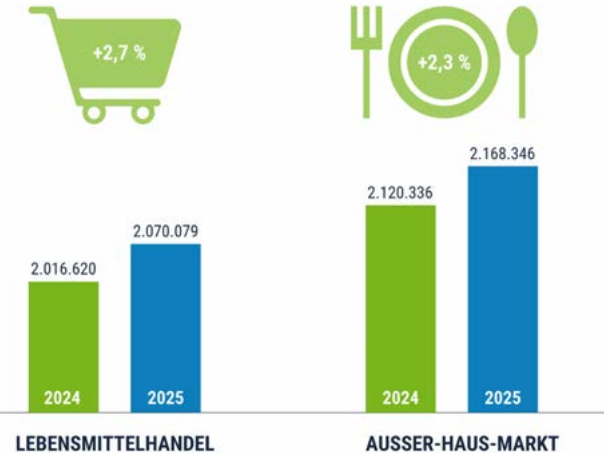
DIE **dti**-ABSATZSTATISTIK

Ein bewährter Klassiker mit großer Aussagekraft: Seit 1962 erfasst das **dti** jährlich den Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland bei den Unternehmen. Durch die kontinuierliche Erhebung über viele Jahre hinweg erhält die Branche fundierte Einblicke in die Entwicklung des Gesamtmarktes – differenziert nach Vertriebskanälen und Produktgruppen – und kann belastbare Langzeitvergleiche anstellen. Die Bedeutung dieser Daten ist enorm. Sie dienen nicht nur als verlässliche Grundlage für interne Auswertungen und strategische Entscheidungen, sondern ermöglichen auch eine transparente und glaubwürdige Kommunikation gegenüber Öffentlichkeit und Marktpartnern. Medien im ganzen Land greifen regelmäßig auf die Zahlen des **dti** zurück, da sie die einzige umfassende Datenquelle für den gesamten Tiefkühlmarkt darstellen. Die Absatzstatistik macht deutlich, welche wirtschaftliche Bedeutung die Tiefkühlbranche hat, und unterstreicht zugleich, wie selbstverständlich und unverzichtbar Tiefkühlprodukte im Alltag von über 82 Millionen Menschen in Deutschland sind. Die Absatzstatistik ist für die Tiefkühlbranche und für unseren Verband ein absolutes und unverzichtbares Must-have!



TK WÄCHST WEITER!

Absatz in Tonnen nach Absatzkanälen



Inlandsabsatz in Tonnen (ohne Speiseeis): Lebensmittelhandel (inkl. Heimdienste), Außer-Haus-Markt (Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung etc.)
 Quelle: dti Absatzstatistik; Deutsches Tiefkühlinstitut e. V., Reinhardtstraße 46, 10117 Berlin
www.tiefkuehlkost.de



MITMACHEN IST ENTSCHEIDEND

Ohne das Engagement und die intensive Zusammenarbeit der Mitglieder im **dti**-Arbeitskreis „Statistik“ wäre der umfassende Überblick über die Entwicklung von TK und ihrer einzelnen Warengruppen, wie ihn die **dti**-Absatzstatistik jedes Jahr zuverlässig bietet, nicht möglich. Ein großes Dankeschön geht deshalb an alle **dti**-Mitglieder, die sich im Arbeitskreis „Statistik“ für unsere Marktforschungsprojekte engagieren – und ganz besonders an die neue Vorsitzende des Gremiums, Simone Herrmann von iglo.



ABSATZSTATISTIK FÜR TIEFKÜHLPRODUKTE 2025

Inlandsabsatz in Tonnen: Lebensmittelhandel (inklusive Heimdienste)
 bzw. Außer-Haus-Markt (Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung etc.)

	LEBENSMITTELHANDEL			AUßER-HAUS-MARKT			GESAMTMARKT		
	2024	2025	+/-	2024	2025	+/-	2024	2025	+/-
TIEFKÜHLPRODUKTE GESAMT	2.016.620	2.070.079	2,7%	2.120.336	2.168.346	2,3%	4.136.956	4.238.425	2,5%
SELBER KOCHEN									
SELBER KOCHEN GESAMT	907.116	923.242	1,8%	789.921	785.110	-0,6%	1.697.037	1.708.352	0,7%
GEMÜSE	286.910	284.743	-0,8%	235.271	238.004	1,2%	522.180	522.747	0,1%
Spinat	76.151	76.485	0,4%	17.401	17.792	2,2%	93.552	94.277	0,8%
Rohgemüse + Kräuter	134.522	134.309	-0,2%	191.586	193.113	0,8%	326.108	327.422	0,4%
Gemüsezubereitungen	76.237	73.949	-3,0%	26.284	27.099	3,1%	102.520	101.048	-1,4%
FISCH	202.445	212.631	5,0%	90.938	91.081	0,2%	293.383	303.712	3,5%
Fischfilet natur	35.809	37.170	3,8%	17.201	16.547	-3,8%	53.009	53.717	1,3%
Fischgerichte	41.783	44.290	6,0%	6.353	6.035	-5,0%	48.136	50.325	4,5%
Fischstäbchen	66.266	69.022	4,2%	4.213	4.929	17,0%	70.479	73.951	4,9%
Panierter Fisch	34.648	36.380	5,0%	49.380	50.812	2,9%	84.028	87.192	3,8%
Restl. Fisch + Meeresfrüchte	23.938	25.769	7,6%	13.792	12.758	-7,5%	37.730	38.527	2,1%
KARTOFFELN	273.489	280.399	2,5%	231.174	236.852	2,5%	504.663	517.251	2,5%
Pommes frites	212.420	217.314	2,3%	173.889	178.757	2,8%	386.308	396.071	2,5%
Sonstige Kartoffelprodukte	61.070	63.085	3,3%	57.286	58.094	1,4%	118.355	121.179	2,4%
FLEISCH	139.464	140.809	1,0%	222.907	209.528	-6,0%	362.371	350.337	-3,3%
Fleisch roh	26.248	24.197	-7,8%	169.977	151.571	-10,8%	196.226	175.768	-10,4%
davon Fleisch	20.591	18.738	-9,0%	159.664	140.504	-12,0%	180.255	159.242	-11,7%
davon Wild + Wildgeflügel	5.657	5.459	-3,5%	10.313	11.066	7,3%	15.971	16.526	3,5%
(Haus-) Geflügel (roh)	113.216	116.612	3,0%	52.929	57.958	9,5%	166.145	174.570	5,1%
BEILAGEN (Getreide + Mehlerzeugnisse)	4.809	4.660	-3,1%	9.631	9.645	0,2%	14.439	14.305	-0,9%
FIX & FERTIG									
FIX & FERTIG GESAMT	836.168	860.172	2,9%	423.114	461.104	9,0%	1.259.282	1.321.277	4,9%
GERICHTE	361.120	378.238	4,7%	144.250	144.382	0,1%	505.370	522.620	3,4%
Komplettgerichte	153.833	169.216	10,0%	44.731	44.060	-1,5%	198.563	213.276	7,4%
Teilgerichte (inkl. Soßen)	201.650	203.667	1,0%	91.581	92.415	0,9%	293.232	296.082	1,0%
Eintöpfe/Suppen	5.636	5.355	-5,0%	7.938	7.907	-0,4%	13.575	13.262	-2,3%
Alternativprodukte (pflanzenbasiert)	9.246	9.257	0,1%	8.153	8.605	5,5%	17.400	17.862	2,7%
PIZZA	395.216	399.564	1,1%	29.753	31.806	6,9%	424.969	431.370	1,5%
SNACKS (inkl. Käse)	70.585	73.113	3,6%	240.958	276.312	14,7%	311.544	349.425	12,2%
FRÜHSTÜCK & DESSERT									
FRÜHSTÜCK & DESSERT GESAMT	273.336	286.665	4,9%	907.301	922.131	1,6%	1.180.637	1.208.796	2,4%
BACKWAREN	232.689	241.754	3,9%	869.916	885.082	1,7%	1.102.606	1.126.836	2,2%
Kuchen, Torten u.a.	114.684	116.060	1,2%	91.136	93.415	2,5%	205.821	209.475	1,8%
Teige	2.272	2.090	-8,0%	9.722	8.766	-9,8%	11.993	10.856	-9,5%
Brot, Brötchen u.a.	115.733	123.603	6,8%	769.058	782.901	1,8%	884.792	906.504	2,5%
OBST (inkl. Säfte)	35.072	39.280	12,0%	31.759	31.282	-1,5%	66.830	70.562	5,6%
MILCHERZEUGNISSE, SÜßSPEISEN	5.575	5.630	1,0%	5.627	5.767	2,5%	11.201	11.397	1,8%

TK BLEIBT AUCH 2025 WEITER AUF ERFOLGSKURS
 2025 verzeichnete der Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland ein Wachstum von 2,5 Prozent. Der Pro-Kopf-Verbrauch stieg um 0,8 kg auf 51,6 kg (2024: 50,8 kg) und setzte seinen Erfolgskurs damit weiter fort. Trotz anhaltender wirtschaftlicher Unsicherheiten und einer weiterhin gedämpften Konsumstimmung behauptete die TK-Branche ihre Marktstärke und konnte ihre Position weiter ausbauen. Der Markt war 2025 stärker denn je von veränderten Lebens- und Konsumgewohnheiten geprägt: Unterschiedliche Alltagsrhythmen, steigende Preise sowie eine zunehmende Individualisierung der Essgewohnheiten führen zu einer wachsenden Bedeutung von flexiblen und schnell verfügbaren Lösungen. Tiefkühlprodukte profitieren von dieser Entwicklung, da sie ein hochwertiges, nährstoffreiches, vielseitiges, unkompliziertes und gleichzeitig bezahlbares Ernährungsangebot machen. Insgesamt zeigt sich, dass der TK-Markt 2025 gleichermaßen von wirtschaftlichen Faktoren und einem strukturellen Wandel im Konsum geprägt ist.



Hier geht's zur ausführlichen
dTi-Absatzstatistik 2025:



<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemitteilungen/pm-2026-06-absatzstatistik-2025>

« *Der dti-Statistikausschuss war für mich immer mehr als nur eine Aufgabe: Die Arbeit war geprägt von echtem Interesse an der Tiefkühl-Branche und dem Austausch mit großartigen Kolleginnen und Kollegen. Das Angebot, ab 2006 den Vorsitz zu übernehmen, hat mich geehrt, und ich habe das entgegengebrachte Vertrauen über 20 Jahre als besondere Wertschätzung empfunden. Es ist wichtig, die Absatzstatistik auch künftig fortzuführen, da sie als verlässliches, neutrales, datenbasiertes Instrument Orientierung gibt und die positive Entwicklung der Branche langfristig sichtbar macht. Umso mehr freut es mich, dass mit Simone Herrmann eine äußerst kompetente und engagierte Nachfolgerin für den Vorsitz gewonnen werden konnte. Auch in meiner*

Altersteilzeit bleibe ich dem dti und der TK-Branche weiterhin eng und aktiv verbunden. »



Christoph Selle,
Leiter Marktforschung bei
Original Wagner Pizza

Die Mitwirkung der **dti**-Mitgliedsunternehmen und der gesamten TK-Branche an der **dti**-Absatzstatistik ist entscheidend! Jedes Jahr arbeitet das **dti** intensiv daran, die Beteiligung an der Erhebung weiter zu steigern. Denn nur durch die Unterstützung der gesamten Branche kann die Datenqualität sichergestellt werden und die Absatzstatistik als wichtige Informationsquelle für die TK-Branche aufrechterhalten bleiben.

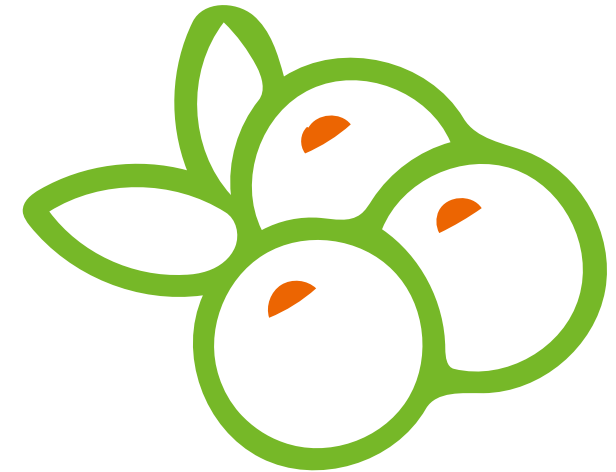
Special thanks: Nach über zwanzig Jahren engagierter und führender Mitarbeit haben wir im Oktober 2025 den langjährigen Vorsitzenden des **dti**-Arbeitskreises „Statistik“, Christoph Selle (Original Wagner Pizza), in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet. Mit großem persönlichem Einsatz, fachlicher Kompetenz und seiner offenen, zugewandten Art hat er die Arbeit im Gremium über viele Jahre maßgeblich gestaltet und weiterentwickelt. Wir bedanken uns sehr herzlich für die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit! Gleichzeitig freuen wir uns, mit Simone Herrmann (iglo) eine erfahrene und hochmotivierte Nachfolgerin im Vorsitz begrüßen zu dürfen. Sie ist seit vielen Jahren im Ausschuss aktiv und wird die Arbeit in bewährter Weise fortführen. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit ihr als Vorsitzende!



Annette Venohr (**dti**) mit der neuen Vorsitzenden des **dti**-Statistikausschusses Simone Herrmann (iglo)

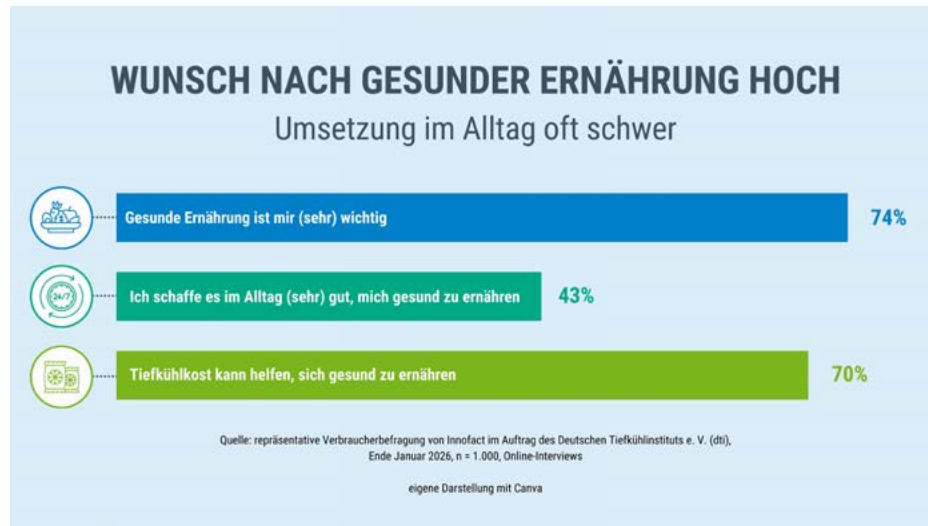
« *Ich habe den Vorsitz des dti-Statistikausschusses übernommen, weil mir die Weiterentwicklung unserer Branche am Herzen liegt. Ich möchte hierbei faktenbasiert arbeiten und dazu beitragen, dass die Absatzstatistik von allen Marktteilnehmern weiter geschätzt wird. Mir ist wichtig, diesen Prozess aktiv zu gestalten und die Perspektiven aller Beteiligten einzubinden. Hierbei benötigen wir dringend die Unterstützung von weiteren Herstellern, die aktiv im Ausschuss mitwirken!* »

Simone Herrmann,
Senior Category Manager bei iglo
Vorsitzende des **dti**-Arbeitskreises Statistik



TK-TRENDBAROMETER: DIE VERBRAUCHER:INNEN IM BLICK

Im „TK-Trendbarometer“ befragt das **dti** Verbraucher:innen zu aktuellen Ernährungsthemen im Online-Panel des Marktforschungsinstitutes InnoFact. Wir analysieren neue Trends für TK und liefern der Branche so wertvolle Einblicke in die Einstellungen der Konsument:innen. Die Ergebnisse veröffentlichen wir über bundesweite Pressemitteilungen, die von den Medien gerne aufgegriffen werden, und nutzen sie gezielt auch für politische Diskussionen, etwa bei unserer Veranstaltungsreihe „KOSTBAR – Die Lebensmitteldebatte am Morgen“.



UNSERE „TK-TRENDBAROMETER“-THEMEN 2025/2026

■ September 2025: Lebensmittelverschwendung

Lebensmittelverschwendung bleibt eine große Herausforderung im Alltag vieler Haushalte in Deutschland. Die Ergebnisse des TK-Trendbarometers 2025 zeigen, dass frische und gekühlte Lebensmittel deutlich häufiger entsorgt werden als tiefgekühlte. Während 57 Prozent der Befragten angeben, frische Lebensmittel regelmäßig oder gelegentlich wegzuworfen, und 49 Prozent dies bei gekühlten Produkten tun, liegt der Anteil bei TK „nur“ bei rund 33 Prozent. Tiefkühlprodukte leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen. Gründe dafür sind insbesondere die lange Haltbarkeit sowie die flexible Portionierbarkeit. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass es weiterhin Aufklärungsbedarf beim richtigen Umgang mit Lebensmitteln gibt, das gilt auch für Tiefkühlprodukte.

■ Februar 2026: Gesundheit

Eine ausgewogene Ernährung hat für viele Menschen in Deutschland einen hohen Stellenwert, sie lässt sich im Alltag jedoch nicht immer konsequent um-

setzen. Die Ergebnisse des TK-Trendbarometers 2026 zeigen, dass eine große Mehrheit Wert auf gesunde Ernährung legt, aber nur ein Teil der Befragten diesen Anspruch im Alltag umsetzen kann. Zeitmangel und Alltagsstress zählen dabei zu den wichtigsten Hürden.

TK wird hier als praktische Unterstützung wahrgenommen. Viele Verbraucher:innen schätzen insbesondere den Erhalt von Nährstoffen, die lange Haltbarkeit sowie die einfache Vorratshaltung bei TK. Gleichzeitig bestehen jedoch weiterhin Vorbehalte gegenüber TK, etwa hinsichtlich vermeintlicher Zusatzstoffe.

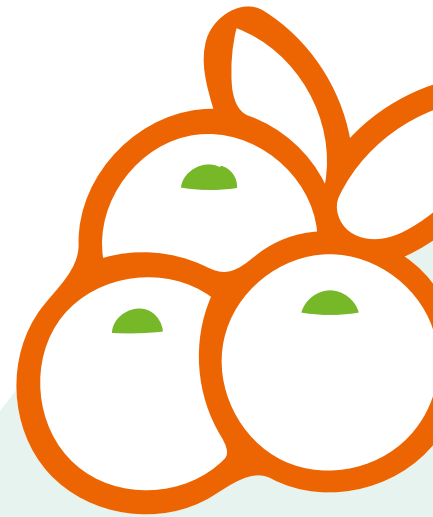
Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse, dass Tiefkühlprodukte eine wichtige Rolle dabei spielen können, gesunde Ernährung im Alltag umzusetzen – es gibt aber auch weiterhin hohen Aufklärungsbedarf bei den Verbraucher:innen.

«*Unser aktuelles TK-Trendbarometer zeigt eindeutig, dass Tiefkühlprodukte dabei helfen, Lebensmittelverschwendung deutlich zu verringern.*»

Dr. Sabine Eichner,
dti-Geschäftsführerin

«*Die Ansprüche der Konsument:innen an Ernährung werden immer größer und vielseitiger. Durch die regelmäßige Messung mit unserem TK-Trendbarometer können wir verlässlich erste Tendenzen in diesem Bereich identifizieren und sie bei Bedarf genauer untersuchen. Der regelmäßige Deep-Dive in bestimmte, aktuelle Themen liefert stets zusätzliche interessante Einblicke in das Konsument:innenverhalten und zeigt, was Konsument:innen von TK-Produkten erwarten und was sie an den Produkten schätzen. Die überwiegende Mehrheit der Bürger:innen hat immer noch eine klare Vorstellung davon, wie sie sich ernähren will. Frische und preiswerte Produkte, eine gesunde, ausgewogene Ernährung sowie natürliche Zutaten bleiben dabei die wichtigsten Aspekte. TK wird dazu in Zukunft einen immer größeren Beitrag leisten können.*»

Chris Schachinger,
Partner Innofact



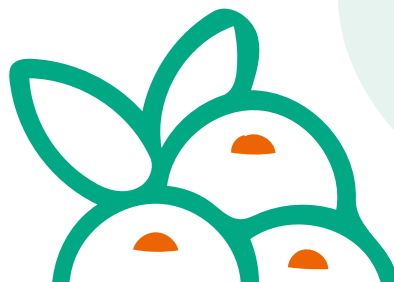
Hier geht's zur ausführlichen Pressemitteilung mit allen Ergebnissen des TK-Trendbarometers „Lebensmittelverschwendung“ 2025:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-21-lmv-mismit>



Hier geht's zur ausführlichen Pressemitteilung mit allen Ergebnissen des TK-Trendbarometers „Gesundheit“ 2026:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2026-05-ktrendbarometer>



HIGHLIGHTS VON DR. SABINE EICHNER, *dti*-GESCHÄFTSFÜHRERIN

- Berührende Momente: die Preisverleihung an die TIEFKÜHL STARS auf der Anuga 2025
- Ausbau internationaler und nationaler TK-Netzwerke durch Events und Networking

Lust aufs Mitmachen bekommen? Dann werden Sie doch Partner beim TIEFKÜHL STAR 2026!

HANDEL



TIEFKÜHL STARS FÜR HERAUSRAGENDE TIEFKÜHLABTEILUNGEN!

TK ist eine Pflichtkategorie. TK ist eine technische Abteilung. So oder so ähnlich hört man es oft, wenn man mit dem Handel spricht. Aber es gibt sie, die herausragenden Beispiele, die zeigen, dass es anders und vor allem: besser geht. Eine überzeugende Sortimentsauswahl, eine kreative Präsentation, die Liebe zum Detail – das alles erleben wir bei den Bewerbungen für den TIEFKÜHL STAR, den jährlichen Wettbewerb von *dti* und Lebensmittel Praxis (LP), unterstützt von der Lebensmittelleitmesse Anuga. In drei Flächenkategorien zeichnen wir seit 2015 herausragende TK-Abteilungen im Handel aus, die optimal auf die Kundenbedürfnisse eingehen und das Potenzial von TK innovativ präsentieren. Die prämierten Abteilungen sind Vorbilder für den Handel. Sie drücken aber vor allem Wertschätzung für die Mitarbeiter:innen im Markt aus, die sich mit viel Sorgfalt und Engagement täglich darum kümmern, dass die TK-Produkte optimal für die Kund:innen inszeniert werden. Alnatura, Edeka, Kaufland, Globus, Rewe, Tegut oder Wasgau: Die Händler schicken jedes Jahr ihre besten Teams ins Rennen für die begehrte Auszeichnung als TIEFKÜHL STAR.



Dr. Sabine Eichner, dti-Geschäftsführerin



Die drei besten Tiefkühlabteilungen des Jahres 2025 wurden auf der Anuga mit den TIEFKÜHL STARS 2025 belohnt. Preisträger sind Edeka Görse & Meichsner in Berlin (bis 2.000 Quadratmeter), Rewe Kunkel in Memmingen (2.000 bis 4.000 Quadratmeter) und Marktkauf in Löhne. Nominiert waren drei Händlerteams je Kategorie.

Die Festrede zum 70. Geburtstag „Tiefkühlkost in Deutschland“, den wir 2025 auf der Anuga und natürlich auch bei der Verleihung der TIEFKÜHL STARS 2025 gefeiert haben, hielt Matthias Zwingel, Vizepräsident des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels e. V. (BVLH) und Geschäftsführer der Zwingel Handels GmbH. Er warf einen launigen und persönlichen Blick auf die Entwicklung von TK seit ihren Anfängen.

HANDEL UND INDUSTRIE IN HOCHKARÄTIGER JURY

Die hochkarätige Jury des TIEFKÜHL STARS, besetzt mit Expert:innen aus Handel und Industrie, bewertet die Wirtschaftlichkeit, die Orientierungsmöglichkeiten im Markt, die TK-Sortimente und den gesamten Look der Abteilung. Auch moderne, energieeffiziente Technik spielt eine wichtige Rolle. Die Jury wird umfassend mit Fotos und einem Bericht über die

Unseren Partnern – allen voran der Anuga und den Top-Marken unserer Kategorie – danken wir sehr herzlich für dieses wichtige Engagement für die gesamte Kategorie!

Kandidaten informiert, die sich auch einem Inkognito-Besuch durch die LP-Redaktion stellen müssen.

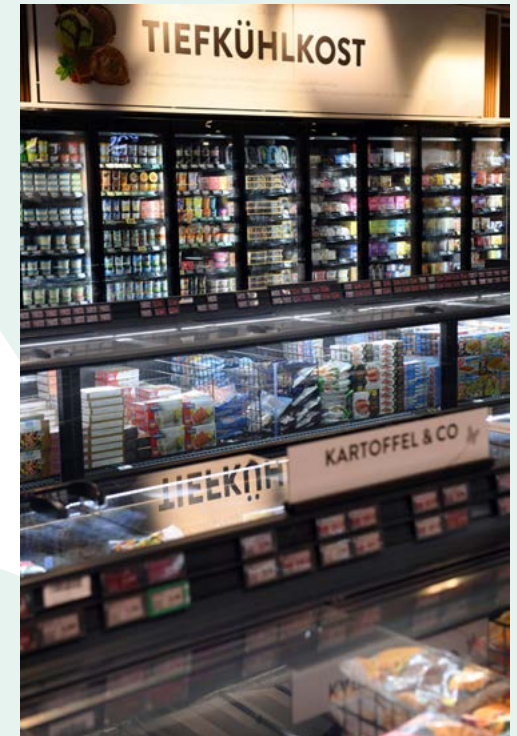
Unterstützt wurde der TIEFKÜHL STAR 2025 von den Unternehmen Carrier Kältetechnik, Coppenrath & Wiese, Costa Meeresspezialitäten, Dr. August Oetker Nahrungsmittel, GS1 Germany, Iglo Deutschland, Original Wagner Pizza und Schwarzwaldmilch.

