

Tiefkühlkost boomt in Zeiten von Corona – und erleichtert Familien das Kochen während des Lockdowns

Berlin, 18. Juni 2020. Im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts (**dti**) hat das Marktforschungsinstitut INNOFACT AG eine repräsentative Verbraucherstudie* durchgeführt, um das Kaufverhalten und die Einstellungen zu Tiefkühlprodukten während des Corona-Pandemie bedingten „Lockdowns“ in Deutschland zu beleuchten.

Tiefkühlprodukte sind aus der heutigen Ernährung nicht mehr wegzudenken. Praktisch jeder Haushalt (98 Prozent) kauft und nutzt sie gerne – auch in normalen Zeiten. Die Corona-Zeit hat gut ein Drittel (33 Prozent) der Befragten veranlasst, die Verwendung von Tiefkühlprodukten zu intensivieren. Die Top-Drei Lieblingskategorien im Tiefkühlsortiment sind Gemüse/Kräuter, gefolgt von Fisch und Pizza. Vor allem die 18- bis 59-Jährigen Verbraucher gaben an, in der Corona-Zeit mehr tiefgekühlte Produkte verwendet zu haben. Dabei ist die Wahl der Produkte je nach Altersgruppe durchaus unterschiedlich: Die 40- bis 75-Jährigen griffen vor allem häufiger zu tiefgekühltem Fisch, während die 18- bis 59-Jährigen die Verwendung von Kartoffelprodukten verstärkten.

„Crash-Kurs“ in Sachen TK

Der wichtigste Grund für den gestiegenen TK-Einkauf in der Corona-Zeit ist für 72 Prozent der Befragten die lange Haltbarkeit der Produkte, die die Vorratshaltung erleichtert. So lassen sich Einkaufsvorgänge im Handel auf das nötige Maß reduzieren, die die Verbraucher aufgrund des Infektionsrisikos vermeiden möchten – dies nannten 68 Prozent der Befragten explizit als entscheidenden Punkt bei der Kaufentscheidung für Tiefkühlkost. Ein weiteres entscheidendes Kaufmotiv ist auch die schnelle und einfache Zubereitung von Mahlzeiten mit Tiefkühlprodukten. Angesichts von Homeoffice und Homeschooling leuchtet es ein, dass die Haushalte bei der Zubereitung von Mahlzeiten Entlastung suchten. Immerhin arbeiteten 46 Prozent der Befragten während der Corona-Zeit ganz oder zeitweise von zuhause und mussten vielfach die Doppelbelastung von Beruf und Haushalt managen.

Ein weiteres erfreuliches Ergebnis: Wer mehr Tiefkühlprodukte verwendet, weiß sie offensichtlich auch mehr zu schätzen. Besonders auffällig ist, dass die 18- bis 39-Jährigen in der Befragung Tiefkühlprodukte wesentlich positiver als vor der Corona-Pandemie bewerten. Offensichtlich haben die Jüngeren in einem „Crash-Kurs“ die vielfältigen Möglichkeiten und Vorteile von Tiefkühlkost besser kennengelernt.

Tiefkühlkost erhält Bestnoten

Insgesamt hat sich der Eindruck der Befragten in allen Tiefkühl-Warengruppen positiv verändert. Die in der Studie abgefragten Warengruppen** werden von mindestens zwei Drittel der Befragten mit gut oder sehr gut bewertet. Die höchste Bewertung erhielten Gemüse/Kräuter, Obst/Früchte, Kartoffelprodukte, Fisch und Brötchen. Kuchen und Torten werden von den älteren Verbrauchern besonders gut bewertet. Wenig überraschend, denn in dieser Altersgruppe werden Kuchen und Torten auch am häufigsten verzehrt.

Positive Erfahrungen fördern zukünftige Verwendung

Auf die Frage nach ihrem zukünftigen Konsumverhalten sagten 14 Prozent der Befragten, dass sie mehr Tiefkühlprodukte verwenden werden. Vor allem die unter 40-jährigen gaben höhere Kaufabsichten an. Das bietet positive Aussichten für den Absatz von Tiefkühlprodukten im Lebensmitteleinzelhandel und bei den TK-Heimdiensten in 2020, auch über die Corona-Phase hinaus.

* Information zum Studiendesign:

Im Mai 2020 wurden 517 onlinebasierte Interviews (online Panels) geführt.

** TK-Produktkategorien: Gemüse/Kräuter, Obst/Früchte, Kartoffelprodukte, Fisch, Brötchen, Kuchen/Torten, Pizza, Snacks, Fleisch, Gerichte

Die Pressemeldung mit Begleitmotiv und zwei Ergebnischarts finden Sie hier www.tiefkuehlkost.de.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Carola Herckelrath

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12

Mail: herckerlrath@tiefkuehlkost.de