

Tiefkühlmarkt 2015 deutlich im Plus

Positiver Trend in allen Warengruppen

Berlin, 17. September 2015. Tiefkühlprodukte sind in Deutschland weiter auf Erfolgskurs. Für 2015 erwartet das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**), der Branchenverband der Tiefkühlwirtschaft, eine Absatzsteigerung um 2 Prozent. Und damit laut Hochrechnung ein mengenmäßiges Wachstum auf 3,48 Mio. Tonnen (2014: 3,42 Mio. Tonnen). Die Angaben umfassen die Verbrauchsmengen tiefgekühlter Produkte im Lebensmitteleinzelhandel, bei den Heimdiensten und im Außer-Haus-Markt. Für den Tiefkühlgesamtumsatz 2015 rechnet das **dti** mit einem Wachstum von circa 1 Prozent.

Verbraucher greifen wieder häufiger in die Tiefkühltruhe

Im Lebensmitteleinzelhandel einschließlich Heimdienste bestätigt sich der Wachstumspfad von 2 Prozent. Maßgeblich dafür sind das gute Abschneiden der Herstellermarken, die durch Investitionen in neue Produkte der Kategorie wichtige Impulse gegeben haben sowie aktuelle Trendthemen. Innovative Konzepte in den klassischen TK-Sortimenten bieten dem Handel eine neue und interessante Wertschöpfung. Zusätzlich beflügelt der Sortimentsausbau von Handelsmarken die Marktentwicklung.

Ein erweitertes Tiefkühlangebot zu aktuellen Verbrauchertrends wie Vegetarisch und Vegan belebt den Markt zusätzlich, wengleich hier abzuwarten ist, ob diese Produkte sich dauerhaft beim Verbraucher etablieren werden.

Der positive Trend ist in nahezu allen Warengruppen des vielfältigen TK-Sortimentes zu beobachten. Unter den mengenmäßigen Gewinnern sind vor allem die „kleine“ Kategorie TK-Obst, aber auch Kartoffelprodukte, Pizza, Gemüse/ Kräuter, Backwaren und Käse zu finden.

Auch Profi-Köche schätzen die Vorteile von TK-Produkten

Im Außer-Haus-Markt setzt sich die positive Entwicklung der letzten Jahre fort. Ein Zuwachs der Nachfrage im Außer-Haus-Markt von rund 3 Prozent, zu dem die Gastronomie/Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung, beispielsweise in Schulen, Kantinen und Krankenhäusern zählen, sorgt bei TK für einen Nachfrageschub. Aufgrund ihrer vielfältigen Produktvorteile sind Tiefkühlprodukte aus den Profiküchen nicht mehr wegzudenken und erleben einen anhaltenden Aufwärtstrend. Der Fachkräftemangel in der Gastronomie unterstützt den Trend zu Tiefkühlprodukten.

Nach **dti**-Einschätzung wird der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch tiefgekühlter Produkte von bisher 42,2 Kilogramm in 2014 auf 43 Kilogramm 2015 steigen. Tiefkühllebensmittel gehören zu den beliebtesten Produkten in deutschen Haushalten, nahezu jeder Haushalt verwendet sie regelmäßig. Der Verbraucher hat den Frische-Vorteil der Lebensmittel aus der Kälte erkannt: Mit TK kauft er Frische auf Vorrat!

Diese Pressemitteilung sowie das Begleitmotiv finden Sie im Internet auf www.tiefkuehlkost.de.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Dr. Sabine Eichner

Tel.: +49 (0) 30 2809362-0

Mail: infos@tiefkuehlkost.de