TK AUCH IM HANDEL WEITER ERFOLGREICH

Im Lebensmittelhandel (LEH)/Heimdienste (HD) erzielte TK 2025 ein mengenmäßiges Wachstum von 2,7 Prozent und zeigte damit erneut seine Bedeutung für eine leckere, gesunde und bezahlbare Ernährung. Es wurde eine Menge von 2.070.079 Tonnen (2024: 2.016.620 Tonnen) abgesetzt. Das entspricht einem Wachstum von 2,7 Prozent. TK konnte damit ihre wichtige Rolle für den Handel als Frische-, Convenience- und Bevorratungskategorie wieder eindrucksvoll unterstreichen. Der Tiefkühlumsatz im LEH/HD stieg nur geringfügig um 4,7 Prozent auf 12,31 Milliarden Euro (2024: 11,77 Milliarden Euro).

Im LEH resultierte das Umsatzwachstum von TK vor allem aus höheren Ausgaben pro Einkaufsakt sowie einer gestiegenen Einkaufshäufigkeit. Die Ausgabenzurückhaltung in der Gastronomie wiederum spiegelt sich in Mehrsätzen im LEH/HD: Die Verpflegung zu Hause, insbesondere mit Fertiggerichten, hat weiter zugelegt. Einen positiven Einfluss hat auch der zunehmende Einsatz von Airfryern in den Privathaushalten, der vielen TK-Segmenten neue Potenziale ermöglicht.

TK-Produkte zum Selber Kochen verzeichneten 2025 einen Zuwachs von 1,8 Prozent, damit blieben sie aber dennoch unter der Entwicklung in den Segmenten Fix & Fertig und Frühstück & Dessert. Die Warengruppe Fix & Fertig (2,9 Prozent) setzte ihre positive Entwicklung weiter fort. Insbesondere Fertiggerichte konnten mit einem Zuwachs von 4,7 Prozent stark zulegen. Der Bereich Frühstück & Dessert konnte 2025 beim Absatz wieder um 4,9 Prozent wachsen und zeigte damit eine starke Performance. TK-Backwaren verzeichneten nach dem Einbruch in 2024 ein starkes Plus mit 3,9 Prozent, das vor allem von TK-Brot und -Brötchen getragen wurde.



HIGHLIGHTS VON CLAUDIA SOMMER, **dti**-REFERENTIN FÜR DEN AUSSER-HAUS-MARKT

- Netzwerktreffen des **dti**-Arbeitskreises Außer-Haus-Markt bei Nestlé und ifp
- Besuch der Mitglieder auf der INTERNORGA 2026
- Die tolle Zusammenarbeit und der offene Austausch im AK AHM!

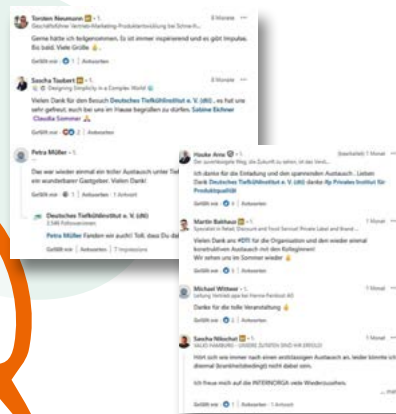


Claudia Sommer

AUSSER-HAUS-MARKT

dti-ARBEITSKREIS AUSSER-HAUS-MARKT: EINZIGARTIGES NETZWERK DER PARTNER DER GASTRONOMIE

WAS SIND DIE AUFGABEN DES ARBEITSKREISES?
 Gemeinsam mit den Foodservice-Spezialist:innen der Mitgliedsunternehmen erarbeitet das **dti** Positionen für die politische Interessenvertretung sowie Projekte in Marktforschung und Kommunikation. Unser Ziel ist es, Image und Akzeptanz von TK bei professionellen Anwendern zu stärken. Als neutraler Branchensprecher kann das **dti** diese Aktivitäten optimal gegenüber Absatzpartnern und Profi-Verwendern koordinieren. So schärft die Zukunftskategorie TK ihr Profil zum Vorteil der gesamten Branche.



«Das **dti** vereint Tiefkühlunternehmen mit einer großen Bandbreite an Produkten und unterschiedlichen strategischen Ansätzen. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, die Vorteile von TK gezielt zu vermitteln – sowohl an professionelle Anwender als auch an politische Akteure und weitere Stakeholder. Der **dti**-Arbeitskreis Außer-Haus-Markt bietet dafür eine Mitglieder-exklusive Plattform für den Austausch und die Zusammenarbeit. Durch die gebündelte Fachkompetenz des **dti** und seiner Mitglieder entsteht ein Mehrwert für die gesamte Branche.»



Petra Müller, Vertriebsleiterin Foodservice & Export bei Burgis und Vorsitzende des **dti**-Arbeitskreises Außer-Haus-Markt

WIE HAT SICH DER ARBEITSKREIS ENTWICKELT?
 Das Netzwerk hat sich in den letzten Jahren erweitert. Austausch und Zusammenarbeit sind intensiver geworden. Aktuell beteiligen sich rund 40 Kolleg:innen im Arbeitskreis. In der Lebensmittelindustrie ist unser AHM-Netzwerk einzigartig. Es ermöglicht dem **dti**, die Interessen der Mitglieder im AHM fundiert zu vertreten.

AKTIV IM LENKUNGSTEAM: EXTRA-ENGAGEMENT FÜR DIE BRANCHE
 Anfang 2024 haben wir ein Lenkungsteam im stark gewachsenen AK AHM gebildet, um Projekte schneller umsetzen zu können. Hier bringen Carsten Brinck (McCain), Tom Großmann (Salomon FoodWorld), Petra Müller (Burgis), Sascha Nickschat (Valio) und Michael Wittwer (Hanna-Feinkost) ihre Expertise ein. Danke für dieses großartige Extra-Engagement!

WECHSEL AN DER SPITZE DES AK AHM
 Nach der Wahl von Simon Morris zum **dti**-Vorstandsvorsitzenden im Mai 2025 hat er den Staffelnstab als Vorsitzender des Arbeitskreises Außer-Haus-Markt an Petra Müller, Burgis, weitergegeben. Unterstützt wird die neue Leitung durch das Lenkungsteam des Arbeitskreises.

NETZWERKTREFFEN BEI NESTLÉ IN FRANKFURT, JULI 2025
 Im Juli 2025 trafen sich auf Einladung von Sascha Taubert, Nestlé Professional, und Anita Wälz, Nestlé Deutschland, rund 30 Mitglieder des AK AHM in der neuen Nestlé-Zentrale in Frankfurt, um von hochkarätigen Referent:innen mehr über New Work, moderne Betriebsgastronomie und Change-Management zu erfahren.

- Markus Tust (FCSI) von Soda Group, beim Neubau verantwortlich für die Küchenplanung, nahm die Teilnehmenden mit in die Zukunft der Kantine als einen Raum für Gemeinschaft im Unternehmen: „Die liebe Kantine begleitet uns ein Leben lang!“



- Jochen Pinsker von Circana, schon in den vergangenen Jahren immer wieder mit Impulsen zu Gast beim AK AHM, gab uns einen umfassenden Überblick zu Trends und der Entwicklung der Gastronomie: Er sagt: „Die Betriebsgastronomie kann ein Hebel sein, die Mitarbeitenden wieder in die Büros zu holen!“



- Dörte Albrecht und Christopher Mück, Drees & Sommer, beeindruckten die Anwesenden mit Einblicken in ihr spannendes Projekt mit Nestlé und zeigten, wie New Work durch ganzheitliche Raum- und Kulturkonzepte erlebbar wird.



Gelungenes AHM-Netzwerktreffen bei Nestlé in Frankfurt

- Gut versorgt mit einem leckeren Mittagessen in der neuen Nestlé-Kantine „Markthalle“ bekamen wir anschließend durch Carsten Esser, Leiter Küchenfachliche Beratung bei Nestlé Professional, Einblick in die kulinarischen Welten der „Markthalle“, der Nestlé Professional-Küche und des Maggi-Kochstudios.
- Schließlich dann der spektakuläre Ausblick auf die Frankfurter Skyline von der Terrasse in der 11. Etage und der Rückweg über die „Wandeltreppe“ mit Einblick in die beneidenswerte neue Arbeitswelt der Nestlé-Mitarbeitenden.



Get together am Vorabend am Mainufer in Frankfurt

Herzlichen Dank, dass wir zu Gast sein durften – das war ein absolut gelungener Netzwerktag, mit einem sommerlichen Auftakt am Abend vorher mit Blick auf den Main.



NETZWERKTREFFEN BEI IFP IN BERLIN, JANUAR 2026
 Unter dem Motto „Für die Zukunft gut aufgestellt“ war der **dti**-Arbeitskreis Außer-Haus-Markt im Januar 2026 zu Gast beim **dti**-Mitglied Institut für Produktqualität (ifp) im Berliner Wissenschafts- und Technologiepark Adlershof.

Aus aktuellem Anlass – zwei große Stromausfälle in Berlin innerhalb von sechs Monaten – gaben uns der Gründer des ifp, Dr. Wolfgang Weber, und der IT-Leiter, Niko Matschke, einen Überblick über ihre Erfahrungen beim Blackout im September 2025 im Berliner Südosten. Für die Teilnehmenden hatten sie ihre Learnings und Tipps für das Krisenmanagement zusammengestellt. Wichtigste Erkenntnis: „Die Verantwortlichen müssen vor Ort sein.“

„Für die Zukunft gut aufgestellt“ bedeutet aber nicht nur, Krisen gut zu meistern, sondern auch zu sehen, welche Trends die Zukunft bestimmen. Dafür hatten wir Katrin Schulze, Head of Innovation FutureFoodCo, gebeten, die von ihr identifizierten aktuellen Food-Trends zu erläutern. Sie erklärte, wie Start-ups, aber auch bereits etablierte Unternehmen, neue Produkte schnell und erfolgreich auf den Markt bringen – oder vorhandene Produkte neu aufstellen können.

TK-relevante Erkenntnisse und Trends aus seinem Großverbraucher:innenpanel präsentierte Hauke Arns, Geschäftsführer Geomarketing GmbH. Tom Großmann, Vertriebsleiter Salomon FoodWorld und



Gründer ifp Dr. Wolfgang Weber und CEO ifp Dr. Markus Zell bei der Begrüßung

Mitglied unseres Arbeitskreises, stellte das am Markt noch neue Daten-Tool „Garoma“ vor. Er zeigte, wie damit Trendgerichte auf Speisekarten und vieles mehr rund um die Gastro analysiert werden können und wie sein Unternehmen dieses Tool nutzt.

« **Im dti-Arbeitskreis Außer-Haus-Markt profitieren wir von starkem fachlichem Austausch und wertvollen Zukunftsimpulsen für die gesamte Tiefkühlbranche. Wir freuen uns, dabei zu sein!** »

Marcus Brühl,
 Country Sales Manager
 DACHL- NEE- CIS bei Lamb Weston

FutureFoodCo Trends 2026



Was passiert im Markt? Die wichtigsten Foodtrends



Ein herzliches Dankeschön an unsere Gastgeber Dr. Markus Zell, Dr. Wolfgang Weber und Adalbert Elmers vom ifp sowie an ihre Kolleg:innen, die uns aufs Beste umsorgt haben, und an unsere fabelhaften Referent:innen. Auf einen gelungenen Abend in Kreuzberger Kneipenatmosphäre folgte ein erfolgreicher fachlicher Austausch!

AKTIVITÄTEN

FÜR MEHR TK-SICHTBARKEIT AUF DER INTERNORGA
 Was liegt auf den Tellern von morgen? Auf unserer Webseite haben wir vor der Internorga 2026, internationale Leitmesse für Hospitality und Foodservice in Hamburg, Statements von Marktkenner Jochen Pinsker und unseren ausstellenden Mitgliedern zu den TK-Trends für Gastro und Gemeinschaftsverpflegung präsentiert. Damit machen das **dti** und seine Mitglieder noch sichtbarer, warum TK mehr denn je ein unverzichtbarer Partner der modernen Gastronomie ist. Wir zeigen, dass angesichts der vielfältigen Herausforderungen, vor denen Gastro-Betriebe derzeit stehen, Tiefkühlprodukte Gamechanger mit smarten Lösungen sind, die den Küchenalltag effizienter machen.

Das Team der Hamburg Messe + Congress verlinkte per Online-Banner in einem Highlight-Newsletter kurz vor Messebeginn auf unsere **dti**-Landingpage und verschaffte so den Statements unserer Mitglieder große Sichtbarkeit und Reichweite. Außerdem wurden die **dti**-Expert:innen-Statements auf der Webseite der Internorga veröffentlicht.

Danke an alle, die uns mit ihren qualitativen Statements unterstützt haben!



Hier geht's zur **dti**-Landingpage **INTERNORGA 2026:**

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/internorga-2026>



dti-Gastro-Statements auf der **INTERNORGA**-Website:

<https://www.internorga.com/news-details/article/innovation-bei-18-c-das-deutsche-tiefkuehlinstitut-auf-der-internorga-2026>

Hier wird Zukunft serviert

New Work, Nachhaltigkeit, International und Future Food sowie Digitalisierung sind für dich nicht nur Buzzwords? Dann bist du bei What the Food! - by foodlab in Halle B5 genau richtig. Loos geht's morgen mit einem Startup-Pitch, es folgen Panel Talks und Fireside Chats. Schau unbedingt vorbei, hier triffst du täglich zwischen 10:45 und 17:00 Uhr echte Food Minds.

Let's talk food

sponsored

WAS LIEGT AUF DEN TELLERN VON MORGEN? TIEFKÜHL-TRENDS FÜR PROFIKÜCHEN.

JETZT LESEN

TX – Vielfalt in Peak-Qualität. Effizient. Entlastend. Sicher.

dti
Deutsches Tiefkühlinstitut

INTER NORGA
 SAVE THE DATE
 13.-17. MÄRZ 2026

Wir freuen uns auf dich!
 Dein INTERNORGA-Team
 Zum Ticketshop

Ausschnitt aus dem Internorga-Newsletter vom 12. März 2026

TIEFKÜHL-POWER AUF DER INTERNORGA!
 dti Mitglieder präsentieren Neuheiten auf der internationalen Leitmesse für Hospitality und Foodservice in Hamburg

WAS LIEGT AUF DEN TELLERN VON MORGEN? TIEFKÜHL-TRENDS FÜR PROFIKÜCHEN.

JETZT LESEN

TK – Vielfalt in Peak-Qualität. Effizient. Entlastend. Sicher.

Tiefkühlkost gehört zu den wichtigsten Ausstellungsbereichen auf der internationalen Leitmesse INTERNORGA 2024 vor fast jedes zweite ausstellende Food-Unternehmen ein Hersteller von Tiefkühlprodukten

Auch dieses Jahr präsentiert sich eine starke Tiefkühl-Branche bei der INTERNORGA 2026, vom 13. bis 17. März 2026 auf dem Hamburger Messegelände

„Unser gemeinsames Ziel: Gastgeber:innen in Gastro und Gemeinschaftsverpflegung dabei unterstützen, die Wünsche der Gäste mit Leidenschaft und Kompetenz umzusetzen – AUS LIEBE ZUM GENUSS und für ein einzigartiges gastronomisches Erlebnis.“



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

AUSTAUSCH MIT DEM REFERAT GEMEINSCHAFTSVERPFLEGE IM BMLEH

Im Herbst 2025 war das **dti** für einen Austausch zur Rolle von TK in der Gemeinschaftsverpflegung in das Referat für Gemeinschaftsverpflegung des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) eingeladen. Großes Interesse bestand hier an den Ergebnissen unserer **dti**-Studie „Ernährung 3.0: Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“. Den Verantwortlichen im BMLEH konnten wir erläutern, dass TK aus der Gemeinschaftsverpflegung nicht mehr wegzudenken ist. Der konstruktive Austausch lieferte uns interessante Einblicke in die aktuellen Schwerpunkte des Referats. Das **dti** hat sich mit einer Einladung zur politischen **dti**-Diskussionsveranstaltung „KOST-BAR – die Lebensmitteldebatte am Morgen“ zum Thema „Ernährungsstrategie neu gedacht – So gelingt die Umsetzung in der Praxis!“ revanchiert, ebenfalls im Herbst 2025, an der Referatsleiterin Kora Perlzweig teilgenommen hat.

NETZWERK IN DER GASTROBRANCHE AUSGEBAUT

Als Verband wollen wir unsere Mitglieder aus dem Außer-Haus-Markt mit wichtigen Akteuren aus der

Gastro vernetzen. Impulse von außen bringen uns alle voran, sorgen für gegenseitiges Verständnis und gemeinsames Wachstum. Das vergangene Jahr haben wir wieder intensiv genutzt, um den Austausch mit den Akteuren in der Außer-Haus-Markt-„Welt“ zu suchen.

Hier nur eine kleine Auswahl:

- Den Austausch und die Zusammenarbeit mit der INTERNORGA haben wir intensiviert.
- Auch der Bundesverband der Systemgastronomie (BdS) und der DEHOGA Bundesverband sind für uns wichtige Austauschpartner, vor allem rund um politische Themen.
- Sehr interessant: der Austausch mit Dr. Marcel Klinge von der „Denkfabrik Zukunft der Gastwelt“ zur Zukunft der Branche
- United Against Waste: Kennenlernen und Austausch mit dem neuen Geschäftsführer Frank Bußmann – Synergien nutzen und gemeinsam für die Branche Projekte anstoßen ist der gemeinsame Plan.
- Jochen Pinsker von Circana: immer gern gesehener Speaker in unserem AHM-Netzwerk
- Hauke Arns vom Großverbraucherpanel der Geo-Marketing GmbH – da gibt es spannende gemeinsame Ideen für die Branche!



Hier geht's zum **dti**-Positionspapier „TK in der Gemeinschaftsverpflegung“:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/aktuelles-1/dti-positionspapier-gemeinschaftsverpflegung>



Hier geht's zur **dti**-Studie „Ernährung 3.0: Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/dti-studie-ernaehrung-3.0>



3 FRAGEN AN ...



JOCHEN PINSKER,
SENIOR VICE PRESIDENT
CIRCANA

LIEBER HERR PINSKER, WIE SEHEN SIE DIE BEDEUTUNG VON TIEFKÜHLPRODUKTEN FÜR DIE GASTRONOMIE HEUTZUTAGE?

„Insgesamt werden Produkte mit höherem Convenience-Grad und dabei insbesondere tiefgekühlte Lebensmittel für Gastronomen immer mehr zum strategischen Werkzeug. Sie sorgen für Effizienz, durch Portionierbarkeit, Qualität und wirtschaftliche Stabilität in den Gastrobetrieben.“

WO SEHEN SIE DIE WICHTIGSTEN TK-VORTEILE FÜR GASTRONOM:INNEN?

„TK sorgt für Flexibilität und Planbarkeit. Durch längere Haltezeiten können sie gerade bei volatiler Nachfrage Gastronomiekonzepten helfen. Außerdem erfüllen die modernen TK-Produkte zunehmend die steigenden Anforderungen an Nachhaltigkeit, Regionalität und pflanzenbasierte Ernährung. Auch weniger Food Waste durch einfache Portionierbarkeit ist hier ein wichtiger Aspekt.“

WIE KANN DIE TK-BRANCHE DIE GASTRO WEITER UNTERSTÜTZEN?

„Die Gastronomie braucht vor allem flexible Belieferung, weil die Nachfrage volatil ist. Ein großes Problem ist auch der Personalmangel – daher werden gute und eben auch TK-Convenience-Produkte immer wichtiger. Dazu braucht es geeignete und attraktive Rezepturen, die auch ungelerntem Personal eine gute und konsistente Zubereitung ermöglichen.“



INTERESSENVERTRETUNG & SCHUTZ



HIGHLIGHTS VON JULIANE ZANDER, *dti*-REFERENTIN FÜR QUALITÄTSMANAGEMENT & NACHHALTIGKEIT

- Werksführung bei Freiburger – hinter die Kulissen der Pizzaproduktion schauen und später die leckeren Pizzen verkosten dürfen
- 16. *dti*-QUALITÄTSFORUM 2025 – hochkarätige Speaker wie Dr. Klaus Berend (EU-Kommission)
- Wiedersehen mit ehemaligen Mitgliedern des *dti*-QM-Ausschusses auf dem *dti*-QUALITÄTSFORUM
- Begrüßung von neuen Mitgliedern im *dti*-QM-Ausschuss



Juliane Zander

QUALITÄT, KENNZEICHNUNG, ERNÄHRUNG

Das *dti* vertritt die Interessen der Tiefkühlbranche und die Vorteile von TK gegenüber Politik, Wissenschaft, Medien und Verbraucher:innen – auch in Qualitätsmanagement, Lebensmittelkennzeichnung und Ernährungspolitik.

Mit wissenschaftlich fundierter Kommunikation schützt das *dti* die Kategorie TK vor unsachlichen oder wissenschaftlich nicht haltbaren Vorwürfen und betont die Bedeutung von TK für eine gesunde, nachhaltige Ernährung.

Das *dti* bringt die Perspektive seiner Mitgliedsunternehmen in (inter-) nationale Gremien ein, beteiligt sich an Stakeholderforen, erstellt Faktenpapiere und Verbraucher:innen-Informationen und steht im Dialog mit Politik und Wissenschaft. Über Rundschreiben, Online-Seminare (*dti*-digital), Fachkonferenzen und Workshops bietet das *dti* seinen Mitgliedern stets ein aktuelles Informationsangebot.

Das *dti* liefert Entscheidungshilfen, Fachwissen und ein starkes Netzwerk und gestaltet so die Qualität der Tiefkühlprodukte von heute und morgen mit – kompetent, nah an der Praxis und immer aktuell.



dti-Qualitätsmanagement-Ausschuss; Verabschiedung Dr. Jürgen Sommer (Mitte, unten)



DREI NEUE STIMMEN IM AUSSCHUSS:

„Ich schätze den offenen, konstruktiven Austausch. Hier werden genau die Themen behandelt, die für die Tiefkühlindustrie relevant sind.“



Dr. Peter Kunz,
Senior Executive Manager
R&D Quality Assurance,
Management Systems &
Food Law, Dr. Oetker

„Im dti sehe ich ein wertvolles Netzwerk, um Erfahrungen aus unterschiedlichen Unternehmen auszutauschen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die eine nachhaltige und kontinuierliche Verbesserung bei uns ermöglichen.“

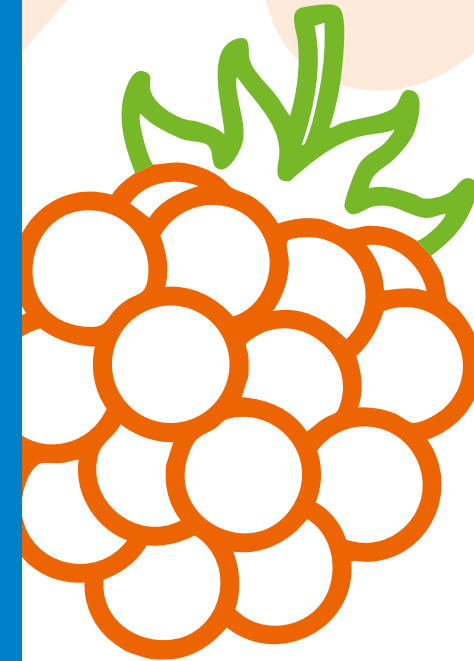


Stephanie Staben,
Head Sustainability and
Quality Management,
Freiberger Lebensmittel

„Mir gefällt, dass wir aktuelle Entwicklungen aus Forschung und Recht direkt diskutieren und auf die Branche übertragen können.“



Sonja Wißmann,
Leitung Qualitätswesen und
Entwicklung, Conditorei
Coppentrath & Wiese



dti-QUALITÄTSMANAGEMENT-AUSSCHUSS

Aus der Branche, für die Branche und mitten aus der Praxis: Im **dti**-Ausschuss „Qualitätsmanagement“ kommen unsere TK-Expert:innen zusammen, um über die Themen zu sprechen, die im Arbeitsalltag wirklich zählen. Qualitätsmanagement, Lebensmittelsicherheit oder Kennzeichnung – hier wird diskutiert, eingeordnet, hinterfragt und weitergedacht.

Seit 2025 beschäftigt uns unter anderem das internationale Forschungsvorhaben FROSTEQ, das wichtige Impulse für Qualität und Sicherheit tiefgekühlter Lebensmittel liefern wird. Ebenso haben wir aktuelle Fragen aus dem Bereich Lebensmittelsicherheit diskutiert, darunter ein geplantes Projekt des Forschungskreises der Ernährungsindustrie (FEI) zur Minimierung von 3-MCPD-Fettsäureestern beim Frittieren von panierten Lebensmitteln.

Ein weiterer wichtiger Baustein der Ausschussarbeit ist die aktive Mitgestaltung des **dti**-QUALITÄTSFORUMS: als zentrale Plattform, um den Austausch zu wirtschaftlichen, technischen und rechtlichen Fragen zu pflegen und Forschung zu fördern.

Das vergangene Jahr war zugleich von personellen Veränderungen geprägt: Der Ausschuss verabschiedete die langjährig engagierten Mitglieder Jürgen Ahlers (Conditorei Coppentrath & Wiese) und Dr. Jürgen Sommer (Freiberger Lebensmittel) in den Ruhestand und dankt ihnen ausdrücklich für ihre herausragende fachliche Expertise und ihr großes Engagement für die Qualitätsarbeit der Branche.

Gleichzeitig begrüßt der Ausschuss neue Mitglieder! Wir freuen uns als **dti**, dass die Nachfolgeregelungen nahtlos gestaltet werden konnten – ein wichtiges Signal für die

Kontinuität der Ausschussarbeit. Der QM-Ausschuss ist und bleibt das Rückgrat der Lebensmittelfacharbeit im **dti**.

ERNÄHRUNGSSTRATEGIE „GUTES ESSEN FÜR DEUTSCHLAND“ – dti IM DIALOG MIT DEM BUNDESMINISTERIUM

Die Ernährungsstrategie „Gutes Essen für Deutschland“, von der Bundesregierung verabschiedet im Januar 2024, verfolgt das Ziel einer gesundheitsförderlichen und nachhaltigen Ernährung für alle. Besonders die Gemeinschaftsverpflegung, die täglich über 17 Millionen Menschen erreicht, spielt dabei eine Schlüsselrolle. Das **dti** hat die Entwicklung der Strategie aktiv begleitet und seine Expertise in den Stakeholder-Prozess der Bundesregierung eingebracht.

Mit dem Regierungswechsel im Frühjahr 2025 wurden neue politische Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten geschaffen, unter anderem im Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH). Vor diesem Hintergrund führte das **dti** Anfang 2026 ein erstes gutes Gespräch mit Dr. Monika Lahrssen-Wiederholt, der neuen Leiterin der Abteilung 2 „Ernährung, Ernährungssicherung und Gesundheitlicher Verbraucherschutz“. Ziel war es, die Arbeitsausrichtung der Abteilung kennenzulernen und zu erfahren, wie es mit der Ernährungsstrategie sowie der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie (NRI) weitergeht.

Gleichzeitig nutzte das **dti** die Gelegenheit, seine Position klar zu machen: Tiefkühlprodukte sind ein wichtiger Baustein für gesunde, nachhaltige und alltagstaugliche Ernährung, insbesondere in der Gemeinschaftsverpfle-



gung. Auch die TK-Vorteile beim Thema Nachhaltigkeit und der Vermeidung von Food Waste haben wir betont.

NATIONALE REDUKTIONS- UND INNOVATIONSSTRATEGIE (NRI) – TK-PRODUKTE AUF ERFOLGSKURS

Die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie (NRI) wurde 2018 vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestartet, um Zucker, Fett und Salz in Fertiglernsmitteln zu reduzieren und so ernährungsbedingten Krankheiten entgegenzuwirken – wissenschaftlich begleitet durch das Max Rubner-Institut (MRI), und im Begleitgremium unterstützt von Expert:innen aus Verbänden, u. a. aus dem **dti**, und NGOs.

Für die Tiefkühlbranche hatte das **dti** 2019 eine freiwillige Selbstverpflichtung abgegeben: Reduktion des durchschnittlichen Salzgehalts in TK-Pizzen auf 1,25 g/100 g bis Ende 2025. Die bisherigen Monitorings zeigen, dass dieser Wert praktisch bereits erreicht worden ist (2019: 1,27 g/100 g). Neben TK-Pizzen wurden auch TK-Komplettgerichte in einem Monitoring überprüft. Die Ergebnisse zeigen, dass hier eine insgesamt deutliche Reduktion

bei Salz, gesättigten Fettsäuren und Energie gelungen ist. Die TK-Hersteller kommen also ihrer Verantwortung nach – freiwillig, vorbildlich und sehr erfolgreich. Daher wurden TK-Fertiggerichte in den Prozess der Selbstverpflichtungen nicht weiter eingebunden.

Die NRI sollte Ende 2025 enden; ein Abschlussbericht des BMELH wird 2026 erwartet. Aktuell wird politisch noch darüber diskutiert, wie die gemeinsamen Bemühungen zur Reduzierung von Adipositas von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und NGOs fortgeführt werden können. Die Position des **dti** dazu ist klar: Eine Fortsetzung der NRI ist bei TK nicht nötig. Die Unternehmen haben ihre Hausaufgaben erledigt. Eine Fortsetzung der NRI würde im TK-Sortiment kaum zusätzliche Impulse bringen, da die TK-Wirtschaft Reformulierungspotenziale weitestgehend ausgeschöpft hat. Lebensmittel müssen vor allem schmecken; eine reine Betrachtung nach Nährstoffprofilen greift zu kurz.

Das **dti** setzt sich weiterhin dafür ein, dass Unternehmen ihre Rezepturfreiheit behalten und Produkte flexibel an Nachfrage, Marktentwicklungen und technologische Möglichkeiten anpassen können. Wir begleiten den



NRI-Prozess weiterhin, um die Erfolge der Branche und die besonderen TK-Vorteile sichtbar zu machen.

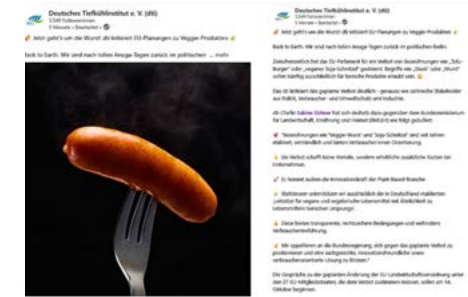
dti BEGLEITET DIE WEITERENTWICKLUNG DES NUTRI-SCORES KRITISCH

Das **dti** hat den Nutri-Score seit seiner Einführung 2020 als freiwilliges Front-of-Pack-Nährwertkennzeichnungssystem unterstützt. Im Dialog mit dem BMELH und mit unserer Teilnahme an (inter-) nationalen Anwenderforen bringen wir die Perspektive unserer Mitglieder ein.

Die jüngsten Anpassungen des Algorithmus seit Anfang 2024 sieht das **dti** jedoch mit großer Sorge. Die neuen Änderungen bringen für Unternehmen erhebliche Herausforderungen, die die Attraktivität des Labels und seine Praxistauglichkeit gefährden. Unsere Kritikpunkte haben wir den zuständigen Stakeholdern übermittelt.

Das **dti** fordert:

- langfristige Konsistenz des Algorithmus auf wissenschaftlicher Basis
- frühzeitige Prüfung und Kommunikation geplanter Änderungen



- verlässliche Abstimmung zwischen EU-Staaten
- europaweite Harmonisierung der Rahmenbedingungen
- begleitende Aufklärungsmaßnahmen für Verbraucher:innen, um Planungssicherheit zu gewährleisten und Vertrauen zu erhalten

dti GEGEN EU-„VEGGIE-VERBOT“

Bei der Überarbeitung der EU-Gemeinsamen Marktorganisation (Verordnung (EU) Nr. 1308/2013) haben sich EU-Kommission, Parlament und Ministerrat im März 2026 auf einen Kompromiss geeinigt, welche Begriffe aus der Fleischvermarktung künftig für pflanzliche Alternativen genutzt werden dürfen: Etablierte pflanzliche Bezeichnungen wie „Veggie-Burger“, „Tofuwurst“ oder „Sojaschnitzel“ dürfen weiterhin genutzt werden, während bestimmte tierbezogene Begriffe – etwa „Huhn“,

„Rind“ oder „Schwein“ – sowie klassische Schnittbezeichnungen wie „Brust“ oder „Keule“ künftig nicht mehr zulässig sein sollen. Im Vorfeld der Verhandlungen war noch ein generelles Verbot in der Diskussion.

Das **dti** lehnt diesen Kompromiss weiterhin ab: Zusätzliche Vorgaben führen zu erheblichen Umstellungskosten und rechtlicher Unsicherheit. Verbraucher:innen werden irritiert und Innovationen im wachsenden Markt pflanzlicher Lebensmittel behindert – gerade für TK-Hersteller wäre dies problematisch. Nachdem die EU-Pläne im Oktober 2025 bekannt geworden waren, wandte sich das **dti** umgehend an das BMLEH und forderte das Ministerium auf, sich auf EU-Ebene gegen das Vorhaben einzusetzen.

Aktueller Stand bei Redaktionsschluss: Der Kompromiss muss noch formell vom EU-Parlament und den europäischen Staaten angenommen werden. Das **dti** wird die Entwicklungen weiter eng begleiten und seine Mitglieder auf dem Laufenden halten.

UPF-DEBATTE: **dti** SCHÜTZT KATEGORIE TK VOR UNBERECHTIGTER KRITIK

Die Diskussion um „(hoch-) verarbeitete Lebensmittel“ (engl. Ultra Processed Foods, UPF) und ihre möglichen Gesundheitsgefahren wird aktuell intensiv geführt. Verbraucher:innen sind zunehmend verunsichert, was „(hoch-) verarbeitet“ bedeutet und ob der Konsum verarbeiteter Lebensmittel unbedenklich ist. Tiefkühlprodukte, insbesondere Fertiggerichte und TK-Pizza, geraten dabei

Hier geht's zur **Informations-Webseite „Tiefkühlprodukte – Frische Vielfalt, unbeschwerter Genuss“**:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/nachhaltigkeit-qualitaet/produktqualitaet/tiefkuehlprodukte-frische-vielfalt-unbeschwerter-genuss>



VORTEILE DER LEBENSMITTELVERARBEITUNG



längere Haltbarkeit



Lebensmittelsicherheit



Flexibilität



Vielfalt & Verfügbarkeit



Reduzierung von Lebensmittelverschwendung



Geschmack & Konsistenz



bessere Nährstoffverfügbarkeit



Anpassung an spezielle Ernährungsbedürfnisse

Quelle: **dti**, eigene Darstellung

Vorteile der Lebensmittelverarbeitung, eigene Darstellung

immer wieder zu Unrecht in die Kritik. Häufig wird dabei die umstrittene NOVA-Klassifikation zur Einteilung von Lebensmitteln verwendet. Das **dti** sieht das NOVA-System kritisch, da es ausschließlich den Grad der industriellen Verarbeitung bewertet. Dabei geben weder der Verarbeitungsgrad noch die Anzahl der Zutaten Aufschluss über die ernährungsphysiologische Qualität eines Lebensmittels.

Gemeinsam mit unserem QM- und PR-Ausschuss haben wir das Thema fachlich und kommunikativ aufgearbeitet. Ziel: TK aus der UPF-Debatte herauslösen. Auf Basis eines detaillierten Factsheets des **dti**-QM-Ausschusses haben wir eine Info-Website für Verbraucher:innen entwickelt. Sie informiert faktenbasiert rund um

das Thema Lebensmittelverarbeitung und beantwortet Fragen zur Herstellung von TK-Produkten.

Zudem hat das **dti** den Austausch mit dem International Frozen Food Network (IFFN) gesucht. Ziel: eine gemeinsame Position der internationalen Tiefkühlbranche zum Thema UPF entwickeln und die Kommunikation zu diesem Thema abstimmen.

INTERVIEW: BLICK HINTER DIE KULISSEN DES 16. **dti**-QUALITÄTSFORUMS MIT JULIANE ZANDER

LIEBE JULIANE, AUCH DIESES JAHR WAREN WIEDER RUND 70 FACHLEUTE AUS QUALITÄTSMANAGEMENT, LEBENSMITTELRECHT UND PRODUKTENTWICKLUNG BEIM **dti**-QUALITÄTSFORUM ENDE 2025 IN DORTMUND DABEI. GRATULIERE! WIE ENTSTEHEN EIGENTLICH DIE THEMEN FÜR DAS FORUM?

„Die Themen werden vom **dti**-QM-Ausschuss ausgewählt. Wir wollen Inhalte bieten, die wirklich relevant sind und direkt im Unternehmen umgesetzt werden können. Und das Besondere: Das Forum wird vom **dti**-QM-Ausschuss moderiert. Unsere Geschäftsführerin und die Leiterin des Ausschusses führen durch das Programm, während die Mitglieder des Ausschusses die Referent:innen amoderieren. Das macht das Forum so authentisch. Es ist toll zu sehen, wie engagiert die Kolleg:innen dabei sind!“

WAS MACHT DAS **dti**-QUALITÄTSFORUM NOCH BESONDERS?

„Die einzigartige Mischung aus Austausch, Praxisnähe und Inspiration. Wir sehen, wie Teilnehmende neue Ideen direkt für ihre Arbeit mitnehmen, dabei Vorträge mit Mehrwert für ihren Arbeitsalltag hören, sich mit neuen Kolleg:innen vernetzen oder alte Bekannte treffen. Genau diese Kombination macht das Forum so besonders.“

WELCHE HIGHLIGHTS HABEN DICH BEIM QUALITÄTSFORUM 2025 BESONDERS BEEINDRUCKT?

„Gleich vorweg: Alle Vorträge waren bereichernd! Vielen Dank an alle Referent:innen. Wenn ich mich nun aber entscheiden müsste: Die Live-Zuschaltung aus Brüssel: Klaus Berend von der EU-Kommission (GD SANTE) gab Einblicke in den ‚Maschinenraum‘ der EU. Besonders spannend: seine Ausführungen zu Neuen Genomischen

Techniken (NGT). Nur wenige Stunden später einigte sich der EU-Rat mit dem Parlament vorläufig auf Vorschriften, die einen Rechtsrahmen für NGT geschaffen haben.

Dann unser Damenduo: Andrea Dreusch (CPM Unternehmensberatung) und Natália Fava (bofrost*). Sie haben gezeigt, wie Werte im Unternehmen wirklich gelebt werden können – vom Onboarding neuer Mitarbeitender bis zu Qualitätszirkeln im Alltag. Klar wurde: Qualität entsteht durch Menschen, die Verantwortung übernehmen.

KI und Sensorik nicht zu vergessen: Robert Möslein, Isi Sensory Futures, demonstrierte, wie kleine Unterschiede im Mundgefühl große Wirkung haben – ein echter Gamechanger für die Produktentwicklung von TK-Produkten. Gleichzeitig gewinnen Digitalisierung und KI in der Qualitätswelt immer weiter an Bedeutung. Christian Krupitzer, Universität Hohenheim, stellte digitale Zwillinge vor, die Produktionsprozesse virtuell abbilden. Außerdem zeigte das Team von Modus Consult, wie der KI-Bot ‚Frosty‘ Reklamationen automatisch erfasst, priorisiert und weiterleitet – ein echter Effizienzgewinn für die Praxis.“



Hier geht's zur ausführlichen Pressemitteilung zum **dti**-QUALITÄTSFORUM 2025:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2026-01-qualitaetsforum>



Live-Zuschaltung von Dr. Klaus Berend (EU-Kommission) auf dem 16. **dti**-QUALITÄTSFORUM Ende 2025 in Dortmund

NACHHALTIGKEIT & KLIMASCHUTZ

HIGHLIGHTS VON JULIANE ZANDER, *dti*-REFERENTIN FÜR QUALITÄTSMANAGEMENT & NACHHALTIGKEIT

- Abschluss des wissenschaftlichen Forschungsprojektes „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“



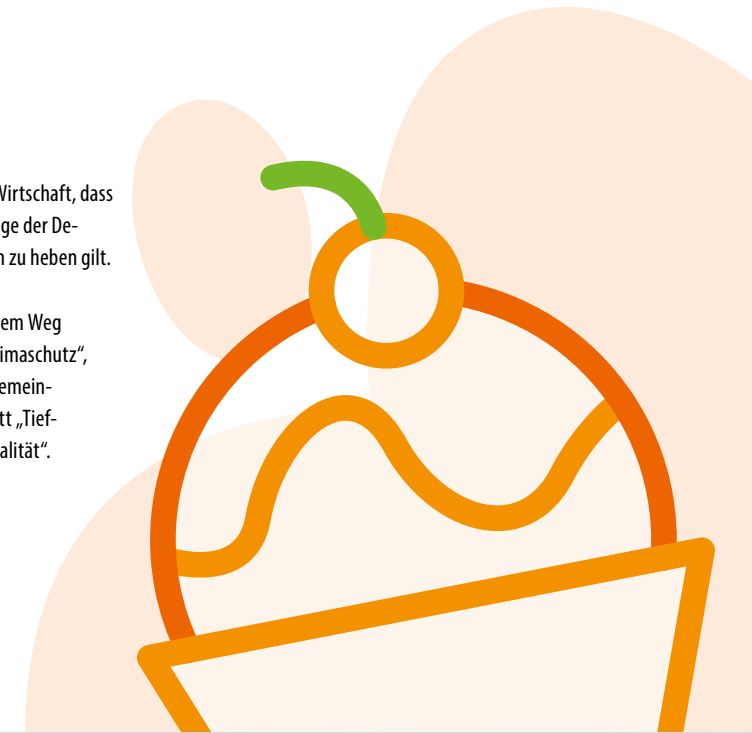
Juliane Zander

Nachhaltigkeit gehört zur DNA der Tiefkühlwirtschaft: Sie ist fester Grundpfeiler der Unternehmensstrategien und prägt die gesamte TK-Lieferkette. Die Tiefkühlwirtschaft unterstützt die Ziele der UN-Agenda 2030, das UN-Klimaschutzabkommen und die Ziele der EU. Gleichzeitig stellt das Streben nach mehr Nachhaltigkeit die Branche vor anspruchsvolle Aufgaben, sei es durch neue regulatorische Anforderungen oder angesichts Klimawandel-bedingter Herausforderungen in Beschaffungsprozessen und Lieferketten.

Bereits heute zeigt die Tiefkühlwirtschaft, wie nachhaltiger Fortschritt aussehen kann: Investitionen in ressourcenschonende Technologien, optimierte Verpackungen und energieeffiziente Logistik. Auch beim Einsatz Erneuerbarer Energien und der Reduzierung von Emissionen geht die

Branche voran. Gleichzeitig erkennt die TK-Wirtschaft, dass es noch weitere Potenziale gibt, die es im Zuge der Dekarbonisierungsstrategien der Unternehmen zu heben gilt.

Das *dti* unterstützt seine Mitglieder auf diesem Weg mit dem Arbeitskreis „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“, mit digitalen Expert:innen-Formaten zum gemeinsamen Lernen und der *dti*-Zukunftswerkstatt „Tiefkühlwirtschaft auf dem Weg zur Klimaneutralität“.



AUSSCHUSS FÜR NACHHALTIGKEIT UND KLIMASCHUTZ

Für die Nachhaltigkeits-Expert:innen unserer Mitglieder bietet der Ausschuss für Nachhaltigkeit und Klimaschutz eine wichtige Plattform: Hier tauschen wir Erfahrungen aus, entwickeln gemeinsame Positionen und diskutieren praxistaugliche Lösungen. Die enge Zusammenarbeit mit dem Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU), den Expert:innen der AFC Consulting Group und Jurist:innen von ZENK Rechtsanwälte und von SKW Schwarz Rechtsanwälte unterstützt den Austausch.



Auf diese Weise vereint der Ausschuss fachliche Expertise, wertvolles Netzwerk und praktischen Nutzen – ein klarer Mehrwert für alle Mitglieder, die ihre Nachhaltigkeitsstrategien vorantreiben möchten.

Die Schwerpunkte 2025 und 2026 lagen auf der EmpCo-Richtlinie (EU 2024/825, Empowering Consumers for the Green Transition), die ab Herbst 2026 Unternehmen verpflichtet, nur belegbare Nachhaltigkeitsaussagen zu kommunizieren. Daneben beschäftigte sich der

Ausschuss intensiv mit Lieferkettenregulierungen und Berichtspflichten, darunter das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), die Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD), die EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR) sowie die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Letztere legt Unternehmen auf, Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte systematisch zu prüfen, zu messen und transparent dazu zu berichten. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf dem Thema Lebensmittelverschwendung. Zusätzlich erhielt der Ausschuss regelmäßige Updates zum Forschungsprojekt „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“.

ENTWALDUNGSFREIE LIEFERKETTEN: ENGAGEMENT DES dti FÜR SEINE MITGLIEDER

Mit der EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR) kommen neue Sorgfaltspflichten auf viele **dti**-Mitglieder zu. Das **dti** hat sich daher von Beginn an für praktikable und bürokratiearme Regeln eingesetzt.

Dazu bringen wir uns im vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) initiierten „Nationalen Stakeholderforum für entwaldungsfreie Lieferketten“ ein. Hier tauschen sich Wirtschaft, Politik und Verwaltung regelmäßig über offene Umsetzungsfragen aus. Wir nutzen diese Plattform, um unsere Mitglieder frühzeitig über relevante Entwicklungen informieren zu können.

Gleichzeitig engagiert sich das **dti** zusammen mit OVID (Verband der ölsaatenverarbeitenden Industrie in Deutschland e. V.), der BVE (Bundesvereinigung der Ernährungsindustrie), dem DBV (Deutscher Bauernverband) und anderen Verbänden in einer Verbändeallianz. Diese setzt sich gemeinsam für Verbesserungen bei der Umsetzung der Verordnung ein.

Das **dti** hat zusammen mit der Allianz immer wieder auf zentrale Kritikpunkte hingewiesen. Diese konsequente Verbandsarbeit war erfolgreich: Der Start der Verordnung wurde wiederholt verschoben, um nachzubessern. Große Unternehmen müssen die neuen Vorgaben Stand 30. März 2026 nun erst ab Ende des Jahres anwenden, kleinere sogar erst ab Mitte 2027. Zudem konnten Entlastungen für Unternehmen erreicht werden, etwa bei Sorgfaltserklärungen innerhalb der Lieferkette.

Das **dti** bleibt weiter eng am Ball: In der Verbändeallianz, im Stakeholderforum des BMLEH sowie im direkten Austausch mit Politik und Verwaltung setzen wir uns dafür ein, dass die EUDR rechtssicher und für alle Unternehmen praktikabel umgesetzt werden kann. Über die Entwicklungen werden die Mitglieder regelmäßig in Rundschreiben, per E-Mail, im Ausschuss „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ sowie in digitalen Formaten informiert.

NACHHALTIGKEITSGESETZGEBUNG – dti INFORMIERT UND UNTERSTÜTZT MITGLIEDSUNTERNEHMEN

Nachhaltigkeit ist eine Daueraufgabe in einem sich regulatorisch schnell verändernden Umfeld. Neben der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) hat das **dti** seine Mitgliedsunternehmen umfassend über weitere Entwicklungen in der EU-Nachhaltigkeitsgesetzgebung informiert und unterstützt bei der Umsetzung. So können sich unsere Mitglieder frühzeitig und rechtssicher vorbereiten, sichern sich Wettbewerbsvorteile, stärken ihre Resilienz und richten gleichzeitig ihre Unternehmensstrategie zukunftsfähig aus. Im Fokus standen unter anderem das Omnibus-Paket I zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, das nach den Europawahlen 2024 von der EU-Kommission initiiert wurde, um mehrere Gesetze zu vereinfachen und Bürokratie abzubauen.

Darüber hinaus hat das **dti** über neue Anforderungen an Umwelt- und Klimaaussagen informiert, die ab September 2026 mit der EmpCo-Richtlinie (EU 2024/825) in Kraft treten. Diese Richtlinie stellt verbindliche Regeln gegen „Greenwashing“ auf: Unternehmen dürfen nur noch belegbare Nachhaltigkeitsaussagen kommunizieren, vage Begriffe wie „klimaneutral“ oder „grün“ nicht mehr nutzen und nur noch zertifizierte Nachhaltigkeitsiegel verwenden.



ABSCHLUSS DES WICHTIGEN FORSCHUNGSPROJEKTES „UMWELTBILANZ TIEFKÜHLKOST 2025“

Nach 14 Monaten intensiver Arbeit ist die Studie „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“ inklusive eines Review-Gutachtens final abgeschlossen. Das renommierte Freiburger Öko-Institut e. V. hat dem **dti** im Februar 2026 den fast 400 Seiten starken Abschlussbericht überreicht. Kernaussage: Tiefkühlprodukte schneiden in Bezug auf Treibhausgasemissionen gegenüber gekühlten, ungekühlten oder selbst zubereiteten Lebensmitteln und Speisen nicht schlechter ab, oft sogar besser!

Die steigende Aufmerksamkeit von Wissenschaft, Öffentlichkeit und Politik für die Klimawirkungen von Lebensmitteln machte dieses Forschungsprojekt besonders relevant. Deshalb entschied der **dti**-Vorstand Anfang 2024, die Studie „Umweltbilanz Tiefkühlkost“ aufzusetzen. Ziel: unsere Überzeugung von TK als *der* Zukunftskategorie für eine nachhaltigere Ernährung wissenschaftlich untermauern. Die Finanzierung erfolgte aus unserem Verbandsvermögen sowie durch freiwillige Beiträge aus der Mitgliedschaft.

Unser herzlicher Dank gilt allen Mitgliedern, die dieses bedeutende Projekt finanziell unterstützt haben, sowie den Partnerunternehmen, die Daten zur Verfügung gestellt haben. Ohne diese wertvolle Unterstützung wäre die hohe wissenschaftliche Qualität der Untersuchung nicht möglich gewesen. Dank dieses Engagements liegt nun eine fundierte, belastbare und aussagekräftige Studie nach höchsten wissenschaftlichen Standards vor, von der die gesamte Branche profitiert.

Die vom Öko-Institut erarbeitete Studie „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“ untersucht nicht nur Treibhausgasemissionen, sondern auch weitere wichtige Umweltindikatoren wie Wasserknappheit und Bodenversauerung.

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick:

- Vergleichbare Treibhausgasemissionen: Tiefkühlprodukte schneiden beim Ausstoß von Treibhausgasen nicht schlechter ab als gekühlte, ungekühlte oder selbst zubereitete Alternativen.
- Rohwaren prägen die Bilanz: Tierische Rohstoffe verursachen deutlich höhere Umweltwirkungen als pflanzliche.
- Verbraucher:innenverhalten hat einen Impact: Lagerung, Zubereitung und der Umgang mit Lebensmitteln im Haushalt spielen eine zentrale Rolle.
- Geringere Lebensmittelverluste: Die lange Haltbarkeit und flexible Portionierbarkeit von TK-Produkten reduziert Abfälle und verbessert ihre Umweltbilanz.

Ein unabhängiges wissenschaftliches Review-Panel hat die Studie kritisch geprüft und stellt ihr ein sehr positives Zeugnis aus.

« Die Studie ‚Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025‘ ist ein Meilenstein für die gesamte Tiefkühlbranche. Sie liefert uns eine fundierte wissenschaftliche Grundlage, um die klaren Nachhaltigkeitsvorteile von TK zu kommunizieren. Für unsere Mitglieder liefert die Studie Argumente und Fakten, um TK gegenüber Kund:innen, Politik und in der Fachwelt überzeugend zu positionieren. Die Studie zeigt, dass TK ein wichtiger Baustein für eine klimafreundliche Ernährung ist – von der Rohwarenwahl über die Lagerung bis hin zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Mit diesen Erkenntnissen können wir die Branche stark, glaubwürdig und zukunftsorientiert vertreten. »

Simon Morris,
dti-Vorstandsvorsitzender

Ein direkter Vergleich mit der Studie von 2012 ist aufgrund methodischer Änderungen (erweiterte Umweltkategorien, aktualisierte Daten, neue Modellierungsansätze) sowie berücksichtigter technologischer Entwicklungen und veränderter Konsumgewohnheiten nicht möglich; innerhalb einzelner Produktgruppen zeigen sich jedoch positive Trends.

Die Ergebnisse der „Umweltbilanz Tiefkühlkost 2025“ werden aktuell vom **dti** für die Kommunikation mit Mitgliedern, der Öffentlichkeit und Stakeholdern aus Politik, Branche, Wissenschaft und NGOs aufbereitet. Ziel ist es, die einzigartigen Vorteile von TK auch in der Debatte um klimafreundliche Ernährung klar zu kommunizieren.





dti-ZUKUNFTSWERKSTATT 2025 – NACHHALTIG HANDELN: JETZT ERST RECHT!

Im Herbst 2025 traf sich die Tiefkühlwirtschaft zur 4. **dti**-Zukunftswerkstatt, diesmal bei Dr. Oetker in Bielefeld. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie Nachhaltigkeit in Unternehmen konsequent umgesetzt, messbar gemacht und auch langfristig verankert werden kann. Die Diskussionen zeigten: Nachhaltiges Wirtschaften ist alternativlos und gehört zur DNA zukunftsorientierter Tiefkühlunternehmen. Dabei betrifft Nachhaltigkeit alle Unternehmensbereiche. Themen wie Mitarbeiter:innen-Gesundheit, Lebensmittelsicherheit, nachhaltige Verpackungen und die Reduzierung von Lebensmittelverlusten stehen ganz oben auf der Agenda.

Zahlreiche **dti**-Mitglieder zeigen, dass ambitionierte Nachhaltigkeitsstrategien nicht nur Verantwortung bedeuten, sondern auch handfeste Chancen für Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz eröffnen. Unterstützt werden sie dabei unter anderem durch langjährige Partnerschaften, etwa mit dem Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU).

Unser herzlicher Dank gilt allen Teilnehmenden für die engagierte Diskussion sowie den Referent:innen für ihre wertvollen Impulse. Ein besonderer Dank geht an Dr. Oetker für die freundliche Bereitstellung der Räumlichkeiten und an Katja Stratmann, Handelsgesellschaft Sparrenberg mbH, für die hervorragende Organisation der Veranstaltung.

Die **dti**-Zukunftswerkstatt bietet einen einzigartigen Raum für Austausch, damit Unternehmen Nachhaltigkeit nicht als Pflicht, sondern als Chance begreifen – für mehr Wettbewerbsfähigkeit, Resilienz und zukunftssichere Unternehmensstrategien.

Wir freuen uns schon auf die nächste Zukunftswerkstatt – am 13. Oktober 2026, wieder in Bielefeld.



Impressionen von der **dti**-Zukunftswerkstatt aus der Dr. Oetker-Welt in Bielefeld, Herbst 2025

EFFIZIENT, NACHHALTIG, PRAXISNAH: WIE DIE TIEFKÜHLBRANCHE LEBENSMITTELVERLUSTE REDUZIERT

Das **dti** engagiert sich als Mitunterzeichner einer Grundsatzvereinbarung zwischen dem Bundesernährungsministerium und mehreren Verbänden bei der „Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung“: Lebensmittelverluste sollen sektorübergreifend bis 2030 gemäß Ziel 12.3 der Agenda 2030 der Vereinten Nationen halbiert werden.

Bei branchenübergreifenden Dialogforen haben wir die Perspektive der Tiefkühlbranche eingebracht, deren Produkte durch lange Haltbarkeit und flexible Portionierbarkeit wesentlich zu weniger Food Waste beitragen.



Die Ergebnisse aus den Dialogen fließen nun in die Arbeit der neu gegründeten „Kompetenzstelle zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen und -verlusten“ (KLA V) ein, die praxistaugliche Lösungen entwickeln, Schnittstellen identifizieren und den Austausch zwischen Unternehmen, Wissenschaft und Zivilgesellschaft weiter stärken soll. **dti**-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner ist Beiratsmitglied der KLA V.

Die novellierte EU-Abfallrahmenrichtlinie, die gerade in nationales Recht überführt wird, legt erstmals sektorbezogene Reduktionsziele bis 2030 fest: minus zehn Prozent Lebensmittelabfälle in Verarbeitung und Herstellung sowie minus 30 Prozent pro Kopf im Einzelhandel, in der Außer-Haus-Verpflegung und in privaten Haushalten. Dies soll durch präventive Maßnahmen, Effizienzsteigerungen, mehr Lebensmittelspenden und Innovationen erreicht werden. Das BMLEH hat daraufhin Ende März 2026 Stakeholder, darunter das **dti**, zu einem ersten Austausch geladen, um die Umsetzung zu diskutieren. Die Tiefkühlbranche sieht sich gut aufgestellt, was auch die Ergebnisse des **dti**-Pilotprojekts „Check Food Waste“ belegen.

KOMMUNIKATION



HIGHLIGHTS VON NINA KOLLAS, LEITUNG DER KOMMUNIKATION IM *dti*

- Die KOSTBAR 2025: Ich durfte moderieren und war sehr aufgeregt! Zum Glück ist (fast) alles gutgegangen...
- Unsere intensive politische Arbeit zur Reform des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes: Mein erstes großes Projekt in der Interessenvertretung, bei dem ich unglaublich viel lernen darf.



Nina Kollas

KOMMUNIKATION POLITIK & BRANCHE

Die Tiefkühlwirtschaft bewegt sich in einem Umfeld, das sich schnell verändert, mit geopolitischen Krisen, steigenden Kosten, volatilen Märkten, immer mehr Nachhaltigkeitsanforderungen und einer kontroversen Debatte über Ernährungspolitik. Gleichzeitig steigen regulatorische Komplexität und Erwartungen an Transparenz. Genau hier liegt ein zentraler Mehrwert des **dti** für seine Mitglieder: Wir übersetzen politische Vorhaben in betriebliche Realität und vertreten die Interessen der Tiefkühlwirtschaft gegenüber Politik, Verbänden und Medien. Unser Ziel ist ein wirtschaftliches Umfeld, das Unternehmen entlastet, Investitionen ermöglicht und Tiefkühlprodukte als täglichen Bestandteil einer sicheren, ausgewogeneren und nachhaltigeren Ernährung anerkennt.

Von: Merz Friedrich <friedrich.merz@bundestag.de>
Gesendet: Donnerstag, 27. März 2025 16:16
An: Sabine Eichner <schmer@refkuehlfkost.de>
Betreff: AW: Gratulation zur Wahl in den 21. Deutschen Bundestag

Sehr geehrte Frau Eichner,

haben Sie vielen Dank für ihre E-Mail an Herrn Merz und ihre herzlichen Glückwünsche. Herr Merz hat sich sehr darüber gefreut und bat mich, Ihnen viele Grüße sowie seinen besten Dank auszuschicken.

Mit freundlichen Grüßen

Büro MdB Friedrich Merz
Platz der Republik 1
11011 Berlin
E-Mail: friedrich.merz@bundestag.de

NEUE BUNDESREGIERUNG: KONTAKTE KNÜPFEN, THEMEN SETZEN

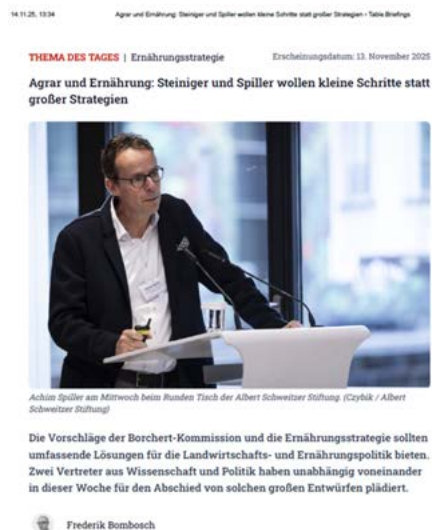
Das **dti** hat den Start der neuen Bundesregierung aus CDU/CSU und SPD im Frühjahr 2025 mit einer systematischen Ansprache der wichtigsten neuen Entscheidungsträger:innen begleitet. Über Glückwunschsreiben an den im Mai gewählten Bundeskanzler Friedrich Merz, ausgewählte Bundesminister:innen, Staatssekretär:innen, Abteilungsleiter:innen sowie Mitglieder der für uns wichtigsten Bundestagsausschüsse haben wir Gesprächsanlässe geschaffen und viele positive Rückmeldungen erhalten – unter anderem von Friedrich Merz und Alois Rainer, dem Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat.



Das **dti** hat seine politische Arbeit operativ und inhaltlich weiter geschärft, Prioritäten strategisch ausgerichtet und den Kontaktaufbau zu Bundestagsabgeordneten sowie zu den Ministerien – insbesondere zum Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) und zum Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) – gezielt vorangetrieben. Über unsere „Agenda der Tiefkühlwirtschaft“ mit Forderungen an die Politik zur Bundestagswahl 2025 hatten wir bereits im Vorjahr ausführlich berichtet. Nach der Wahl ging und geht es nun vor allem darum, die Anliegen der Tiefkühlwirtschaft konsequent einzubringen.

KOSTBAR 2025: ERNÄHRUNGSPOLITIK MUSS AUF DIE PRAXIS HÖREN

Mit unserer politischen Veranstaltung KOSTBAR im Herbst 2025, die wir gemeinsam mit unserem Mitgliedsunternehmen *apetito* umgesetzt haben, haben wir Ernährungspolitik dort diskutiert, wo sie „gemacht“ wird. Im Restaurant „Käfer“ im Bundestag trafen MdB Johannes Steiniger (CDU)



Bei einer Veranstaltung des Deutschen Tiefkühlinstituts äußerte sich der agrarpolitische Sprecher der Unionfraktion, Johannes Steiniger, zur Ernährungsstrategie. Dabei ließ er deutlich erkennen, dass sie aus Sicht der Union keine große Bedeutung habe. „Sie finden das Wort Ernährungsstrategie nicht im Koalitionsvertrag – aus guten Gründen“, sagte er. „Mein politischer Ansatz ist, weniger Strategien zu schreiben und mehr konkrete Dinge durch den Bundestag zu bekommen.“ Vorrangig sei die Entlastung der gesamten Wirtschaft von Bürokratie, Arbeits- und Energiekosten.

MitdiskutantIn Ophelia Nick (Grüne) betonte dagegen, die Ernährungsstrategie sei kein theoretisches Konstrukt. Sie bündle 90 konkrete Maßnahmen, etwa zur Gemeinschaftsverpflegung und zum Schulesen. „Wir müssen einen Rahmen dafür setzen, dass sich die Kinder in der Schule ausgewogen ernähren“, sagte Nick, die als parlamentarische Staatssekretärin an der Erstellung der Ernährungsstrategie mitgewirkt hatte. Gastgeberin Sabine Eichner, Geschäftsführerin des Tiefkühlinstituts, führte beide Gedanken zusammen. Aus ihrer Sicht seien die Anliegen der Ernährungsstrategie richtig, sie brauche aber ein Update. „Wir brauchen dringend Entlastungen und mehr Wertschätzung für die industrielle Lebensmittelverarbeitung, insbesondere die Tiefkühlwirtschaft“, sagte sie.

und MdB Dr. Ophelia Nick (Bündnis 90/Die Grünen) in der Debatte auf Luca Lichtenthäler (*apetito*) und **dti**-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner. Über 40 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Verbänden brachten ihre Perspektiven ein. Unser Ziel war, den politischen Entscheider:innen deutlich zu machen: Erfolgreiche Ernährungspolitik gelingt nur, wenn sie die Realität in Küchen, Kantinen und Betrieben ernst nimmt und eine wettbewerbsfähige mittelständische Ernährungswirtschaft als Partner stärkt.

Die Medienresonanz in den zentralen politischen Fach-Briefings hat die Botschaften unserer KOSTBAR deutlich verstärkt. Der „Tagesspiegel Background Agrar & Ernährung“, bei der KOSTBAR selbst vor Ort, hat die Debatte in



einem ausführlichen Beitrag aufgegriffen, die unterschiedlichen Linien der Politik und die Position der Tiefkühlwirtschaft und ihres Spitzenverbandes transparent gemacht.

Zusätzlich hat **dti**-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner im „Tagesspiegel Background“ in einem „Standpunkt“ konkrete politische Prioritäten für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit benannt: Entlastungen für die mittelständische Ernährungsindustrie, Stärkung der Gemeinschaftsverpflegung und eine praxisgerechte Formulierung der Ernährungsstrategie, die stärker auf das Potenzial von Tiefkühlprodukten und -konzepten setzt. Damit hat sich das **dti** erneut als relevanter Akteur in der Ernährungspolitik positioniert und Tiefkühlprodukte sichtbar auf die politische Bühne gebracht.

Auch im wichtigen politischen Medium „Agrifood. Table“ (Table.Briefings) wurde unsere KOSTBAR aufgegriffen. Der zuständige Redakteur war bei der Debatte ebenfalls selbst vor Ort.

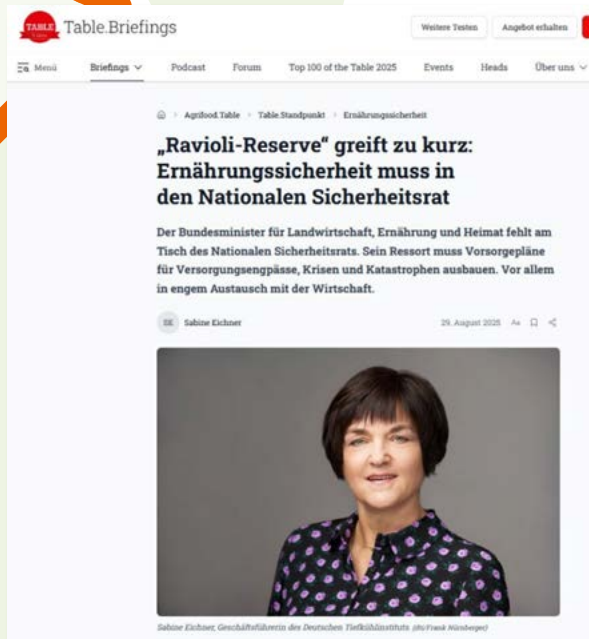
Hier geht's zur Pressemitteilung zur **dti**-KOSTBAR am 12. November 2025 in Berlin:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemitteilungen/pm-2025-30-kostbar>



„RAVIOLI-RESERVE“: ERNÄHRUNGSSICHERHEIT BRAUCHT TK – NICHT NUR DOSEN

Die von Bundesminister Alois Rainer angestoßene Diskussion über eine nationale Lebensmittelreserve wurde schnell verengt auf die Einlagerung von Konserven („Ravioli-Reserve“). Das **dti** hat frühzeitig darauf aufmerksam gemacht, dass Ernährungssicherheit mehr als Vorratshaltung ist und ein Gesamtkonzept eingefordert. In einem Gastbeitrag im wichtigen Politikbriefing „Agrifood.Table“ haben wir konkrete Punkte benannt, die für eine funktionierende Ernährungsnotfallvorsorge entscheidend sind: Schutz kritischer Infrastrukturen, funktionierende Energieversorgung, klare Schnittstellen für die Kommunikation zwischen Staat und Wirtschaft und eine stärkere Einbindung der Tiefkühlwirtschaft in Vorsorgekonzepte. Flankierend haben wir das Anliegen in einem Schreiben an Bundesminister Rainer adressiert und den direkten Austausch angeboten.



TIERHALTUNGSKENNZEICHNUNGSGESETZ: PRAXISTAUGLICHE LÖSUNGEN STATT ÜBERLASTUNG

Ein weiterer Schwerpunkt war die politische Diskussion um die Reform des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes (THKG) mit Vorschlägen aus der Politik, die staatlich verpflichtende Kennzeichnung der Tierhaltungsstufe auf bestimmte verarbeitete Produkte und die Außer-Haus-Verpflegung auszuweiten. Das **dti** hat sich früh und eindeutig gegen eine solche Ausweitung ausgesprochen. Transparenz und höhere Tierwohlstandards sind wichtig, gleichzeitig dürfen neue Regelungen mittelständische Unternehmen sowie den Außer-Haus-Markt aber nicht mit unverhältnismäßiger Bürokratie belasten.

In einer breit aufgestellten Verbändeallianz, gemeinsam mit dem DEHOGA Bundesverband, dem Bundesverband der Systemgastronomie (BdS), dem Deutschen Institut für Gemeinschaftsverpflegung, dem Zentralverband des Bäckerhandwerks und dem Großhandelsverband Foodservice haben wir unter anderem ein Positionspapier erstellt, in dem wir unsere Ablehnung begründet haben. Damit haben wir die politischen Botschaften der Branche



Lebensmittel Zeitung Tierhaltungskennzeichnungsgesetz Warum 13 Länder beim Haltungslogo bremsen

Von Hans-Jürgen Deglow
Donnerstag, 02. Oktober 2025



„Unser Vorschlag: erst die Mängel des geltenden Gesetzes beheben und seine Wirkung evaluieren, bevor weitere Schritte geplant werden.“
Sabine Eichner, Geschäftsführerin Deutsches Tierkühlinstitut

Ein weiteres Bündnis aus Dehoga, Deutschem Tierkühlinstitut (dti) und Großhandelsverband Foodservice erteilt hingegen einer Ausweitung auf Gastronomie, Außer-Haus-Verpflegung sowie auf verarbeitete Produkte eine deutliche Absage. dti-Geschäftsführerin Sabine Eichner kritisiert, nationale Alleingänge schaffen nur mehr Bürokratie, erhöhten Kosten und schwächen den Standort, ohne klar erkennbaren Nutzen für die Verbraucher.

Eichner sagt: „Unser Vorschlag: erst die Mängel des geltenden Gesetzes beheben und seine Wirkung evaluieren, bevor weitere Schritte geplant werden.“ Die diskutierte Ausweitung der Tierhaltungskennzeichnung kommt zur Unzeit. Eichner weist darauf, dass die Ernährungsindustrie und Gastronomie seit der Pandemie unter massivem Kosten- und Ertragsdruck stehe, besonders bei Fleisch. Die Politik sollte „entlasten statt belasten, EU-weit harmonisieren und Wettbewerbsfähigkeit sichern“.

Aus Sicht der Interessengemeinschaft Schweinehalter ist die Forderung nach einer erneuten Verschiebung nachvollziehbar, da das parlamentarische Gesetzgebungsverfahren einige Zeit benötige. Minister Rainer hat die Wirtschaft für den 7. Oktober eingeladen.

POSITIONSPAPIER

22. Juli 2025

WEITERENTWICKLUNG DER STAATLICHEN TIERHALTUNGSKENNZEICHNUNG



Transparenz ja - staatliche Kennzeichnung in der Gastronomie nein

Verbandsallianz warnt vor Ausweitung des

Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes auf die Außer-Haus-Verpflegung

Einem breiten Konsumentenkreislauf des Systemgastronomie (S.G.) als Deutscher Hotel- und Gaststättenverbands (D.H.G.) des Deutschen Tafelkassens e.V. (D.T.) und des GROSSHANDELSVERBAND FOODSERVICE e.V. (G.F.)

Eine diskutierte Ausweitung des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes (Tierhaltungskennzeichnungsgesetz) auf Gastronomie, Außer-Haus-Verpflegung sowie auf verarbeitete Produkte ist für die Weiterentwicklung der Systemgastronomie (S.G.) in einem gemeinsamen Positionspapier sprechen sich der Bundesverband der Systemgastronomie (BdS), der DEHOGA Bundesverband, die Deutsche Tafelkassens (D.T.) sowie der GROSSHANDELSVERBAND FOODSERVICE (G.F.) entschieden gegen die Pläne aus.

„Wir befürworten grundsätzlich mehr Transparenz im Sinne des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes - insbesondere dort, wo ein klarer Bedarf besteht und eine Kennzeichnung sinnvoll ist. Für den Außer-Haus-Markt trifft dies jedoch überwiegend nicht zu. Wir lehnen daher die geplante Ausweitung der Kennzeichnungspflicht auf diesen Bereich ab“, heißt es in dem Positionspapier. Die Verbände sehen darin vor allem eine neue, unnötige Bürokratisierung, Wettbewerbsverzerrung für kleine und mittelständische Betriebe sowie die Gefahr, dass deutsche Schweinefleischproduzenten durch verstärkte Nutzung von Importeuren geschädigt werden.

Hintergrund
Am 1. März 2020 gibt für Frisches, unverarbeitetes Schweinefleisch aus deutscher Mast eine verpflichtende Kennzeichnung im Lebensmittelkennzeichnungs-, Ordnungs- und Kennzeichnungsgesetz (LMBG) vor. Die Kennzeichnungspflicht auch auf die Gastronomie bzw. Außer-Haus-Verpflegung auszuweiten, die Verbände warnen vor massiven Folgen für die Branche, sollte diese Ausweitung kommen.

Vier zentrale Kritikpunkte der Branche
1. Bürokratische Überforderung: Restaurants und Imbissbuden müssten jede Veränderung in der Lieferkette dokumentieren



geschlossen in den politischen Prozess eingebracht, um die Interessen unserer Mitglieder zu schützen.

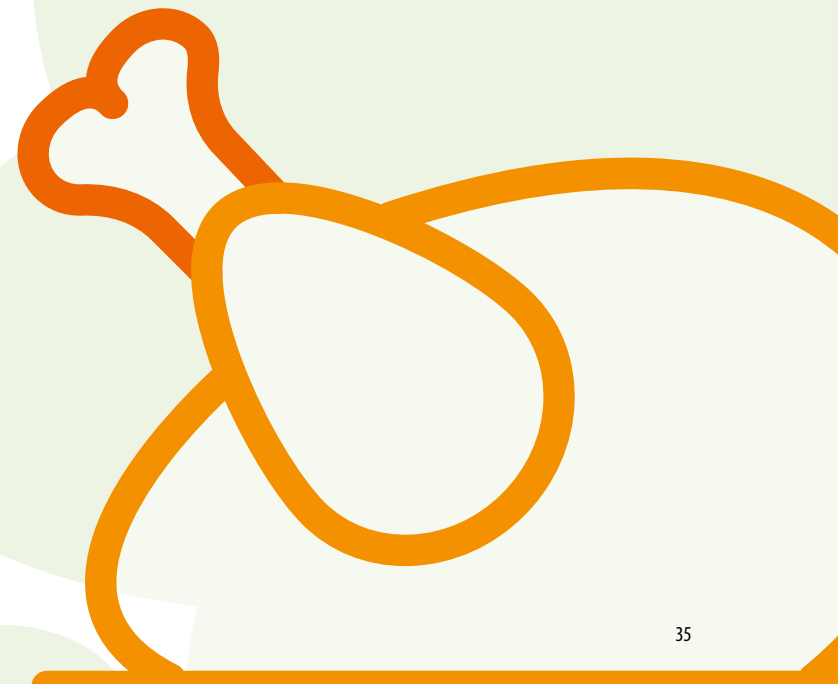
Ein wichtiger Meilenstein in diesem Prozess war unser Termin im Bundestag mit Hermann Färber (CDU/CSU), dem Vorsitzenden des Ausschusses für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, und Christoph Frauenpreiß (CDU/CSU), zuständigem Fraktions-Berichterstatler. Im Mittelpunkt stand unsere Kritik an den Vorschlägen zur Ausweitung der Kennzeichnung. Wir konnten die Folgen entlang komplexer Warenströme konkret erläutern, die von zusätzlicher Dokumentations- und Trennpflicht bis zu erheblichen Mehrkosten ohne erkennbaren Mehrwert für Verbraucher:innen und Gäste reichen.

Parallel haben wir unsere Position über Pressestatements, LinkedIn-Beiträge und direkte Ansprache weiterer politischer Verantwortlicher platziert. Zusätzliche Reichweite brachte ein großes Interview im Branchenmedium foodservice, in dem die Verbändeallianz die Auswirkungen einer Ausweitung des THKG auf Gastronomie und verarbeitete Produkte pointiert dargestellt hat.



Hier geht's zur Pressemitteilung zum Positionspapier der Verbändeallianz zur Reform des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemitteilungen/pm-2026-07-positionspapier-tierhaltungskennzeichnungsgesetz>



CDU/CSU-FRAKTIONSVERANSTALTUNG BEI DER IGW 2026: WETTBEWERBSFÄHIGKEIT, PLANBARKEIT, WENIGER BÜROKRATIE

Ein inhaltlicher Schwerpunkt auf der diesjährigen Internationalen Grünen Woche im Januar 2026 war für uns die Veranstaltung der CDU/CSU-Bundestagsfraktion unter dem Titel „Politikwechsel für unsere Land- und Ernährungswirtschaft gestalten“. In zwei Panels ging es um die großen Stellschrauben für die Zukunft der EU-Agrarpolitik und nationale Weichenstellungen für Wettbewerbsfähigkeit und Bürokratierückbau.

Für die Tiefkühlwirtschaft waren diese Punkte relevant:

- Wettbewerbsfähigkeit statt Überlastung: Das Versprechen der neuen Bundesregierung, Belastungen zu reduzieren und Unternehmen mehr Spielräume zu geben, ist für unsere Branche zentral.
- Investitionssicherheit & verlässliche Rahmenbedingungen: Planbarkeit wurde als Voraussetzung betont für Investitionen in Effizienz, Transformation, Digitalisierung und resiliente Lieferketten.
- Resilienz & Versorgungssicherheit: Die Redner aus der CDU/CSU-Fraktion versprachen mehr Unabhängigkeit, weniger Abhängigkeiten und stabile Ketten.
- Praxistauglichkeit von EU-Regeln: Am Beispiel der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) machte die Fraktion deutlich, dass Überregulierung die Ziele am Ende konterkarieren kann.



HIGHLIGHTS VON NINA KOLLAS, LEITUNG DER **dti**-KOMMUNIKATION

- Die Zusammenarbeit mit unseren Profis aus QM- und PR-Ausschuss bei unserer Kommunikation zu „(hoch-)verarbeiteten“ Lebensmitteln: super Teamwork mit starkem Ergebnis!
- Das gemeinsame PR-Projekt zur BMLEH-Aktion „Miss mit!“ mit unserem Vorstandsmitglied bofrost*!
- Die Medienresonanz auf unsere Kommunikation zur Anuga 2025: deutliche Steigerung zu 2023, u.a. Erhöhung des Werbeäquivalentwerts von 20.000 Euro 2023 auf 3,4 Millionen Euro 2025!



Nina Kollas

VERBRAUCHER:INNENKOMMUNIKATION



Unsere Lebensmittelwelt heißt: Bunte, saftige und hochwertige Lebensmittel. Für jeden Geschmack, jede Antwort auf häufige Fragen rund um die Verarbeitung von Lebensmitteln und Tiefkühlprodukten

Sachlich, gut verständlich, wissenschaftlich fundiert: neues **dti**-Infoangebot zur Debatte um sogenannte „(hoch-)verarbeitete“ Lebensmittel

Verbraucher:innen treffen ihre Kaufentscheidungen heute in einem Umfeld, das von schnellen Schlagzeilen, widersprüchlichen Ernährungstrends und teils pauschalen Urteilen geprägt ist. Gerade bei Tiefkühlprodukten kursieren dabei hartnäckige Mythen – von „zu viele Zusatzstoffe“ über „TK ist doch so energieintensiv“ bis „hochverarbeitet = ungesund“. Für die Tiefkühlwirtschaft ist das mehr als ein Image-Thema: Es geht um Vertrauen in die Kategorie TK und um verlässliche Informationen und Orientierung im Ernährungsalltag. Hier setzt das **dti** an: Wir liefern verständliche, wissenschaftlich fundierte Informationen, die Verbraucher:innen helfen, rationale, individuelle Entscheidungen zu treffen. Und wir schaffen Kommunikationsanlässe, die die Branche gemeinsam für die Vorteilskommunikation nutzen kann. Das stärkt die Reputation der Kategorie, ergänzt die Kommunikation der Unternehmen und zeigt: Die Kategorie TK ist frisch, vielfältig und genussvoll – von naturbelassenem Gemüse bis zur unkomplizierten Convenience-Lösung – und unterstützt die Menschen bei einer ausgewogenen und nachhaltigen Ernährung im Alltag.

VERARBEITUNG VERSTÄNDLICH ERKLÄREN: NEUES **dti**-INFOANGEBOT

Die aktuelle öffentliche Diskussion über „(hoch-)verarbeitete Lebensmittel“ ist oft emotional und trifft zu Unrecht auch Tiefkühlprodukte. Bei vielen Verbraucher:innen entsteht der Eindruck: „verarbeitete Lebensmittel“ seien automatisch „schlechte Ernährung“.

Das **dti** nimmt diese Debatte ernst und hat Anfang 2026 ein neues Infoangebot für Verbraucher:innen auf www.tiefkuehlkost.de veröffentlicht, das sich mit den Argumenten der Kritiker:innen auseinandersetzt und TK in der Debatte sachlich einordnet. Gemeinsam mit den Expert:innen aus unseren Ausschüssen Qualitätsmanagement und Kommunikation haben wir einen umfangreichen Fragenkatalog beantwortet, z. B.:

- Was bedeutet „verarbeitet“ – und warum verarbeiten wir Lebensmittel?
- Welche Rolle spielt der Verarbeitungsgrad tatsächlich bei der ernährungsphysiologischen Bewertung von Lebensmitteln?
- Welche Aspekte sind entscheidend bei der Frage, ob ein Lebensmittel „gesund oder ungesund“ ist?

Unser Ziel ist es, Verbraucher:innen Orientierung zu geben und die Vorteile von Tiefkühlprodukten und ihre wichtige Rolle für unsere Ernährung darzustellen. Das **dti**-Infoangebot dient zugleich als Grundlage für Gespräche mit Medien und Stakeholdern und die Kommunikation unserer Mitglieder mit ihren Kund:innen.

Das Infoangebot haben wir zusätzlich über eine bundesweite Pressemitteilung in die Fach- und Publikumsmedien getragen. Außerdem haben wir die Landingpage auf LinkedIn und Instagram beworben, um Verbraucher:innen auch direkt zu erreichen.

Für die Mitglieder haben wir das Thema in einem Sonder-Rundschreiben aufbereitet, zentrale Argumentationslinien zusammengefasst und Anknüpfungspunkte für die Unternehmenskommunikation geliefert. So kann aus der Landingpage ein gemeinsames Werkzeug der Tiefkühlfamilie werden – für mehr Konsistenz, Reichweite und Wirkung in der öffentlichen Debatte.



Zusätzlich haben wir das Thema im März 2026 in unserem neuen digitalen Mitgliederformat „**dti** connect“ aufgegriffen: Darin haben wir unseren Mitgliedern die Kernaussagen, Kommunikationsansätze und das neue Online-Angebot kompakt vorgestellt – mit Raum für Austausch darüber, wie wir gemeinsam zur Versachlichung der Debatte beitragen können.



Hier geht's zur Pressemitteilung zum **dti**-Infoangebot zu Lebensmittelverarbeitung:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2026-03-upf>

ZWEI AKTIONSTAGE, EINE GEMEINSAME STORY: TK-VORTEILE SICHTBAR MACHEN

Anfang März 2026 haben wir zwei aufmerksamkeitsstarke Anlässe genutzt, um positive TK-Botschaften in die Öffentlichkeit zu bringen: den Tag der Tiefkühlkost (6. März) und den Tag der gesunden Ernährung (7. März). Im Mittelpunkt stand die Frage, wie gesunde Ernährung im oft stressigen Alltag gelingt und welche Rolle TK dabei spielen kann.



Unser „TK-Trendbarometer“ vom Januar 2026, eine repräsentative Verbraucherbefragung, die wir regelmäßig mit dem Marktforschungsinstitut Innofact durchführen, hat diese Frage genauer untersucht. Die Ergebnisse haben wir in einer bundesweiten Pressemitteilung und begleitend auf LinkedIn und Instagram kommuniziert.

Wichtig war uns dabei, die gemeinsame Kommunikationspower unserer **dti**-Tiefkühlfamilie zu nutzen: Wir haben per Sonder-Rundschreiben dazu eingeladen, die Aktionstage für die Unternehmenskommunikation zu nutzen, unsere Inhalte zu teilen und eigene Botschaften anzuschließen. Viele Mitglieder haben mitgemacht, dafür ein ganz großes Dankeschön! Zusätzlich konnten wir auf unser neues Verbraucher:innen-Infoangebot zur Verarbeitung von Lebensmitteln verweisen und so zwei Themen sinnvoll verbinden: die Herausforderungen für eine ausgewogene Ernährung im Alltag und den wichtigen Beitrag, den TK dabei leisten kann, sowie Wissensvermittlung und Aufklärung.

Hier geht's zur Pressemitteilung zu unserem TK-Trendbarometer 2026 „TK und gesunde Ernährung“:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2026-05-tktrendbarometer>



WUNSCH NACH GESUNDER ERNÄHRUNG HOCH Umsetzung im Alltag oft schwer



Quelle: repräsentative Verbraucherbefragung von Innofact im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (dti), Ende Januar 2026, n = 1.000, Online-Interviews

eigene Darstellung mit Canva

ZU GUT FÜR DIE TONNE: „MISS MIT!“ – dti UND BOFROST* GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Lebensmittelverschwendung betrifft Verbraucher:innen unmittelbar, finanziell und „moralisch“. Im Herbst 2025 hat das **dti** deshalb erneut die Aktionswoche „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) unterstützt und sich an der „Miss mit!“-Aktion beteiligt, um Menschen zu motivieren, eigene Küchenabfälle sichtbar zu machen, und gleichzeitig konkret zu helfen, Lebensmittelabfälle im Alltag zu vermeiden. Organisiert wurde „Miss mit!“ vom Verein Slowfood Deutschland e. V. und der Technischen Universität Berlin.

Gemeinsam mit den Ernährungsexperten unseres Mitglieds bofrost* haben wir dafür ein Video mit praktischen Tipps rund um TK erstellt – von Einkauf und Transport über Lagerung bis zur Zubereitung. Das Video wurde in die Aktions-App eingebunden.

Flankiert haben wir die Aktionswoche mit Kommunikation auf Basis einer repräsentativen Verbraucher:innenbefragung, unserem „TK-Trendbarometer“. Die Ergebnisse zeigten: TK wird deutlich seltener weggeworfen als viele andere Lebensmittelgruppen. TK ist lange haltbar, gut portionierbar und bedarfsgerecht einzusetzen.

Das macht TK für viele Haushalte zu einem wirksamen Instrument im Kampf gegen Lebensmittelabfälle.



« Wer sorgsam mit Lebensmitteln umgeht, schützt damit Umwelt, Klima und die Würde derer, die sie produzieren. Einfrieren bewahrt Lebensmittel nicht nur vor der Tonne, sondern erhält auch den Genuss und die Arbeit, die in ihnen stecken. Wer richtig einfriert und auftaut, verlängert das Leben hochwertiger, saisonaler Produkte und schont Ressourcen – ganz im Sinne der Slow-Food-Idee von gutem, sauberem und fairem Essen. »

Dr. Rupert Ebner,
 Vorstandsmitglied von
 Slow Food Deutschland e.V.

Hier geht's zur Pressemitteilung zu unserer Aktion „Miss mit!“:



<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemitteilungen/pm-2025-23-missmit-gegen-lebensmittelverschwendung>

AUSWERTUNG MEDIENBERICHTERSTATTUNG 2025

Steigerung der Meldungen um über 13 Prozent gegenüber dem Rekordjahr 2024!

- 32 Pressemitteilungen (2024: 27)
- 819 Meldungen (2024: 727 Meldungen, + 13 Prozent)
- Reichweite: 749 Millionen (2024: 1 Milliarde, - 28 Prozent)
- Werbeäquivalenzwert: 7 Millionen Euro (2024: 9,5 Millionen Euro)
- Topthemen:
 - Absatzstatistik 2024
 - Tag der Kälte
 - Anuga 2025
 - „70 Jahre TK in Deutschland“

Zusätzlich wurden 2025, erstmals für uns ausgewertet, knapp 120 TV- und Hörfunkberichte mit Nennung **dti** erfasst. Leider konnten nur für wenige Beiträge Reichweiten ermittelt werden – wir sind darauf trotzdem sehr stolz!

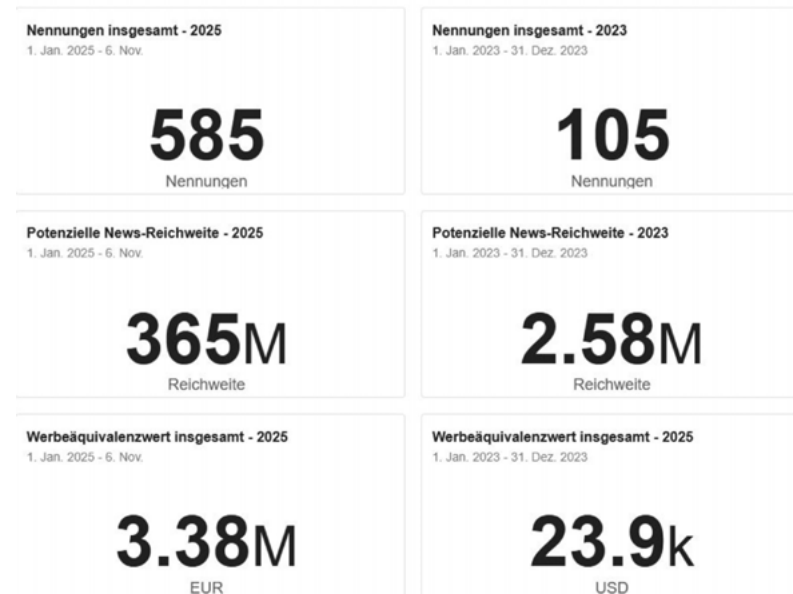
Quelle: Meltwater

« Als Familienunternehmen legen wir großen Wert auf den schonenden Umgang mit den Ressourcen der Natur. Dazu gehört selbstverständlich auch, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Durch unsere Unterstützung der Initiative „Miss mit!“ konnten wir unsere Online-Community gezielt für dieses wichtige Thema sensibilisieren. Für uns ist klar: Nur gemeinsam können wir Verschwendung vermeiden und Ressourcen schützen. Besonders hervorheben möchten wir zudem die sehr gute Zusammenarbeit mit dem **dti** – stets unterstützend, wertschätzend und mit dem gemeinsamen Fokus, so viele Menschen wie möglich auf dieses wichtige Thema aufmerksam zu machen. »

Christian Göbser,
 Geschäftsführung bofrost*

AUSWERTUNG MEDIENBERICHTERSTATTUNG ZUM dti ANLÄSSLICH DER ANUGA 2025

Gewaltige Steigerungen bei Nennungen, Reichweite und Werbewert gegenüber 2023



SOCIAL MEDIA & WEBSEITE

HIGHLIGHTS VON MACY MORRIS, dti-WERKSTUDENTIN FÜR SOCIAL MEDIA UND WEBSEITE

- Anuga und die TIEFKÜHLTAGUNG 2025, bei der ich viele unserer tollen Mitglieder besser kennenlernen konnte!
- „Taste Test“-Video auf der Anuga 2025 (Lecker!!)
- PR-Ausschuss-Sitzung Ende 2025: Ich durfte die Projekte aus meinem Bereich selbst vorstellen!



Macy Morris

SOCIAL MEDIA

Social Media ist für das **dti** ein immer wichtigerer Kommunikationskanal. Hier können wir unsere TK- und **dti**-Themen schnell direkt platzieren und unsere unterschiedlichen Zielgruppen erreichen. Vor allem Instagram und LinkedIn verbinden dabei Mitgliederkommunikation mit Interessenvertretung und Verbraucher:innenansprache: Wir machen die Vielfalt und Wirkung unserer Verbandsarbeit sichtbar, stärken das positive Image unseres Spitzenverbandes, unserer Branche und ihrer Produkte und Dienstleistungen und erhöhen zugleich die Reichweite für unsere Botschaften. Davon profitieren auch unsere Mitglieder: Ihre Themen werden sichtbar, das Verbandsleben wird erlebbarer und die Bindung an das **dti** gestärkt. Gleichzeitig erhalten potenzielle neue Mitglieder einen guten Eindruck davon, wofür das **dti** steht und was wir alles leisten. Um professionell und zeitgemäß zu kommunizieren, bilden wir uns regelmäßig fort, etwa zu Content-Produktion, KI-Einsatz, Social Media-Trends und Community Management.



INSTAGRAM: NEUE STRATEGIE FÜR NOCH MEHR NÄHE

Ein klareres Layout und ein aktives Community Management schaffen mehr Nähe zu unseren Zielgruppen. Inhaltlich setzen wir verstärkt auf neue, zielgruppen-gerechte Formate – insbesondere Reels, Interviews und authentische Einblicke, die unseren Auftritt emotionaler und persönlicher machen. Besonders erfolgreich waren unsere „Taste Tests“ auf der Anuga 2025 und auf der Foodmesse „MeehrGenuss“ im März 2026 sowie Interviews mit Branchenpartnern und Mitgliedern. Solche Formate sind auch für unsere Mitglieder wertvoll, weil sie Themen der Branche anschaulich vermitteln und Stimmen aus dem **dti**-Umfeld sichtbar machen.

«Das wirkungsvolle Zusammenspiel aus Content-Strategie und Social Advertising sorgt dafür, dass die zentralen Botschaften der TK-Vorteilskommunikation in den relevanten Zielgruppen ankommen.»



Fabian Held, Herr Held Online Kommunikation, unterstützt das **dti** bei der Kommunikation via Instagram



Ein tolles Interview mit dem Circano-Experten Jochen Pinsker zur Zukunft von Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

UND WAS HABEN WIR MIT DIE- SER STRATEGIE ERREICHT?

Unsere Instagram-Präsenz ist im vergangenen Jahr deutlich gewachsen. Wir konnten rund 300 neue Follower:innen gewinnen und mit 81 Beiträgen unsere Aktivität im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppeln. Gleichzeitig sind Reichweite, Sichtbarkeit und Interaktionen deutlich gestiegen: So erhöhte sich die bezahlte Reichweite auf über 1,5 Millionen, die organische auf rund 40.000. Auch die Zahl der Impressions stieg stark, auf rund 4,5 Millionen bezahlt, und über 75.000 organisch. Besonders wichtig ist, dass sich nicht nur die Sichtbarkeit, sondern auch die Interaktionsrate klar verbessert hat. Das zeigt, dass unsere Beiträge mehr Menschen erreichen, häufiger wahrgenommen werden und unsere Zielgruppen noch besser ansprechen.

Auch im Vergleich zu den Instagram-Accounts anderer Verbände erweist sich unsere neue Strategie als erfolgreich. Das zeigt sich vor allem in der überdurchschnittlichen Vielfalt unserer Formate und in



Hier geht's zu unserem dti-Instagram-Kanal:

<https://www.instagram.com/deutsches.tiefkuehlinstitut/>

einer vergleichsweise hohen Interaktionsrate. Unsere Inhalte werden also nicht nur gesehen, sondern auch aktiv wahrgenommen. Beides trägt dazu bei, dass die **dti**-Botschaften bei unseren Zielgruppen ankommen.



LINKEDIN: HAUPTADRESSE FÜR UNSERE MITGLIEDER-, NETZWERK- UND POLITISCHE KOMMUNIKATION

LinkedIn ist für das **dti** weiterhin eine besonders relevante Plattform, deren Bedeutung stetig wächst. Hier treten wir gezielt mit Mitgliedern, Stakeholdern aus unserem Netzwerk, der Branche, Medien und der Politik in den Austausch. LinkedIn hilft uns, die Vernetzung innerhalb der Tiefkühlwirtschaft zu stärken, aktuelle Entwicklungen kommunikativ zu begleiten und die Sichtbarkeit des **dti** als Spitzenverband weiter auszubauen. Zugleich macht die Plattform die thematische Vielfalt unserer Verbandsarbeit sichtbar und verbindet fachliche Inhalte, Branchenimpulse und Mitgliederkommunikation.

« *Wer fundierte und schnelle Kommunikation rund um die heißen Themen unserer Tiefkühlbranche nicht mag, sollte dem **dti** AUF KEINEN FALL bei LinkedIn und auf Instagram folgen! Für alle anderen: Unser Tiefkühlinstitut hat sich zu einem echten Branchensprachrohr auf Social Media entwickelt, das mindestens ein Follow, aber auch regelmäßige Likes und Shares verdient hat. So sorgen wir gemeinsam dafür, dass unsere Branche noch mehr Gehör findet.* »

Matthias Hanigk,
 Dr. Oetker, Vorsitzender unseres **dti**-PR-Ausschusses

Im Fokus stehen dabei unter anderem:

- Updates aus dem Verbandsleben
- Berichte zu Studien und Forschungsprojekten
- Analysen zu Veranstaltungen und Messen
- Einschätzungen zum tiefkühlrelevanten politischen Geschehen
- Einblicke in die Arbeit des **dti**
- Hinweise auf digitale und analoge Verbandsveranstaltungen

Entsprechend positiv fällt auch die Bilanz des vergangenen Jahres aus:

Seit April 2025 haben wir 146 Beiträge veröffentlicht und unsere Community auf inzwischen über 3.500 Follower:innen ausgebaut, ganz ohne bezahltes Sponsoring. Auch bei den Interaktionen verzeichnen wir eine erfreuliche Entwicklung.



Hier geht's zu unserem LinkedIn-Kanal:

<https://www.linkedin.com/company/deutsches-tiefk%C3%BChlinstitut/?viewAsMember=true>

Das zeigt sich auch im Vergleich mit anderen Verbänden:

In einer internen Auswertung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 6. November 2025 zählt das **dti** zu den kommunikationsstärksten und strategisch stabilsten Verbänden. Das **dti** verbindet laut Analyse hohe Reichweite, starkes Engagement und regelmäßige Aktivität zu einem wirkungsvollen Kommunikationsauftritt.

Ein Projekt, das uns besonders wichtig ist und das wir kontinuierlich ausbauen, ist die Vorstellung neuer Mitglieder auf LinkedIn. So erfahren unsere Follower:innen und die Branche direkt von unserem Zuwachs, und wir machen unser wachsendes Netzwerk sichtbar. Bereits in den ersten Monaten konnten wir auf diese Weise Iceworx und Eismann unserer Community vorstellen – mit sehr positivem Echo.

Unser herzlicher Dank gilt allen Mitgliedern, die sich bereits aktiv an unseren Social-Media-Aktionen beteiligen, Beiträge teilen, liken oder reposten. Dieses Engagement ist für uns besonders wertvoll: Es hilft dabei, unsere Botschaften über die eigenen Kanäle hinaus zu verbreiten und neue Zielgruppen zu erreichen. Deshalb freuen wir uns sehr, wenn unsere Mitglieder unsere Beiträge auch weiterhin aktiv unterstützen und teilen – denn je stärker wir unsere Reichweite gemeinsam nutzen, desto sichtbarer werden unsere Themen und Anliegen.





Eine SEO- und GEO-optimierte dti-Unterseite

« Das dti hat sich in den letzten Jahren sehr klar als Brand positioniert. Mittlerweile gibt es viele direkte Suchanfragen nach ‚dti‘, was früher nicht der Fall war. »

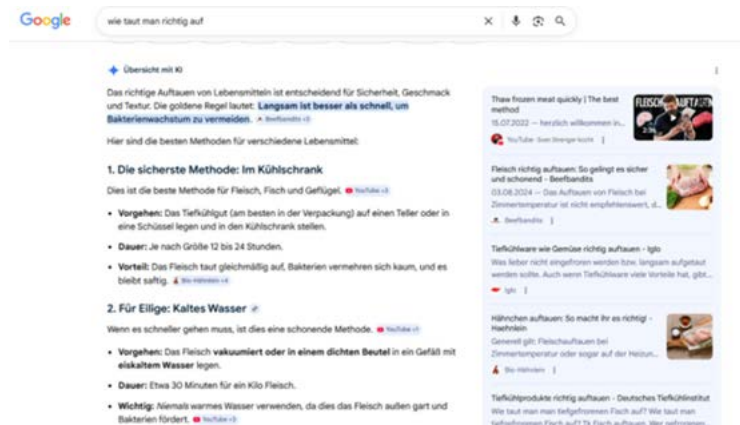
David Markstädter,
 IDEA ON Online Marketing | Websolutions,
 unterstützt das dti bei SEO und GEO

dti-WEBSEITE

SEO TRIFFT GEO: dti-WEBSEITE GEZIELT VERBESSERT

In den vergangenen Monaten haben wir unsere Webseite Schritt für Schritt weiter optimiert und an aktuelle Anforderungen der digitalen Sichtbarkeit angepasst. Dazu gehören sowohl die klassische Suchmaschinenoptimierung (SEO), damit unsere Inhalte bei Google und anderen Suchmaschinen besser gefunden werden, als auch neue Anforderungen der sogenannten „Generative Engine Optimization“ (GEO). Dabei geht es darum, Inhalte so aufzubereiten, dass sie auch von KI-basierten Such- und Antwortsystemen besser erkannt, eingeordnet und ausgespielt werden.

Warum ist das wichtig? Nur wenn unsere Themen im digitalen Raum gut auffindbar sind, können wir die Positionen und Informationen des dti wirksam platzieren. Das stärkt nicht nur die Sichtbarkeit des Verbandes, sondern auch die der gesamten Tiefkühlbranche. Für unsere Mitglieder bedeutet das einen konkreten Mehrwert: Relevante Branchenthemen, Positionen und Informationen werden besser gefunden, die öffentliche Wahrnehmung der Branche wird gestärkt, und das dti kann seine Rolle als sichtbare und verlässliche Stimme der Tiefkühlwirtschaft weiter ausbauen.



Unser Ziel ist es, die Inhalte des dti sowohl in klassischen Suchmaschinen als auch in KI-basierten Such- und Antwortsystemen, wie den neuen AI-Overviews von Google, noch sichtbarer zu machen. Dazu überarbeiten wir bestehende Inhalte auf unserer Webseite, entwickeln neue Texte und passen die Webseite so kontinuierlich an die sich wandelnden digitalen Rahmenbedingungen an. Gemeinsam mit unserem Dienstleister stellen wir sicher, dass unsere digitale Kommunikation zeitgemäß bleibt und unsere Themen dort präsent sind, wo heute nach Informationen gesucht wird. Ein wichtiger Erfolg ist, dass wir uns im Durchschnittsrang bei Google bereits auf die erste Seite vorgearbeitet haben. Auf diese Weise gewinnen zentrale Themen, Positionen und Informationen der Tiefkühlbranche auch online weiter an Sichtbarkeit.



Hier geht's zu unserer Webseite:

<https://www.tiefkuehlkost.de/>

LOGISTIK

HIGHLIGHTS VON DR. SABINE EICHNER, *dti*-GESCHÄFTSFÜHRERIN

- Internationale Forschung zum Temperaturstandard von TK gestartet
- Ausbau internationaler und nationaler TK-Netzwerke durch Events und Networking



Dr. Sabine Eichner

DER *dti*-ARBEITSKREIS LOGISTIK

Der *dti*-Arbeitskreis Logistik setzte sich mit strategisch wichtigen Handlungsfeldern in der TK-Distributionslogistik auseinander: bessere Zusammenarbeit mit dem Handel, mehr Resilienz der TK-Logistik durch optimierte Planung und kooperative Ansätze, aber auch mit langfristigen Aufgaben wie der Weiterentwicklung der TK-Logistik.

Nach dem Ausscheiden von *dti*-Vorstandsmitglied Frank Huckschlag, der den Arbeitskreis maßgeblich prägte, befindet sich das Gremium aktuell in einer Phase der Neuausrichtung. Ein Schwerpunkt liegt in der fachlichen Begleitung des internationalen Forschungsprojektes FROSTEQ mit logistischer Expertise.

« Das Projekt FROSTEQ bietet uns die einmalige Möglichkeit, die gesetzlich vorgeschriebene TK-Temperatur von minus 18 Grad Celsius in der gesamten Tiefkühlkette unter Produktqualitäts- und Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu überprüfen. Die Auswirkungen einer Erhöhung der Tiefkühltemperatur unter realen Bedingungen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg im Rahmen der Studie zu testen, sehen wir als Chance. Dabei hat für uns oberste Priorität: die hohe Qualität und Sicherheit unserer Tiefkühlprodukte. »



Dr. Andreas Bosselmann,
dti-Projektleiter FROSTEQ



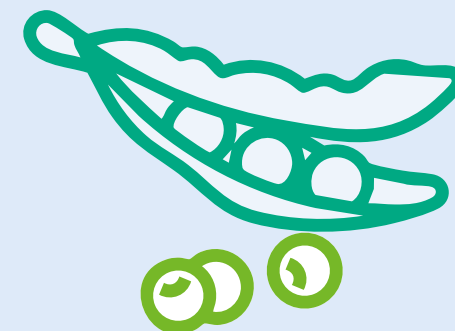
FROSTEQ – MINUS 18 GRAD CELSIUS AUF DEM PRÜFSTAND

Das *dti* beteiligt sich an dem internationalen Forschungsprojekt FROSTEQ, das die renommierte niederländische Forschungsorganisation Wageningen Food & Biobased Research der Universität Wageningen als Public-Private-Partnership mit Förderung der niederländischen Regierung im April 2025 gestartet hat. Bei FROSTEQ können sich Institutionen und Unternehmen aus der gesamten Tiefkühlkette als Forschungspartner einbringen. Das Projekt hat eine Laufzeit von vier Jahren.

Das Forschungskonsortium untersucht die zentrale Frage, bei welcher einheitlichen Temperatur sichergestellt ist, dass die hohe Qualität und Sicherheit von tiefgekühlten Lebensmitteln während Transport und Lagerung ohne Abstriche gewährleistet bleiben und gleichzeitig Energiebedarf und CO₂-Emissionen reduziert werden können.

Das internationale FROSTEQ-Konsortium vereint wichtige Akteure der Tiefkühl-Wertschöpfungskette. Lebensmittelhersteller, Transport- und Lagerunternehmen, Hersteller

von Haushaltsgeräten, Branchenorganisationen und Wissenspartner arbeiten zusammen, um die Ziele des Forschungsprojektes, praxisrelevante Ergebnisse und Akzeptanz in der Wirtschaft zu erreichen. Weitere Projektpartner sind der deutsche Haushaltsgeräte-Hersteller BSH Hausgeräte GmbH, der internationale Verband Global Cold Chain Alliance (GCCA), die dänische Unternehmensgruppe A.P. Møller - Mærsk A/S, das internationale Bündnis „Move to -15°C“, der niederländische Verband „Vereniging van Nederlandse Koel- en Vrieshuizen“ (Nekovri) und das Unternehmen Nomad Foods Europe mit Sitz in Großbritannien.





Beitrag zu FROSTEQ im „Lebensmittelbrief“, Dezember 2025



Hier geht's zur Pressemitteilung zum Start von FROSTEQ



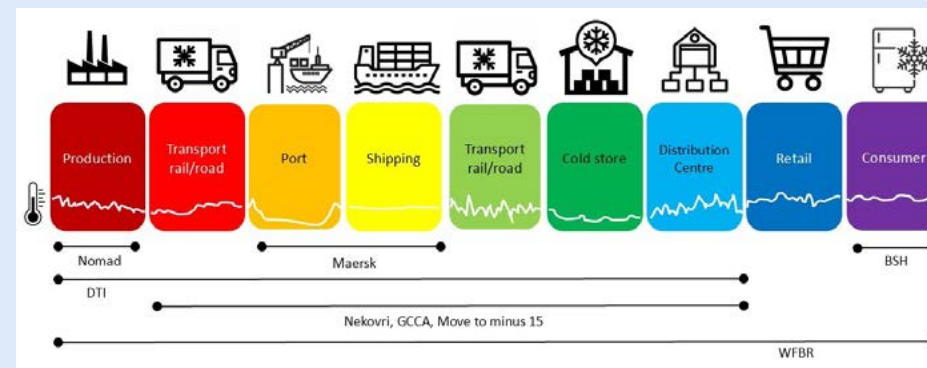
<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-29-minus-18-c-auf-dem-pruefstand>

Das **dti** koordiniert den deutschen Beitrag zu FROSTEQ und beteiligt sich gemeinsam mit sechs Mitgliedsunternehmen an dem Forschungsprojekt:

- apetito AG
- bofrost* Dienstleistungs GmbH & Co. KG,
- Coldsense Technologies GmbH
- Conditorei Coppenrath & Wiese KG
- Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
- Salomon FoodWorld GmbH

Unser Ziel ist es, die hohe Qualität von TK für alle Warengruppen zu sichern und Potenziale für Energieeinsparungen zu erkennen.

Tatkräftige Unterstützung hat das **dti** durch Dr. Andreas Bosselmann, Lebensmittelchemiker und ehemals Leiter Internationales Qualitätsmanagement bei bofrost*, der das Projektmanagement für das **dti** übernommen hat. Darüber hinaus unterstützen und beraten die Leiter:innen aus dem Bereich Qualitätsmanagement der beteiligten Mitgliedsunternehmen das **dti** und den Projektmanager mit ihrer Expertise.



An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön für die kompetente Unterstützung, Expertise und Zeit!

Für unsere Mitglieder und andere Interessierte haben wir eine Landingpage angelegt mit vielen Informationen zum Forschungsprojekt FROSTEQ, zum Fortschritt sowie zu FAQs rund um die Tiefkühltemperatur.



dti-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner (links) mit Julie Hanson, Director GCCA Europe, bei der European Cold Chain Conference 2026

dti AUF DER EUROPAKONFERENZ DER GCCA

Im März 2026 vertrat Dr. Sabine Eichner die deutsche Tiefkühlwirtschaft bei der „European Cold Chain Conference“ in Düsseldorf, die jährlich vom internationalen Logistikverband „Global Cold Chain Alliance“

(GCCA) veranstaltet wird. Mit einem Beitrag zu Trends im deutschen Tiefkühlmarkt berichtete sie über Bedeutung und Entwicklung des deutschen Marktes.

Das **dti** hat seine Zusammenarbeit mit der GCCA auch als offizieller Partner der Konferenz deutlich gemacht. Denn: Die Interessen der Tiefkühlwirtschaft müssen global betrachtet und vertreten werden.

KÄLTEFORUM 2025

Die wichtigste Plattform für alle, die in der Tiefkühllogistik und -lagerung aktiv sind, ist das jährliche KÄLTEFORUM, das vom **dti** und dem Verband Deutscher Kühllhäuser und Kühllogistikunternehmen (VDKL) veranstaltet wird. Bei dem Netzwerktreffen von rund 200 Fachexpert:innen geht es um aktuelle Branchenthemen, Austausch und Impulse durch die Besichtigung attraktiver Logistikstandorte.



dti-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner und VDKL-Geschäftsführer Jan Peilnsteiner eröffnen das KÄLTEFORUM 2025

INTERNATIONALER AUSTAUSCH

HIGHLIGHTS VON DR. SABINE EICHNER, *dti*-GESCHÄFTSFÜHRERIN

- Globale Zusammenarbeit in der Tiefkühlwirtschaft ausgebaut
- Neue Mitglieder im International Frozen Food Network (IFFN)!
- Wichtiger Austausch zu Ultra Processed Foods



Dr. Sabine Eichner

Die globale Tiefkühlwirtschaft spielt eine bedeutende Rolle in der weltweiten Lebensmittelversorgung. 2025 lag der globale Umsatz mit Tiefkühlware laut Fortune Business Insights bei 325,09 Milliarden US-Dollar. Bis 2032 könnte der Markt auf 457,34 Milliarden US-Dollar anwachsen. Europa stellte 2025 mit 38,78 Prozent den größten regionalen Markt. Auch die deutsche Tiefkühlwirtschaft hat innerhalb Europas ein hohes Gewicht: 2025 stieg der Umsatz der TK-Industrie in Deutschland auf 23,6 Milliarden Euro, Deutschland gilt als wichtigster Absatzmarkt für Tiefkühlprodukte in Europa. Daher ist es wichtig, auf Ebene der Tiefkühlverbände den europäischen und internationalen Dialog weiter zu fördern.

Das **dti** engagiert sich daher an führender Stelle im von ihm ins Leben gerufenen International Frozen Food Network (IFFN). Hier werden Erfahrungen und Best Practices auf der Ebene der Verbandsgeschäftsführer:innen geteilt und gemeinsame Initiativen gestartet. Das **dti** ist überzeugt, dass sich diese Arbeit

für die gesamte Branche auszahlt. Wir müssen unsere Ressourcen stärker bündeln und gemeinsam alle Chancen nutzen, die Sichtbarkeit und Bedeutung der Branche zu erhöhen und die Vorteile der Produkte stärker zu kommunizieren. Eine Alternative zu dieser Netzwerkarbeit gibt es nicht, da es für die Tiefkühlindustrie keine internationalen oder europäischen Dachverbände gibt.

INTERNATIONAL FROZEN FOOD NETWORK (IFFN): WERTVOLLE PLATTFORM FÜR DEN INTERNATIONALEN AUSTAUSCH

Das International Frozen Food Network (IFFN) hat 2025 weiteren Zuwachs bekommen: Die Türkei bereichert das Netzwerk der weltweit führenden Tiefkühlverbände von American Frozen Food Institute (AFFI), British Frozen Food Federation (BFFF), Fachverband der Lebensmittelindustrie (Österreich), UNAS Unione Nazionale Alimenti Surgelati

« Wenn es um globale Ernährungssicherheit geht, ist Tiefkühlkost eine unverzichtbare Lösung. In einer Welt, in der sich das Klima, die geopolitische Situation und die Preise von Rohstoffen über Nacht ändern können, bieten Tiefkühlprodukte Zeit: Zeit, um Lebensmittel sicher über weite Strecken zu transportieren, Zeit, um saisonale Schwankungen und Schocks auszugleichen, und Zeit für Familien, ihre Budgets verlässlich zu planen. »

Dr. Sabine Eichner,
dti-Geschäftsführerin



(Italien), VriesVersPlatform (Niederlande), FIAC Fédération des Industries des Aliments Conservés (Frankreich), Frozen España (Spanien), PROFEL – European Association of Fruit and Vegetable Processors (Belgien) und Global Cold Chain Alliance (GCCA) mit der türkischen Frozen Food Association (DGD).

Ziel des IFFN ist es, das Bewusstsein für die Vorteile von Tiefkühlkost zu schärfen und sich über bewährte Praktiken innerhalb der internationalen Tiefkühlindustrie auszutauschen. Die internationalen Marktentwicklungen, Nachhaltigkeits- und Kommunikationsthemen rund um TK stehen bei den regelmäßigen digitalen Meetings auf CEO-Ebene im Mittelpunkt. Der Austausch erweitert die Kenntnisse und stärkt die Zusammenarbeit, auch in der politischen Arbeit für eine stärkere Anerkennung und Wettbewerbsfähigkeit der Tiefkühlwirtschaft international.

Im Mittelpunkt eines Online-Meetings im Januar 2026 standen die internationalen Entwicklungen beim Thema „Hochverarbeitete Lebensmittel“ (Ultra Processed Foods, UPF). Das Gespräch war sehr wertvoll, um die unterschiedlichen Gegebenheiten in den einzelnen Ländern besser zu verstehen. Die Gruppe verständigte sich auf einige gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen, die im Laufe des Jahres 2026 umgesetzt werden, darunter ein gemeinsames Positionspapier und eine Social-Media-Aktion.

« **Unsere Konferenz spiegelt das gemeinsame Ziel von IFFN und GCCA wider: das weltweite Bewusstsein für die Vorteile von Tiefkühlkost zu schärfen und die Zusammenarbeit entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette zu stärken, denn so können wir noch besser zu einer nachhaltigen Ernährung der Weltbevölkerung beitragen.** »

Julie Hanson,
 Director Europe GCCA



IFFN AUF DER ANUGA 2025

Unter dem Titel „Frozen Food Supply Chain: Delivering Food Security for the World“ veranstalteten IFFN und GCCA im Herbst auf der Lebensmittelleitmesse Anuga in Köln die zweite „International Frozen Food Conference“.

Diskutiert wurde die wichtige Rolle von Tiefkühlkost und einer resilienten Tiefkühllogistikette für eine sichere und nachhaltige globale Lebensmittelversorgung auf offenen, internationalen Märkten. Dazu bot die Fachkonferenz Keynotes, Expert:innenbeiträge und Diskussionen zu aktuellen Themen der Handelspolitik, Nachhaltigkeit und Lebensmittelsicherheit. Auf dem Podium: hochkarätige Referent:innen aus der globalen Tiefkühlwirtschaft und Kühlkettenlogistik. Wichtige und bekannte Unternehmen gaben auf der Bühne Impulse, darunter Americold, apetito, Iceland, Jodifrost, Lineage und Nature's Touch, aber auch Expert:innen aus Marktforschung und Wissenschaft wie Europanel und der Universität Wageningen. Teilgenommen haben über 100 internationale Fachbesucher:innen aus Industrie, Handel, Logistik, Verbänden und Politik.

Die Kernbotschaften der zweiten „International Frozen Food Conference“ fassten abschließend Suvan Sharma, American Frozen Food Institute (AFFI), Rupert Ashby, British Frozen Food Federation (BFFF), und Julie Hanson, GCCA, zusammen:

- Tiefkühlkost ist Teil der Lösung für nachhaltige Ernährungssicherheit: v. a. durch die massive Verringerung von Lebensmittelverschwendung entlang stabiler Kühlketten.
- Aufklärung über die wichtigen Vorteile von Tiefkühlprodukten ist dringend nötig: Branche, Politik und Wissenschaft müssen gemeinsam informieren, Werke öffnen und Fakten vermitteln, um Vorurteilen und Fehlannahmen entgegenzuwirken.
- Internationale Zusammenarbeit verstärken: Harmonisierung von Regeln, Daten- und Wissensaustausch sowie starke, gut vernetzte Verbände beschleunigen Resilienz, Wettbewerbsfähigkeit und Akzeptanz.

Das IFFN lud Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft ein, gemeinsam an informierten Konsentscheidungen, fairen Rahmenbedingungen und effizienten, transparenten Kühlketten zu arbeiten – damit Tiefkühlkost ihr volles Potenzial für Sicherheit, Nachhaltigkeit und Genuss entfalten kann.



Zweite „International Frozen Food Conference“ von IFFN und GCCA bei der Anuga 2025



Referent:innen der zweiten „International Frozen Food Conference“ von IFFN und GCCA bei der Anuga 2025

TIEFKÜHLNETZWERK

VERANSTALTUNGEN

HIGHLIGHTS VON ANNETTE VENOHR, LEITUNG VERANSTALTUNGEN IM **dti**:

- Erfolgreiche TIEFKÜHLTAGUNG 2025 in Köln mit TK-Cocktails und Rheinpanorama
- Logistik-Konferenz KÄLTEFORUM mit rund 200 Teilnehmer:innen in Köln 2025



Annette Venohr

Das **dti** ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der Tiefkühlbranche. Ziel ist es, die **dti**-Tiefkühlfamilie aktiv zu vernetzen – durch Veranstaltungen, exklusive Lern- und Austauschformate sowie den kontinuierlichen Dialog mit der Branche und relevanten Akteuren aus Wirtschaft, Politik, NGOs und Wissenschaft. Ein offener Austausch und konstruktive Diskussionen leisten einen wichtigen Beitrag zum gemeinsamen Verständnis und zum Wachstum.

Für uns ist es besonders wichtig, alle zwei Jahre auf der Anuga in Köln, der weltgrößten Lebensmittelmesse, präsent zu sein: als Partner der Fachmesse Anuga Frozen Food, im Aussteller-Beirat, mit eigenem Messestand und begleitenden Veranstaltungen im Rahmenprogramm wie der IFFN-Konferenz und dem TIEFKÜHL STAR.

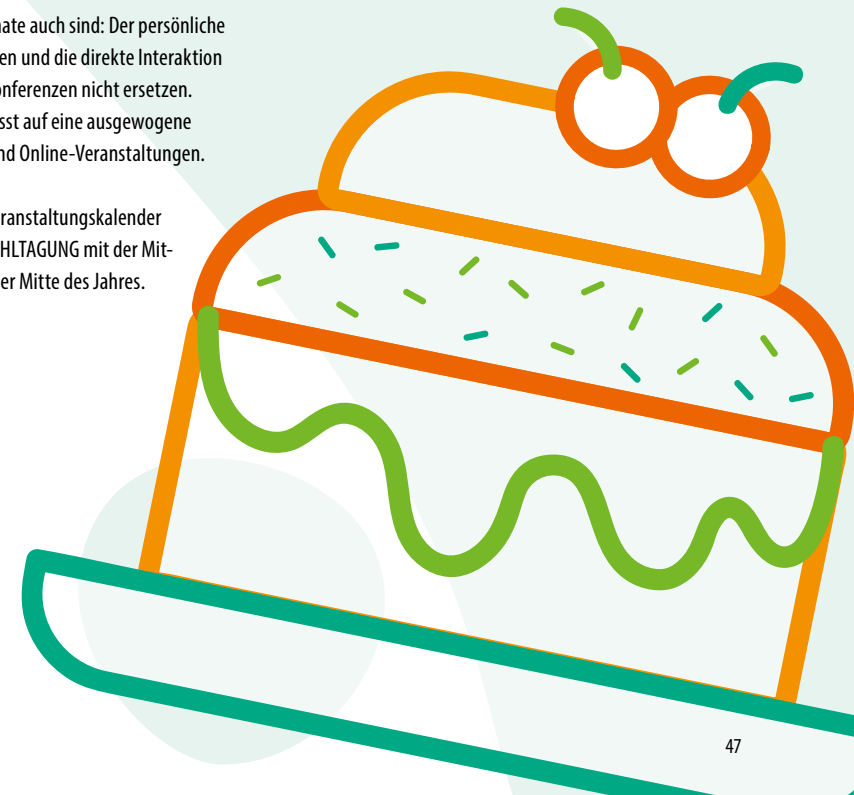
Auch bei unseren selbst organisierten **dti**-Fachkonferenzen wie der TIEFKÜHLTAGUNG, dem QUALITÄTSFORUM oder dem KÄLTEFORUM, das wir gemeinsam mit dem Verband Deutscher Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen (VDKL) durchführen, gewinnen wir hochkarätige Referent:innen, die über relevante Themen informieren. Ein wichtiger Baustein in unserem Veranstaltungsangebot sind auch unsere regelmäßigen digitalen Formate (**dti**-digital und **dti** connect), Seminare und Workshops.

Gleichzeitig achten wir darauf, ausreichend Zeit für Diskussionen und für informellen Austausch zu lassen: bei Kaffeepausen, gemeinsamen Mahlzeiten, Be-

sichtigungen und Kommunikationsabenden. Denn die Stärke des **dti** entsteht nicht nur aus der engagierten Arbeit an gemeinsamen Zielen, sondern speist sich auch aus dem wertschätzenden und vertrauensvollen Miteinander sowie den langjährigen persönlichen Kontakten zwischen unseren Mitgliedern. Neue Mitglieder heißen wir dabei immer herzlich willkommen.

So praktisch Online-Formate auch sind: Der persönliche Austausch, das Netzwerken und die direkte Interaktion lassen sich durch Videokonferenzen nicht ersetzen. Deshalb setzen wir bewusst auf eine ausgewogene Mischung aus Präsenz- und Online-Veranstaltungen.

Der Höhepunkt im **dti**-Veranstaltungskalender ist stets die große TIEFKÜHLTAGUNG mit der Mitgliederversammlung in der Mitte des Jahres.



TIEFKÜHL TAGUNG25

12. – 13.05.2025, Köln

TIEFKÜHLTAGUNG 2025: TRENDS UND INNOVATIONEN IN DER TIEFKÜHLBRANCHE

Rund 200 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden und Gesellschaft kamen 2025 in Köln zur TIEFKÜHLTAGUNG zusammen. Unter dem Motto „Wege zur Innovation“ diskutierten die Teilnehmer:innen im Jubiläumsjahr „70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland“ aktuelle Branchenthemen.



Paneldiskussion TIEFKÜHLTAGUNG 2025 in Köln

VORTRÄGE UND PANELDISKUSSION BELEUCHTEN RELEVANTE THEMEN DES TK-MARKTES

Die Vorträge bei der TIEFKÜHLTAGUNG thematisieren Trends und Innovationen im Tiefkühlmarkt und beschäftigen sich mit Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Kommunikation und Künstlicher Intelligenz.



Volles Haus bei der TIEFKÜHLTAGUNG 2025 in Köln

- **Tilo Hühn (ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften)** zeigte, wie die Tiefkühlprodukte der Zukunft „Lust auf Innovation“ machen. Er stellte unter anderem die neue Technologieplattform „Re-Spice“ vor und führte aus, warum Technologie, Sensorik und Nachhaltigkeit in der Kälte neu gedacht werden müssen. Außerdem präsentierte er den Weg unserer „hypervernetzten Gesellschaft“ ins „Desinformationszeitalter“, in dem die Bedeutung von Expert:innen angesichts der Vielfalt an individuell zugänglichen Erfahrungen im Netz stetig abnehme.
- **Hannah Dammann (Senior Account Managerin bei Innova Market Insights)** erläuterte unter dem Titel „Now & Next“ weltweite Trends im Tiefkühlmarkt und gab exklusive Einblicke in das Verhalten von Verbraucher:innen. Dabei ging sie auch darauf ein, wie TK-Marken innovativ auf sich ändernde Verhaltensweisen und Einstellungen der Konsument:innen reagieren und wo neue Geschäftsbereiche entstehen können.
- **Klaus Dohrmann (Vice President, Global Head of Innovation & Trend Research, DHL Research & Innovation)** stellte den „DHL Logistics Trend Radar 7.0“ vor, der die Themen Digitalisierung, KI und Nachhaltigkeit beobachtet. Er gab einen Ausblick auf die Zukunft der Logistik und erläuterte, wie er Auswirkungen, Herausforderungen und Chancen großer Logistik-Trends einschätzt.

Die ausführliche Pressemitteilung zur **dTi-TIEFKÜHLTAGUNG 2025** finden Sie hier:



<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemitteilungen/pm-2025-12-tiefkuehltagung-2025>

« Vor 70 Jahren wurden auf der Anuga in Köln erstmals Tiefkühlprodukte einem breiteren Publikum in Deutschland vorgestellt. Aus der Start-up-Branche der fünfziger Jahre ist heute ein Global Player geworden, der die Foodbranche revolutionierte. Wie gestaltet die Tiefkühlwirtschaft heute die Zukunft der Ernährung mit? Welche innovativen Lösungen bietet die Zukunftskategorie TK für die Ernährungswende und für mehr Klimaschutz? Wie kommunizieren wir unsere Botschaften an die Kund:innen? Unsere **TIEFKÜHLTAGUNG 2025** diskutiert genau diese hochrelevanten Fragen – mit herausragenden Referentinnen und Referenten und Führungskräften aus der Tiefkühlwirtschaft. »



Dr. Sabine Eichner,
dti-Geschäftsführerin



TK-Cocktails und ausgelassene Stimmung unter den Teilnehmer:innen der TIEFKÜHLTAGUNG 2025



Eröffnung des Kommunikationsabends im Schokoladenmuseum

- **Moderatorin Janine Steeger (Journalistin & Autorin)** hielt eine Keynote zum Thema „Change – Warum Veränderung glücklich und erfolgreich macht“: Welchen persönlichen Beitrag können wir für mehr Nachhaltigkeit leisten? Welche Lösungsansätze helfen wirklich, die Erde für folgende Generationen zu bewahren?
- **Florian Antony (Senior Researcher, Öko-Institut)** referierte zu umweltbezogenen Produktaussagen von Unternehmen und dem aktuellen Stand von Recht und Instrumenten zur Sanktionierung von so genanntem „Greenwashing“. Er präsentierte Herausforderungen, aber auch konkrete Ansätze für glaubwürdige produktbezogene Umweltaussagen.

NETZWERKEN IN EINZIGARTIGER ATMOSPHÄRE
Ein besonderes Highlight war unser Kommunikationsabend im Schokoladenmuseum Köln. An der Spitze des Kölner Rheinauhafens gelegen, bot dieser außergewöhnliche Veranstaltungsort eine ganz besondere Atmosphäre zum Netzwerken und geselligen Genießen. Das Zusammenspiel von modernem Design, charmanter Ambiente und einem beeindruckenden Blick über das Rheinpanorama schafft den idealen Rahmen für anregende Gespräche und neue Begegnungen.



Geselliges Genießen beim Kommunikationsabend



KÄLTE FORUM 2025

KÄLTEFORUM VON **dti** UND VDKL: PFLICHTTERMIN FÜR TK-LOGISTIKER:INNEN

Seit 19 Jahren veranstalten das **dti** und der VDKL erfolgreich die Logistik-Fachtagung KÄLTEFORUM. Die Fachtagung bietet einmal im Jahr rund 200 Teilnehmer:innen aus der Tiefkühl- und temperaturgeführten Logistik eine großartige Vernetzungsmöglichkeit. Hochkarätige Fachvorträge und ein exklusives Besichtigungsprogramm machen das Event zu einem unverzichtbaren Pflichttermin für alle in der TK-Logistik.

Mitte November 2025 trafen sich erneut rund 200 Expert:innen in Köln zum KÄLTEFORUM. Im Fokus des zweitägigen Kongresses standen aktuelle, KI-gestützte Lösungsansätze für die Optimierung logistischer Prozesse und die Bewältigung personalwirtschaftlicher Herausforderungen. Nach einem intensiven Konferenztag rundete ein Netzwerkabend in der Eventlocation Köln Sky den ersten Tag des KÄLTEFORUMS fröhlich ab.

Das Highlight am zweiten Tag war das Besichtigungsprogramm. Dies führte die Teilnehmer:innen des KÄLTEFORUMS zum DHL Innovation Center und Ford Cologne Electric Vehicle Center.



Fachlicher Input auf der Bühne des KÄLTEFORUMS 2025

« Das KÄLTEFORUM 2025 zeigt, wie innovativ und lösungsorientiert unsere Branche Logistik-Themen angeht. Der intensive Austausch von Best Practices und Innovationsansätzen ist ein wichtiger Beitrag, um die Tiefkühlkette der Zukunft noch sicherer, nachhaltiger und effizienter zu gestalten. »

Dr. Sabine Eichner,
dti-Geschäftsführerin



dti-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner und VDKL-Geschäftsführer Jan Peilsteiner eröffnen das KÄLTEFORUM 2025



Netzwerken auf der Abendveranstaltung im Köln Sky



Die ausführliche Pressemitteilung zum KÄLTEFORUM 2025 finden Sie hier:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-31-kaelteforum-2025>



dti-DIGITAL: EXKLUSIVE ONLINE-SEMINARE FÜR MITGLIEDER

Mit der Online-Veranstaltungsreihe „**dti-digital**“ bietet das **dti** Mitgliedern ein unkompliziertes und niedrigschwelliges Informations- und Lernangebot zu aktuellen Themen. Diese Angebote sind in der Regel exklusiv, also **nur dti-Mitgliedern** zugänglich. Auch 2025/2026 setzt das **dti** die Reihe mit einer Vielzahl an digitalen Seminaren fort. Bei der Organisation arbeiten wir eng mit Partnern aus unserem Netzwerk und Expert:innen unserer Mitgliedsunternehmen zusammen:

- „Der EU AI Act: Was Unternehmen der Tiefkühlwirtschaft jetzt wissen müssen“, 17.06.2025
- Ergebnispräsentation 9. TK-Trendbarometer zum Wegwerfverhalten bei tiefgekühlten Produkten in privaten Haushalten, 11.08.2025
- „EUDR im Fokus: Aktuelle EU-Entwicklungen und Umsetzung in der Praxis – 1“, 10.11.2025
- „EUDR im Fokus: Aktuelle EU-Entwicklungen und Umsetzung in der Praxis – 2“, 08.12.2025
- „NIS-2: Was Unternehmen der Tiefkühlwirtschaft jetzt wissen müssen“, 30.01.2026
- Ergebnispräsentation 10. TK-Trendbarometer zum Thema Gesundheit und TK, 26.02.2026
- „Die Umsetzung der EmpCo-Richtlinie ins deutsche Recht: Neue Vorgaben für Verbraucherinformationen und Compliance“, 10.03.2026



HIGHLIGHTS VON ANNETTE VENOHR, LEITUNG VERANSTALTUNGEN IM *dti*

- 70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland – Branchenjubiläum im Fokus bei der Anuga 2025
- Premiere des neuen Branchenformats „Food Freezing Forum“ mit *dti*-Unterstützung



Annette Venohr



MESSEN

ANUGA 2025: ERFOLGREICHER JUBILÄUMS-MESSEAUFTRITT MIT VIELEN HIGHLIGHTS

Im Oktober 2025 verwandelte die zweijährlich stattfindende internationale Leitmesse Anuga die Domstadt Köln wieder in den internationalen Hotspot für Lebensmittelinnovationen. Das *dti* war als Partner der Fachmesse Anuga Frozen Food, der weltgrößten Tiefkühlmesse, wieder mit einem eigenen Messestand vertreten. Mit rund 8.000 Ausstellern aus 110 Ländern, über 140.000 Fachbesu-

«*Die diesjährige Anuga soll uns allen ein Vorbild sein: Gemeinsam können wir die Welt besser machen – mit Offenheit, Dialog, Handel und Vertrauen.*»

Dr. Sabine Eichner,
dti-Geschäftsführerin

cher:innen und mehr als 290.000 m² Ausstellungsfläche war die Messe 2025 die größte Anuga aller Zeiten. Mit einem Auslandsanteil von 94 Prozent setzte sie neue Maßstäbe in Internationalität und Branchenbedeutung. Auch die Anuga Frozen Food brach alle Rekorde, mit über 650 Ausstellern, davon 93 Prozent aus dem Ausland.



Hier geht's zur Pressemitteilung zur Anuga 2025:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-27-fazit-anuga-2025>



70 Jahre Tiefkühlkostlich in Deutschland



WIR FEIERN „70 JAHRE TIEFKÜHLKOST IN DEUTSCHLAND“ – MIT BUNDESMINISTER ALOIS RAINER

Die **dti**-Anuga-Präsenz stand 2025 unter dem Motto „70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland“: 1955 wurden auf der Anuga in Köln erstmals Tiefkühlprodukte einem breiteren deutschen Publikum vorgestellt: ein Jubiläum, das die Bedeutung und Innovationskraft der Branche und die Rolle der Anuga als Innovationsplattform eindrucksvoll unterstreicht.

Prominenter Jubiläumsgast war Alois Rainer, Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, der bei seinem Anuga-Eröffnungsrundgang zusammen mit seiner südkoreanischen Amtskollegin und weiteren Ehrengästen den **dti**-Stand besuchte. Volker Büttel, stellvertretender Vorstandsvorsitzender des **dti** und Geschäftsführer Iglo Deutschland, und **dti**-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner machten den Minister und seine hochkarätigen Beglei-

ter:innen auf die wichtige Rolle der Tiefkühlwirtschaft als „Brücke zwischen ‚Feld‘ und ‚Teller‘“ aufmerksam und warben für politische Unterstützung der deutschen Tiefkühlwirtschaft. Kulinarisch unterstützt wurden wir dabei von unserem Mitglied Frostkrone Food Group – herzlichen Dank dafür! Bundesminister Rainer verkostete bei seinem Besuch „Cheesy Loops Cheddar Potato“ von Frostkrone, die vor Ort frisch mit einem Airfryer zubereitet wurden.

Im Verlauf des ersten Messtages feierte das **dti** dieses besondere Jubiläum mit vielen Gästen an seinem gut besuchten Messestand. Dr. Sabine Eichner, Thomas Hillmann und Klaus Linnenbrügger vom TK-Report und Peggy Krause von der Koelnmesse stellten dabei die gemeinsam erarbeitete Jubiläumsbroschüre vor, die großen Anklang bei den Gästen fand.



Hier geht's zur Pressemeldung zum Ministerbesuch am **dti**-Messestand:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-24-standbesuch-alois-rainer-anuga-2025>



Hier finden Sie die Jubiläumsbroschüre „70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland“:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/aktuelles-1/jubilaeumsbroschuere-70-jahre-tk>





2ND INTERNATIONAL FROZEN FOOD CONFERENCE: THE POWER OF FROZEN!

Die vom Internationalen Frozen Food Network (IFFN) und der Global Cold Chain Alliance (GCCA) auf der Anuga organisierte „2nd International Frozen Food Conference“ unterstrich den unverzichtbaren Beitrag der Tiefkühlbranche zur globalen Ernährungssicherheit: Food Security braucht Frozen Food. Ziel der Konferenz war es, das weltweite Bewusstsein für die Vorteile von TK zu schärfen und die Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu stärken. Die im IFFN organisierten Verbände aus Nordamerika und Europa sendeten gemeinsam die Botschaft, dass die Tiefkühlwirtschaft und eine resiliente Tiefkühllogistik zu einer sicheren, nachhaltigeren Ernährung der Weltbevölkerung beitragen können. Das **dti** gehört zu den führenden Mitgliedern des IFFN und war die treibende Kraft hinter dieser Veranstaltung, die zusammen mit der Anuga umgesetzt wurde.

Oliver Frese von Koelnmesse eröffnet die 2nd International Frozen Food Conference

FROZEN! **dti** INNOVATION AWARD GING 2025 AN PROTON EUROPE

Der **FROZEN! dti** Innovation Award, veranstaltet zusammen mit der AFC Consulting Group und der Anuga, ging in 2025 an eine magnetische Gefrier-technologie aus Japan, die das spanische Unternehmen Proton Europe SL in den europäischen Markt einführt. Rund 70 Unternehmen aus aller Welt hatten sich beworben. Der Wettbewerb **FROZEN! dti** Innovation Award zeichnet alle zwei Jahre auf der Anuga internationale Innovationen aus der Tiefkühlwirtschaft aus.

Hier geht's zur **Presse-**
meldung zum FROZEN!
dti Innovation Award:



<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/presse-meldungen/pm-2025-26-frozen-sieger-anuga-2025>



« *Die langjährige Zusammenarbeit mit dem **dti** ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Anuga Frozen Food. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft der Tiefkühlbranche – mit Innovationskraft, Nachhaltigkeit und internationaler Strahlkraft. Die Vertiefung unserer Partnerschaft ist ein starkes Signal an die Branche: Wir bündeln unsere Kompetenzen, um die Anuga Frozen Food als globale Leitplattform weiter auszubauen und die Bedeutung von Tiefkühlprodukten für eine nachhaltige Ernährung weltweit zu unterstreichen.* »

Oliver Frese,
Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

Hier geht's zur **Pressemit-**
teilung zur Vertiefung der
Partnerschaft zwischen der
Koelnmesse und dem **dti:**



<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/presse-meldungen/pm-2025-32-anuga-und-dti-2025>

TIEFKÜHL STAR 2025

Ein weiteres Anuga-Highlight war die Verleihung der TIEFKÜHL STARS 2025. Zusammen mit der Fachzeitschrift „Lebensmittel Praxis“ zeichnet das **dti** jährlich Vorzeigemärkte im Lebensmittelhandel mit herausragenden Tiefkühlabteilungen aus.

ANUGA UND **dti** VERTIEFEN PARTNERSCHAFT FÜR DIE TIEFKÜHLBRANCHE DER ZUKUNFT

Nach der erfolgreichen Anuga 2025 vertieften die Koelnmesse und das **dti** ihre Zusammenarbeit. Beide Partner bekräftigen damit das Ziel, die Anuga Frozen Food als weltweit führende Plattform der Tiefkühlwirtschaft weiterzuentwickeln und die Kategorie Tiefkühlkost als zentrale Säule einer zukunftsfähigen globalen Ernährung zu positionieren. Das **dti** ist seit 2013 Partner der Anuga Frozen Food. Über die Jahre ist daraus eine vertrauensvolle Partnerschaft entstanden, die weit

über Deutschland und den Messezeitraum hinauswirkt. Mit starker Kommunikation, einem hochkarätigen, international besetzten Veranstaltungsprogramm sowie einem viel besuchten Messestand als Anlaufstelle für alle TK-Fachbesucher:innen trägt das **dti** entscheidend zur Attraktivität der Anuga Frozen Food bei. Durch internationale Netzwerke wie das IFFN und die Zusammenarbeit mit der GCCA stärkt das **dti** zudem die weltweite Vernetzung der Branche und macht die Anuga zum globalen Mittelpunkt der Tiefkühlwirtschaft.



PREMIERE IM NORDEN: **dti** BEI DER NEUEN FOODMESSE „MEEHRGENUSS“ IN ROSTOCK

Als Partner war das **dti** gemeinsam mit zahlreichen Mitgliedsunternehmen bei der Premiere der Foodmesse „mehrGenuss“ im März 2026 in Rostock. Die Messe versteht sich als neue Plattform für Gastronomie, Hotellerie und Lebensmittelwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern, zählte über 90 Aussteller und wurde von einer Regionalgesellschaft unseres Mitgliedsunternehmens Service-Bund Gruppe organisiert. Für das **dti** war die Messe damit auch ein Netzwerkmoment: Tiefkühlwirtschaft sichtbar machen, Kontakte pflegen, Gespräche anstoßen – gemeinsam mit unseren Mitgliedern und nah an den Bedarfen der Außer-Haus-Branche.

Für uns steht fest: „mehrGenuss“ hat das Potenzial, als regionales Branchentreffen im Norden weiter zu wachsen.

TIEFKÜHL-POWER AUF DER INTERNORGA 2026

Ein Besuch in Hamburg auf der Internorga – der Leitmesse für den Außer-Haus-Markt – ist ein gerne wahrgenommener „Pflichttermin“ jedes Jahr im März. Dr. Sabine Eichner, Nina Kollas und Claudia Sommer nutzten die



Messe, um die **dti**-Mitglieder zu treffen, das Netzwerk zu festigen, neue Kontakte zu knüpfen und natürlich köstliche tiefgekühlte Innovationen für den Gastromarkt zu entdecken. 25 **dti**-Mitglieder zeigten dieses Jahr in Hamburg, warum TK für Profi-Küchen so relevant ist. Tiefkühlkost gehört zu den wichtigsten Ausstellungsbereichen auf der Internorga: Schon 2024 war fast jedes zweite ausstellende Food-Unternehmen ein Hersteller von Tiefkühlprodukten.

Hier geht's zur **Pressemeldung zur International Frozen Food Conference:**



<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-28-international-frozen-food-conference>

„Im Fokus stehen auf Messen wie der Internorga immer die Produkte. Aber damit diese in bester Qualität produziert werden können, sind industrielle Gefriertechnologien zunehmend von strategischer Bedeutung – als Hebel für Effizienz, Produktqualität und nachhaltige Produktionsprozesse!“



Simone Luckmann,
Leitung Marketing und Produktentwicklung bei Hanna-Feinkost



Dr. David Burzynski, Coldsense Technologies

UND WAS HABEN WIR GESEHEN UND ERLEBT?

- Es gibt nun auch tiefgekühlten Salat. . .
- . . . und Pommes frites, die auch ohne Frittieren lecker sind.
- Kimchi liegt voll im Trend – selbst bei Burgern!
- Auch die Produktentwickler von TK-Herstellern für den Einzelhandel lassen sich gerne auf der Internorga inspirieren!
- Die Heiserkeit nimmt mit jedem Messetag zu.

Leider reichen zwei Messetage nicht, um alle Mitglieder zu besuchen – es tut uns leid! Nächstes Jahr auf ein Neues! Danke an alle unsere Mitglieder, die uns wieder ihre neuesten TK-Innovationen vorgestellt und uns mit Kaffee, Wasser und leckeren Kostproben aufs Beste versorgt haben!



FOOD FREEZING FORUM

Erstmals fand Mitte März 2026 in Hamburg – am letzten Tag der Internorga und ins Leben gerufen durch die Hamburg Messe und Congress GmbH – das neue Format „Food Freezing Forum“ statt, das das **dti** als Partner unterstützt hat. Fachleute aus Produktion, Technologie und Industrie der TK-Branche konnten sich zu aktuellen Herausforderungen, neuen Qualitätsstandards und innovativen Gefrierprozessen austauschen. Auch Expert:innen aus den **dti**-Mitgliedsunternehmen Coldsense, encentive, Hanna-Feinkost, Heinen und JBT Marel präsentierten sich mit Fachkompetenz und eindrucksvollen Praxis-Insights.

Das „Food Freezing Forum“ ist eine Veranstaltung mit großem Potenzial für die Zukunft! Gerne hat das **dti** die Premiere als Partner mit Tiefkühlkompetenz unterstützt.

MITGLIEDERKOMMUNIKATION

HIGHLIGHTS VON NINA KOLLAS, LEITUNG DER KOMMUNIKATION IM **dti**

- Unser neues Mitglieder-exklusives Format **dti connect**: haben wir richtig schnell auf die Beine gestellt, und die Mitglieder finden's toll! Ich auch!



Nina Kollas

Der Erfolg des **dti** zeigt sich daran, wie zufrieden unsere Mitglieder sind. Unsere rund 150 Mitgliedsunternehmen sind Fundament und Motor unseres Verbandes: Ihre Expertise und ihr Engagement in den **dti**-Gremien geben uns den notwendigen Input für unsere Arbeit. Wirksame Interessenvertretung gelingt nur, wenn wir früh verstehen, welche Themen die Unternehmen bewegen, wo der Druck wächst und welche Lösungen auch wirklich vor Ort umsetzbar sind. Deshalb setzen wir auf einen engen, vertrauensvollen Dialog und auf Formate, die Beteiligung leicht machen. Das Miteinander in der **dti**-Tiefkühlfamilie macht uns zu einem starken Verband – fachlich wie menschlich.

dti CONNECT: NEUES DIGITALFORMAT, NUR FÜR MITGLIEDER

Mit „**dti connect**“ haben wir 2026 ein neues digitales Format gestartet, das den direkten Austausch im Verband noch unkomplizierter macht: kompakt, mittags gut einzuplanen und interaktiv. **dti connect** ist ein Vernetzungsformat. Wir wollen hören, wie unsere Mitglieder Debatten und Entwicklungen in der Branche erleben und wo wir unterstützen können. Und wir möchten unsere Mitglieder untereinander noch besser vernetzen. Zum Auftakt im Februar 2026 stand der Austausch zu den Ergebnissen der **dti**-Mitgliederbefragung 2025 im Mittelpunkt.



dti connect ist auch ein Format, um komplexe Branchenthemen aufzugreifen, die wir in der Geschäftsstelle bearbeiten: Ende März 2026 ging es um die Debatte zu sogenannten „(hoch-) verarbeiteten“ Lebensmitteln und unser neues, verbraucher:innen-nahes Infoangebot auf www.tiefkuehlkost.de, das wir gemeinsam mit den Profis aus unseren Ausschüssen Qualitätsmanagement und PR erarbeitet haben.



NEUER VORSITZ: SIMON MORRIS – TEAMWORK FÜR DIE TIEFKÜHLWIRTSCHAFT

Auf der Mitgliederversammlung Mitte Mai 2025 in Köln wurde Simon Morris, Geschäftsführer Salomon FoodWorld, zum neuen Vorstandsvorsitzenden des **dti** gewählt. Er folgte auf Markus Mischko, der die Branche nach vielen Jahren verlassen hat. Mit Simon Morris setzt das **dti** wieder auf seine klare Linie: Unsere erfolgreiche Verbandsarbeit basiert auf Teamwork – getragen vom Vorstand, dem **dti**-Team in der Geschäftsstelle und dem aktiven Input der Mitglieder. Simon Morris steht als langjähriges Mitglied im Geschäftsführenden Vorstand auch für Kontinuität

und Weiterentwicklung: die Interessen der Tiefkühlwirtschaft geschlossen vertreten, TK als Lösungsbaustein sichtbar machen und das Netzwerk weiter stärken.

Hier geht's zur Pressemitteilung zur Wahl des neuen **dti**-Vorstandsvorsitzenden Simon Morris bei der **dti**-Mitgliederversammlung im Mai 2025:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/aktuelles/presse/pressemeldungen/pm-2025-11-neuer-dti-vorstand>



**ANTRITTSINTERVIEW VON
 SIMON MORRIS IM TK-REPORT**

Ende 2025 gab der neue **dti**-Vorstandsvorsitzende Simon Morris, zusammen mit **dti**-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner, dem Fachmagazin „TK-Report“ sein Antrittsinterview. Darin wurde der Vorsitzende persönlich vorgestellt, mit seinem Blick auf die aktuellen und künftigen Herausforderungen der Branche und die Rolle von TK.



Als wichtiges Medium der Tiefkühlbranche erscheint der TK-Report etwa alle zwei Monate und ist für viele in der Branche ein zentraler Informations- und Debattenraum. Für jede Ausgabe liefern wir ein „dti-Forum“ mit aktuellen Infos aus der Verbandsarbeit und zu branchenrelevanten, politischen Entwicklungen, die wir kommentieren und einordnen. Ergänzend platzieren wir zu passenden Themen Gastbeiträge und Interviews. So wird sichtbar, was das **dti** für seine Mitglieder leistet. Zugleich stärkt die Präsenz im TK-Report die Reputation des Verbandes als verlässlicher Ansprechpartner, der die Branche zusammenbringt und Themen in die richtige Richtung lenkt.

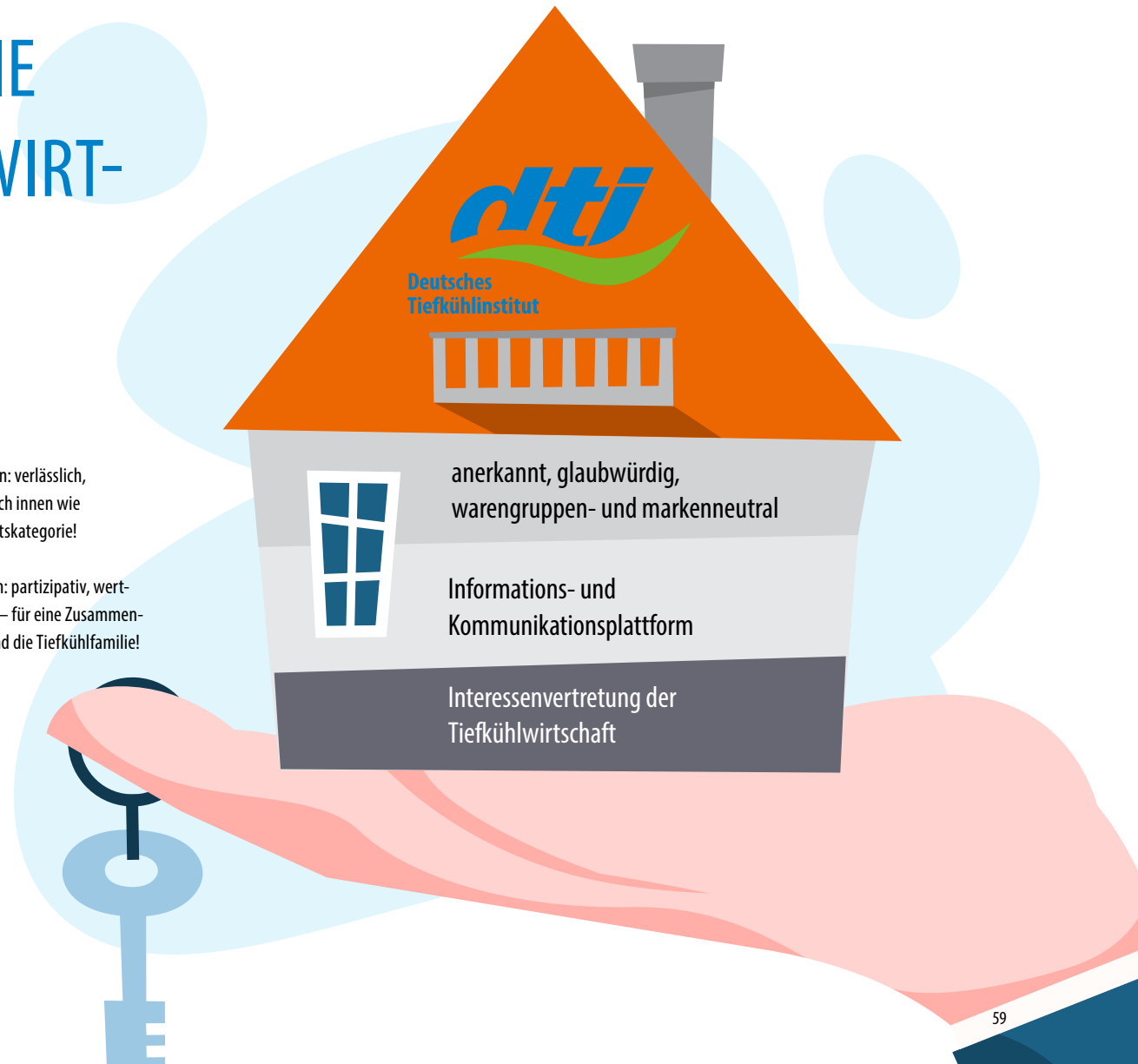


PLUSPUNKTE FÜR MINUSGRADE

DAS *dti* – GEMEINSAM DIE ZUKUNFT DER TIEFKÜHLWIRTSCHAFT GESTALTEN

SPITZENVERBAND UND STIMME DER TIEFKÜHLWIRTSCHAFT MIT RUND 150 MITGLIEDERN AUS DER GESAMTEN TIEFKÜHLKETTE

- Seit 1956 die starke Stimme der Tiefkühlwirtschaft: Als anerkannte Informations- und Kommunikationsplattform steht das **dti** für wissenschaftlich fundierte Arbeit, Neutralität, Glaubwürdigkeit und einen konstruktiven Dialog.
- Mehrwert mit echter Wirkung: Schutz, effiziente Interessenvertretung und ein lebendiger Austausch, der Mitglieder und Branche stärkt und voranbringt.
- Professionelle Kommunikation: verlässlich, fundiert und erfolgreich – nach innen wie nach außen. TK ist die Zukunftskategorie!
- Ein Verband zum Mitgestalten: partizipativ, wertschätzend und demokratisch – für eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Wir sind die Tiefkühlfamilie!



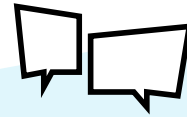
UNSER ZIEL

Gemeinsam positionieren wir TK als wichtigen und verlässlichen Lösungsbaustein für eine frische, gesunde, nachhaltige – und richtig leckere! – Ernährung.



LOBBYING & SCHUTZ

Vertretung der politischen Interessen der Tiefkühlwirtschaft
Forschung für TK



KOMMUNIKATION & NETZWERK

Politisches Sprachrohr
TK-Kategorievorteile kommunizieren
Sichtbarkeit **dti** erhöhen
Austausch in der Branche organisieren



INTERNATIONALES

Austausch im Netzwerk internationaler TK-Verbände

dti-Strategie 2025

Ziele und Aufgaben

IHRE VORTEILE ALS *dti*-MITGLIED

- Immer einen Schritt voraus: Exklusive Rundschreiben mit den wichtigsten Trends, Entwicklungen und aktuellen Themen der Tiefkühlbranche.
- Bestens vernetzt in der TK-Welt: Profitieren Sie von einem hochwertigen Business-Netzwerk und dem exklusiven Austausch in internen Ausschüssen und Arbeitskreisen – digital und in Präsenz.
- Wissen, das weiterbringt: Fachworkshops und *dti*-digital-Seminare zu relevanten Branchenthemen – mit erfahrenen Expert:innen aus dem *dti*-Netzwerk.
- Gemeinsam mehr bewegen: Unser Digitalformat *dti* connect bietet die ideale Plattform zum Austauschen, Vernetzen und Mitgestalten – nur für Mitglieder!
- Mehr Vorteile, mehr Kontakte: Genießen Sie attraktive Mitgliederkonditionen und Networking-Möglichkeiten bei unseren führenden Branchenveranstaltungen TIEFKÜHLTAGUNG, TIEFKÜHL STAR, KÄLTEFORUM und QUALITÄTSFORUM.
- Exklusive Einblicke in den TK-Markt: Fundierte Marktdaten und Marktforschung liefern Ihnen wertvolle Insights in und für Ihre Warengruppe.

WIR LIEBEN TK – UND GEBEN DER BRANCHE GEMEINSAM EINE STARKE STIMME!

Das klingt interessant für Sie? Dann freuen wir uns darauf, Sie in unserer Tiefkühlfamilie willkommen zu heißen und die Zukunft der Branche gemeinsam mit Ihnen aktiv zu gestalten.

MITGLIED WERDEN – GANZ EINFACH:



Formular ausfüllen unter:

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/das-institut/mitglied-werden-formular>

dann erhalten Sie weitere Informationen!



Sie haben Fragen? Senden Sie eine E-Mail an Kerstin Wein,

wein@tiefkuehlkost.de



Die Mitglieder des *dti* (Stand Mai 2026):

<https://www.tiefkuehlkost.de/tk-fuer-alle/das-institut/mitglieder>

Herzlich Willkommen im



ORGANISATIONEN & AUSSCHÜSSE

AUF KURS: UNSER VORSTAND ENTWICKELT DIE STRATEGI- SCHEN LEITLINIEN FÜR DAS *dti*

Erfolgreiche Verbandsarbeit beruht auf einer klaren Strategie, die Ziele definiert und Projekte klar priorisiert. Der Vorstand des **dti** entwickelt gemeinsam mit der Geschäftsführerin die strategischen Leitlinien unseres Spitzenverbandes und begleitet die Umsetzung eng. Die „**dti**-Strategie 2025“ basiert auf drei zentralen Säulen: Interessenvertretung & Schutz, Kommunikation und Internationales – Kernbereiche, die auch in der Verbandssatzung verankert sind. Aktuell arbeiten wir an der „**dti**-Strategie 2030“, die bei der Mitgliederversammlung im Rahmen der TIEFKÜHLTAGUNG im Juni 2026 beschlossen werden soll.

Die politische Positionierung der Tiefkühlwirtschaft zählt auch künftig zu den wesentlichen Handlungsfeldern des **dti**. Ziel ist es, die Perspektiven unserer Mitglieder wirksam in politische Prozesse einzubringen, Risiken für Branche und Kategorie frühzeitig entgegenzuwirken und zugleich die einzigartigen Vorteile von TK klar herauszustellen. Damit verbunden ist der Anspruch, die Rolle der Tiefkühlwirtschaft als wichtigen Bestandteil eines zukunftsfähigen Ernährungssystems noch stärker ins Bewusstsein von Politik und Öffentlichkeit zu rücken.

Ebenso wichtig ist uns der kontinuierliche Austausch mit unseren Mitgliedern und der gesamten Branche. Über die nationale Ebene hinaus bauen wir auch die internationale Vernetzung konsequent weiter aus und stärken das **dti** mit engen Kooperationen.

Unser besonderer Dank gilt den Mitgliedern des Vorstands, die sich mit großem persönlichem Einsatz für die gemeinsamen Interessen und die Weiterentwicklung der gesamten Branche engagieren.

- Doris Abel, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
- Angela Bisping, bofrost* Dienstleistungs GmbH & Co. KG (kooptiert)
- Kasper von Bockum, Copperrath & Wiese GmbH & Co. KG
- Volker Büttel (stellv. Vorsitzender), iglo Deutschland
- Kai Gebel, Backshop Tiefkühl GmbH
- David Krause, Agrarfrost GmbH & Co. KG

- Dr. Jan-Peer Laabs (stellv. Vorsitzender), apetito AG
- Simon J. Morris (Vorsitzender), Salomon FoodWorld GmbH
- Torsten Neumann, Schne-frost Ernst Schnetkamp GmbH & Co. KG
- Thomas Paulus, Original Wagner Pizza GmbH
- Michael Wittwer, HANNA-Feinkost AG

Der **dti**-Vorsitzende Simon Morris und seine Stellvertreter Volker Büttel und Dr. Jan-Peer Laabs bilden derzeit den Geschäftsführenden Vorstand, mit dem **dti**-Geschäftsführerin Dr. Sabine Eichner besonders eng zusammenarbeitet.



Der **dti**-Vorstand bei der TIEFKÜHLTAGUNG 2025, v.l. n.r.: Kasper von Bockum, David Krause, Torsten Neumann, Simon Morris, Volker Büttel, Thomas Paulus, Dr. Jan-Peer Laabs

STARKE GREMIENARBEIT FÜR EINE STARKE TIEFKÜHLBRANCHE

Die fachliche Zusammenarbeit mit den Expert:innen unserer Mitgliedsunternehmen ist für das **dti** von besonderer Bedeutung. Die Gremien unseres Spitzenverbandes bilden dafür den zentralen Rahmen: Sie bündeln Wissen, fördern den Austausch zu aktuellen Branchenthemen und schaffen die Grundlage für gemeinsame Positionen. Damit liefern sie fachlich fundierte Impulse für die inhaltliche Ausrichtung und strategische Arbeit des **dti**.

Durch die enge Einbindung der Expert:innen aus den Unternehmen kann das **dti** Herausforderungen frühzeitig erkennen, umsetzbare Maßnahmen entwickeln und die Interessen der Branche überzeugend gegenüber allen relevanten Stakeholdern vertreten.

Allen Mitgliedern, die sich in den **dti**-Gremien einbringen, danken wir herzlich. Ihr Engagement und der enge Austausch mit der **dti**-Geschäftsstelle tragen maßgeblich dazu bei, unsere strategischen Verbandsziele zu erreichen.

PR-AUSSCHUSS

Der PR-Ausschuss berät das **dti** in allen Belangen der Öffentlichkeitsarbeit und der TK-Vorteilskommunikation. Unter der Leitung von Matthias Hanigk, Dr. Oetker, tauschen sich elf Expert:innen aus Kommunikation und Marketing der Mitgliedsunternehmen mit Nina Kollas aus, die die Verbandskommunikation leitet. Gemeinsam diskutieren sie die strategische Ausrichtung der Verbandskommunikation und koordinieren die Kommunikationsaktivitäten des **dti**.

QUALITÄTSMANAGEMENT-AUSSCHUSS

Der Ausschuss für Qualitätsmanagement widmet sich den Themen Sicherheit und Qualität im Bereich TK. Er erstellt

fachliche Stellungnahmen, begleitet Forschungsprojekte und entwickelt praxisnahe Handlungsempfehlungen für die Branche. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Organisation des jährlichen **dti**-QUALITÄTS-FORUMS, das in enger Zusammenarbeit mit **dti**-Qualitätsreferentin Juliane Zander konzipiert wird, die den Ausschuss und seine 17 Mitglieder betreut. Geleitet wird das Gremium von Jessica Maurer, Senior Research Develop & Quality Manager bei iglo Deutschland.

STATISTIK-AUSSCHUSS

Der Statistik-Ausschuss unterstützt das **dti** bei TK-Marktforschungsprojekten und begleitet insbesondere die jährlich erhobene **dti**-Absatzstatistik, die stets auf großes Medieninteresse stößt. Geleitet wird der Ausschuss von Simone Herrmann, iglo Deutschland. Sechs weitere Expert:innen für Marktforschung und Statistik aus den **dti**-Mitgliedsunternehmen bringen ihr Fachwissen aus den jeweiligen Warengruppen ein. Seitens des **dti** betreut Annette Venohr, Leiterin der **dti**-Marktforschung, den Ausschuss und seine Projekte.

ARBEITSKREIS AUßER-HAUS-MARKT

Der Arbeitskreis Außer-Haus-Markt ist das zentrale Netzwerk für TK-Lieferanten in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Geleitet wird der Arbeitskreis von Petra Müller, Vertriebsleiterin Foodservice & Export bei Burgis, unterstützt von **dti**-Referentin Claudia Sommer, die für den Außer-Haus-Markt zuständig ist. Rund 40 Geschäftsführer:innen sowie Vertriebs- und Marketingexpert:innen aus über 30 **dti**-Mitgliedsunternehmen tauschen sich hier über aktuelle Branchen-



Danke an all unsere Mitglieder, die sich ehrenamtlich in den **dti-Gremien mit viel Engagement für die gesamte Branche einsetzen. Ihr seid einfach großartig!**

themen aus und realisieren gemeinsam Projekte für professionelle Verwender:innen von Tiefkühlprodukten.

ARBEITSKREIS LOGISTIK

Der Arbeitskreis Logistik dient als zentrale Plattform für TK-Logistiker:innen, die sich bei Bedarf mit den komplexen Herausforderungen bei Transport und Lagerung von Tiefkühlprodukten auseinandersetzen. Der Arbeitskreis fördert den fachlichen Austausch innerhalb des **dti** und die Zusammenarbeit mit Absatzpartnern, Dienstleistern sowie relevanten Verbänden und Institutionen. Das Ziel ist eine effizientere und nachhaltigere Gestaltung der TK-Supply Chain.

ARBEITSKREIS KRISENMANAGEMENT

Vor dem Hintergrund multipler Krisen, Störungen in globalen Lieferketten sowie wachsender Anforderungen an Cyber- und Informationssicherheit durch das KRITIS-Dachgesetz und die NIS-2-Richtlinie hat der **dti**-Vorstand im Frühjahr 2026 die Einrichtung eines Arbeitskreises Krisenmanagement beschlossen. Ziel ist es, gemeinsam mit Expert:innen den Umgang mit Krisensituationen für die Tiefkühlbranche zu beleuchten, Erfahrungen auszutauschen, eine Position unserer Branche gegenüber der Politik zu erarbeiten sowie geeignete Ansätze für die Information der Mitglieder zu entwickeln.

AUSSCHUSS FÜR NACHHALTIGKEIT UND KLIMASCHUTZ

Der Ausschuss für Nachhaltigkeit und Klimaschutz widmet sich allen Fragen rund um Nachhaltigkeit und Klimaschutz in der Tiefkühlwirtschaft. Er koordiniert Projekte zu Lebensmittelverlusten und Klimabilanzierung. **dti**-Qualitätsreferentin Juliane Zander betreut den Ausschuss mit seinen derzeit 28 Mitgliedern.

ARBEITSKREIS TK-ABTEILUNG IM HANDEL

Im Arbeitskreis TK-Abteilung im Handel werden bei Bedarf Aktivitäten und Projekte koordiniert und umgesetzt.



BLICK HINTER DIE KULISSEN

WIR SIND TK-ULTRAS!

In der **dti**-Geschäftsstelle in Berlin arbeitet ein siebenköpfiges Power-Frauen-Team jeden Tag engagiert für die Interessen der Tiefkühlwirtschaft. Dabei zeigt sich: Wer sich beruflich so intensiv mit TK beschäftigt, der nimmt die Tiefkühlperspektive auch mit in den Alltag.

Woran man merkt, dass wir beim **dti** arbeiten, verraten wir Ihnen hier – mit kleinen persönlichen Geschichten und einem Augenzwinkern 😊.



**DR. SABINE
EICHNER, dti-
GESCHÄFTSFÜHRERIN**

Woran man merkt, dass ich beim **dti** arbeite? Ganz einfach: Ich friere nie – ich nenne das „berufliche Resilienz“. Beim Blick in jede Tiefkühltruhe beginne ich automatisch ein Audit. Mein Freundeskreis weiß: Eine Pizza ist erst dann perfekt, wenn ich ihre Lieferkette analysiert habe. Und wenn jemand „Eis brechen“ sagt, denke ich an Temperaturzonen, nicht an Smalltalk. Kurz: Ich lebe das Tiefkühlthema – mit kühlem Kopf und heißem Herz.



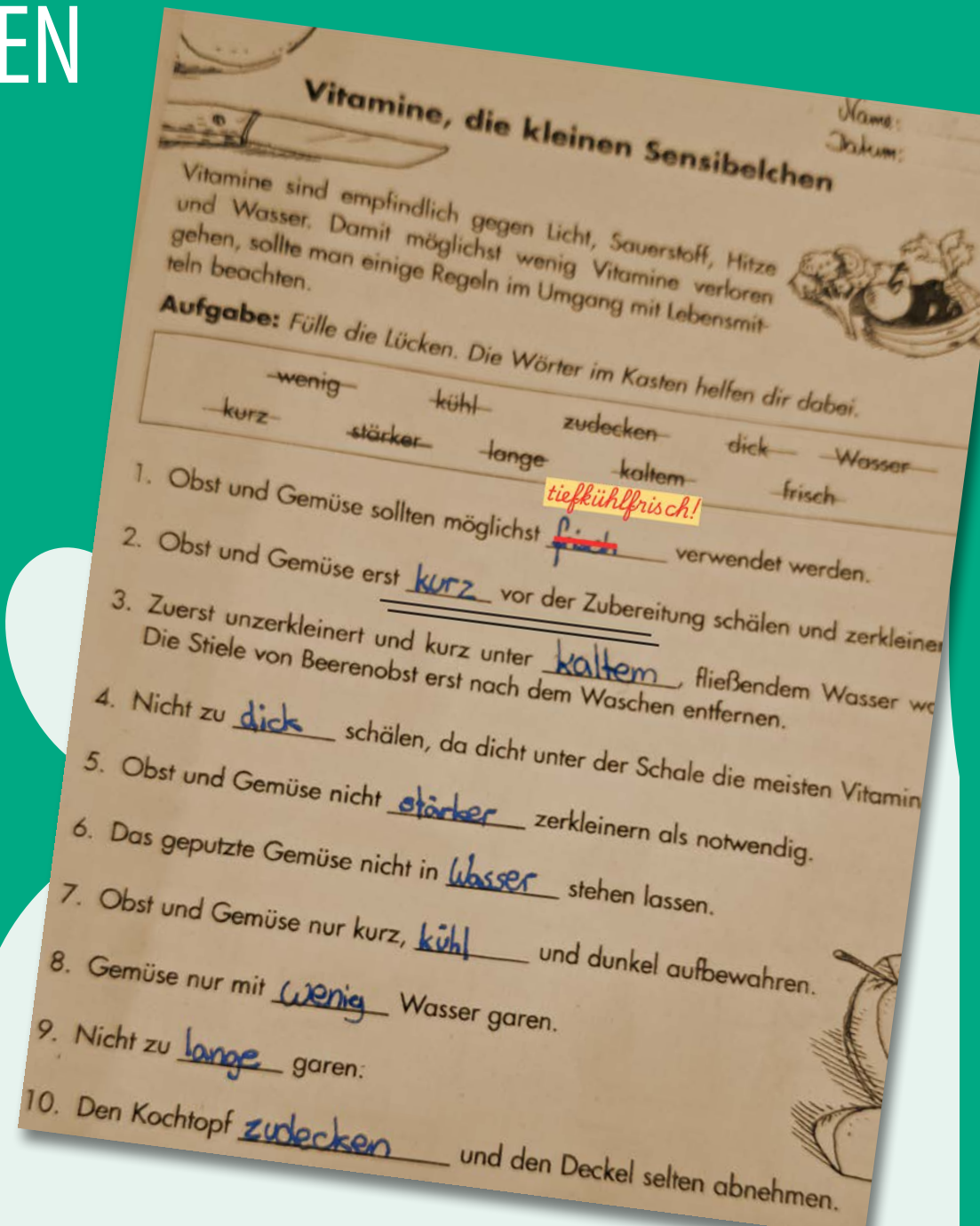
**NINA KOLLAS,
LEITUNG
KOMMUNIKATION**

Selbst bei den Hausaufgaben meiner Tochter denke ich sofort an TK. Auf einem Arbeitsblatt zur gesunden Ernährung sollte sie den Satz „Obst und Gemüse sollen möglichst ... verwendet werden.“ ergänzen und entschied sich für „frisch“. Bei der Kontrolle habe ich „frisch“ ganz automatisch durchgestrichen und durch „tiefkühlfrisch“ ersetzt. Spätestens da war klar: Der **dti**-Blick begleitet mich nicht nur im Büro, sondern bis nach Hause an den Küchentisch.



**MACY MORRIS,
WERKSTUDENTIN,
WEBSITE &
SOCIAL MEDIA**

Ich merke, wie die **dti**-Brille mich immer stärker auch privat prägt: Sobald es daheim oder im Gespräch mit Freunden ums Essen geht, gleite ich automatisch in den „TK-Modus“ und zähle die Tiefkühlvorteile auf – manchmal ein bisschen zu ausführlich, zugegeben (und gerne auch ungefragt). Im Supermarkt ist es genauso: Ich kann an den Tiefkühlregalen kaum vorbeigehen, ohne kurz reinzuschauen. Nur ein schneller Blick, was es Neues gibt ... und zack, stehe ich doch wieder minutenlang davor und staune und schwärme (und kaufe!).





**CLAUDIA SOMMER,
REFERENTIN
ERNÄHRUNG &
AUSSER-HAUS-
VERPFLEGUNG**

Mich hat die Tiefkühl-Leidenschaft schon vor mehr als dreißig Jahren familienbedingt gepackt. Seit ich beim **dti** arbeite, kann ich die zahlreichen Vorteile von TK und das Prinzip der Schockfrostung selbst dann druckreif vortragen, wenn man mich nachts plötzlich weckt. Und egal, wo ich bin, ziehen mich die Tiefkühltruhen im Einzelhandel magisch an: Welche neuen Produkte gibt es? Was probiere ich als Nächstes aus? Ist daheim überhaupt noch Platz im Tiefkühler? Eben einfach – schockverliebt in TK!



**ANNETTE
VENOHR, LEITUNG
VERANSTALTUNGEN &
MARKTFORSCHUNG**

Ich bin zum absoluten TK-Fan mutiert. Vor meiner Zeit beim **dti** war der TK-Schrank nicht sonderlich gut gefüllt – heute, nach zehn Jahren im Verband, platzt er fast aus allen Nähten. Ich bin eben von TK überzeugt und kläre auch gerne in meinem privaten Umfeld regelmäßig über die Vorteile von TK auf. Selbst beim Einkaufen erwische ich mich dabei, wie ich in der TK-Abteilung hängenbleibe, das Sortiment durchstöbere und neugierig nach neuen Produkten Ausschau halte. Ganz klar: Ich bin ein TK-Ultra!



**KERSTIN WEIN,
PROJEKTASSISTENZ
& VERWALTUNG**

Ich komme in keinem Land der Welt an einer Tiefkühl-Abteilung vorbei, ohne erst mal neugierig zu schauen, ob auch ein Mitglied „darin liegt“ – und natürlich erzähle ich das danach stolz Freunden und Familie. Mein Umfeld bekommt außerdem ziemlich zuverlässig mit, welche neue Pizza bald im Tiefkühlregal auftaucht. Und spätestens, wenn es um TK-Gemüse geht, bin ich voll in meinem Element: Ich schwärme dann davon, wie nachhaltig, praktisch und gesund es ist – und verrate natürlich auch sofort, welches ich am liebsten mag.



**JULIANE ZANDER,
REFERENTIN
QUALITÄTS-
MANAGEMENT &
NACHHALTIGKEIT**

Im Supermarkt bleibe ich nicht einfach vor der Tiefkühltruhe stehen. Während mein Freund schon den restlichen Einkauf erledigt, stehe ich noch vor dem Regal und genieße die Vielfalt. Wenn ich Produkte unserer Mitglieder im Wagen anderer Kunden sehe, muss ich oft lächeln. Für mich sind Tiefkühlprodukte keine Notlösung, sondern echte Alltagshelden – flexibel, planbar und vielseitig. Ein Einkauf wird so zur kleinen Entdeckungsreise, bei der ich immer wieder aufs Neue die Innovationskraft und Qualität unserer Branche bewundere.



IMPRESSUM

Herausgeber

Deutsches Tiefkühlinstitut e. V.
Reinhardtstraße 46
10117 Berlin

Tel.: +49 30 2809 362-0
Mail: infos@tiefkuehlkost.de
Internet: www.tiefkuehlkost.de

V.i.S.d.P.

Deutsches Tiefkühlinstitut e. V.

Redaktion

Dr. Sabine Eichner, Nina Kollas, Macy Morris, Claudia Sommer, Annette Venohr, Kerstin Wein, Juliane Zander

Layout

lab⁴⁵

Erscheinungsdatum

Juni 2026



Bilder

v.o.l.n.u.r.

Seite 2:

- Peter Eilers
- Peter Eilers

Seite 3:

- Peter Eilers

Seite 4:

- dti/Frank Nürnberger

Seite 5:

- dti
- dti

Seite 6:

- dti
- dti

Seite 7:

- Kastens Hotel Luisen-
hof Hannover
- Handelsblatt, Handels-
blatt Media Group, DvH
Medien GmbH, 1956
- dti

Seite 8:

- dti
- Lebensmittel Zeitung, Deut-
scher Fachverlag GmbH, 1967

Seite 9:

- dti

Seite 10:

- dti, Fotograf unbekannt
- dti
- Tiefkühlpraxis, Deutscher
Fachverlag (dfv Medien-
gruppe), 1973

Seite 11:

- minus 18, TK-Team Ver-
lag, SN-Verlag Michael
Steinert e.K., 2016
- dti
- dti
- Die Tiefkühlkette, 1956

Seite 12:

- dti/Frank Nürnberger
- dti/Canva

Seite 13:

- dti

Seite 14:

- Original Wagner Pizza GmbH
- dti

Seite 15:

- dti/Canva
- Innofact AG

Seite 16:

- dti/Lebensmittel Praxis

- dti/Peter Roggenthin
- Peter Eilers
- Peter Eilers

Seite 17:

- dti/Peter Roggenthin
- Logoabbildung s. jeweiliges
Unternehmen

Seite 18:

- dti/Frank Nürnberger
- Peter Eilers
- dti/LinkedIn
- dti/LinkedIn
- dti

Seite 19:

- dti
- dti
- dti
- dti
- Future Food Partners GmbH

Seite 20:

- dti
- Hamburg Messe und
Congress GmbH
- dti

Seite 21:

- dti/gypraxis/Deutscher
Fachverlag GmbH/Stock.
Adobe.com/Anna
- Circana

Seite 22:

- dti/Frank Nürnberger
- dti

Seite 23:

- Dr. August Oetker
Nahrungsmittel KG
- Stephanie Staben
- Sonja Wißmann

Seite 24:

- dti/Canva Pro_ollo_Getty
Images_Degima-
ges_beats3_Getty Images
- dti/LinkedIn/Canva
- dti/Canva Pro_aprott_Get-
ty Images

Seite 25:

- dti/Canva

Seite 26:

- dti
- Peter Eilers

Seite 27:

- dti/Frank Nürnberger
- Canva Pro_na-
zar_ab_Getty Images

Seite 28:

- Canva Pro_Hors_Getty Images

Seite 29:

- dti/Öko-Institut e. V.

Seite 30:

- dti
- dti
- dti

Seite 31:

- dti/Peter Rees

Seite 32:

- dti/Frank Nürnberger

Seite 33:

- Table.Briefings, Table
Media GmbH
- Tagesspiegel Background
Agrar und Ernährung, Verlag
Der Tagesspiegel GmbH
- bofrost* Dienstleistungs
GmbH & Co. KG/LinkedIn

Seite 34:

- foodservice, Deutscher
Fachverlag GmbH, dfv
Hotel- und Gastromedien
- Lebensmittel Zeitung,
Deutscher Fachverlag GmbH
- Table.Briefings, Table
Media GmbH

Seite 35:

- dti/Canva
- Hans-Jürgen Deglow/LinkedIn
- Hans-Jürgen Deglow/LinkedIn

Seite 36:

- dti

Seite 37:

- dti/Frank Nürnberger
- dti/Canva
- dti/Instagram/Canva

Seite 38:

- dti/LinkedIn/Canva
- apetito AG/Instagram
- B.Z., Axel Springer
Deutschland GmbH
- dti/Canva

Seite 39:

- BMLEH
- Zu gut für die Tonne/Dialog-
forum private Haushalte

Seite 40:

- dti/Instagram/Circana/Canva
- privat
- Herr Held Online Kommuni-
kation/Carina Schrödter
- dti/Instagram/Canva

Seite 41:

- dti/LinkedIn/Alex-
ander Vejnovic
- dti/LinkedIn/PAULRIETVELD

Seite 42:

- dti/Peter Rees
- Google

Seite 43:

- dti/Frank Nürnberger
- bofrost* Dienstleistungs
GmbH & Co. KG/LinkedIn
- Wageningen Uni-
versity & Research

Seite 44:

- Der Lebensmittelbrief/
LID – Lebensmittel-Infor-
mations-Dienst GmbH/
bofrost* Dienstleistungs
GmbH & Co. KG/LinkedIn/
dti_Frank Nürnberger
- Global Cold Chain Alliance
- Marc Thürbach
- Wageningen Uni-
versity & Research

Seite 45:

- dti/Frank Nürnberger
- dti/IFFN

Seite 46:

- Koelnmesse GmbH
- Marc Thürbach
- Marc Thürbach

Seite 47:

- dti/Frank Nürnberger

Seite 48:

- dti
- dti/Peter Eilers
- dti/Peter Eilers

Seite 49:

- dti/Frank Nürnberger
- dti/Peter Eilers
- dti/Peter Eilers
- dti/Peter Eilers

Seite 50:

- Marc Thürbach
- Marc Thürbach
- Marc Thürbach

Seite 51:

- dti/Canva

Seite 52:

- dti/Frank Nürnberger
- Koelnmesse GmbH
- Marc Thürbach

Seite 53:

- dti
- Marc Thürbach

Seite 54:

- Marc Thürbach

Seite 55:

- Marc Thürbach

Seite 56:

- dti
- dti
- Hanna Feinkost AG
- dti

- dti/LinkedIn/NFS
Nordischer Food Service

Seite 57:

- dti/Frank Nürnberger
- dti
- Peter Eilers

Seite 58:

- Peter Eilers
- TK-Report, SN-Verlag Michael
Steinert e.K./Peter Eilers
- TK-Report/LinkedIn/
Peter Eilers
- Sascha Nikschat/LinkedIn

Seite 59:

- dti/Canva

Seite 60:

- dti/Canva

Seite 61:

- dti/Canva

Seite 62:

- Peter Eilers

Seite 64:

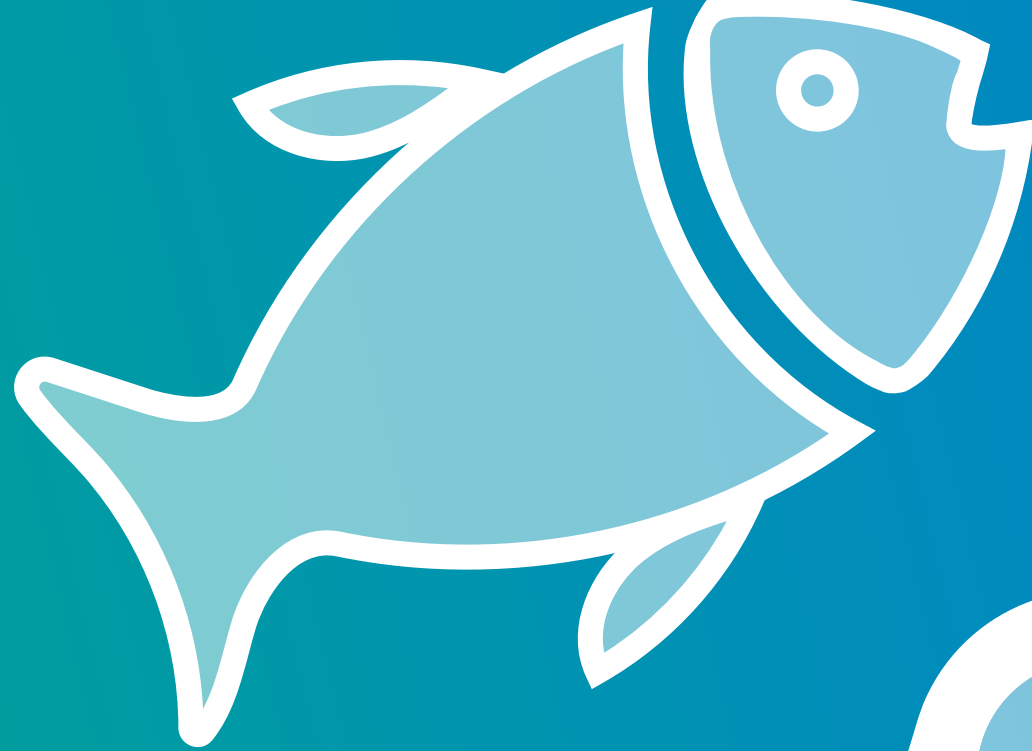
- alle dti/Frank Nürnberger,
Foto Macy Morris: privat

Seite 65:

- alle dti/Frank Nürnbergerr

Seite 65:

- dti



Deutsches
Tiefkühlinstitut