

Halbjahresbilanz Tiefkühlkost 2021: Weiter auf Erfolgskurs

Gastronomieabsatz erholt sich nach dem Lockdown-Tief – TK-Veggie legt dynamisch zu

Berlin, 21. September 2021. Die Halbjahresbilanz für den Tiefkühlmarkt in Deutschland fällt positiv aus. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2020, das durch den Corona-Lockdown von erheblichen Marktverschiebungen geprägt war, kehrt im Tiefkühlmarkt 2021 schrittweise eine Normalisierung ein. Der Branchenverband der Tiefkühlwirtschaft, Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**), erwartet für das Gesamtjahr 2021 ein Absatzwachstum von 5,2 Prozent auf 3,848 Mio. Tonnen. Beim Umsatz wird ein Wachstum von 8,8 Prozent auf 16,4 Mrd. Euro prognostiziert.

Die Marktentwicklung muss aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie aber weiter differenziert betrachtet werden: die Nachfrage im Lebensmittelhandel (LEH) und bei den TK-Heimdiensten blieb im Vergleich zum Vorjahr weiter hoch, die Absätze der Tiefkühlhersteller und -händler, die auf den Außer-Haus-Markt (AHM) spezialisiert sind, konnten sich durch die Öffnungsschritte in der Gastronomie wieder erholen, befinden sich aber noch nicht wieder auf dem früheren Niveau.

TK weiter sehr beliebt bei den Verbrauchern

Nach einer Prognose des **dti** für den Absatz von Tiefkühlprodukten im Lebensmittelhandel und den TK-Heimdiensten in diesem Jahr wird der Markt 2021 um 1,5 Prozent auf 2,118 Mio. Tonnen wachsen. Die Verbraucher haben die TK-Produkte noch mehr kennen und schätzen gelernt, neue Kunden konnten gewonnen und dauerhaft begeistert werden. Natürlichkeit und Frische, lange Haltbarkeit und einfache Zubereitung sind wichtige Gründe für die hohe Beliebtheit von Tiefkühlprodukten. Die Entwicklung in den einzelnen TK-Warengruppen verlief unterschiedlich, besonders positiv entwickelte sich im ersten Halbjahr der Absatz von TK-Kartoffelprodukten (+4 %) und TK-Fleisch (+2 %).

Der absolute Renner in der TK-Abteilung waren die vegetarischen TK-Alternativen, die ein Wachstum von 30 Prozent verzeichneten. In diesem noch kleinen Segment gab es viele Innovationen, die für eine dynamische Nachfrageentwicklung gesorgt haben. Der Mega-Trend hin zu einer bewussten und vermehrt pflanzlichen Ernährung hält immer stärker Einzug in die TK-Abteilungen. Bei TK-Fertiggerichten (-2 %), TK-Snacks (-3,5 %), TK-Gemüse/-Kräuter (1,5 %) und TK-Fisch (-1,5 %) ging der Absatz leicht zurück nach den hohen Absatzmengen im Vorjahreszeitraum. Die Entwicklung bei den TK-Backwaren war stabil.

Beim Umsatz mit Tiefkühlprodukten im Lebensmittelhandel mit Heimdiensten in Deutschland erwartet das **dti** 2021 einen Zuwachs von 5 % auf 9,87 Mrd. Euro (9,40 Mrd. Euro in 2020), der wesentlich auf notwendige Preisanpassungen bei Rohstoffen, Verpackungen und Logistik zurückgeht.

Gastronomieumsätze erholen sich langsam

Nach dem drastischen Absatz- und Umsatzrückgang in 2020 um 20 % konnte sich der Außer-Haus-Markt für Tiefkühlprodukte erst ab April 2021 wieder langsam erholen. Die **dti**-Prognose für den Absatz von Tiefkühlprodukten in den verschiedensten gastronomischen Absatzkanälen des Außer-Haus-Marktes für 2021 geht von einem Wachstum um 10 % aus, damit werden die starken Absatzzahlen aus dem Vor-Corona-Jahr 2019 (1,973 Mio. Tonnen) noch nicht wieder erreicht. Der Absatz könnte ausgehend von dem niedrigen Niveau in 2020 auf 1,730 Mio. Tonnen steigen. Beim Umsatz rechnet das **dti** mit einem Plus von 15 % auf einen Wert von 6,532 Mrd. Euro.

Die einzelnen Segmente der Gastronomie haben sich in der Pandemie sehr unterschiedlich entwickelt. Die Schnellrestaurants waren zum größten Teil geöffnet und konnten auch während des Lockdowns ihre Umsätze weitestgehend halten, nicht zuletzt durch ihren Abholservice und die Ausweitung ihres Lieferangebotes. Weniger positiv verlief die Entwicklung bei Bäckereien und Restaurants, denen enorme Umsätze weggebrochen sind. Mit der Öffnung der Gastronomie und Hotellerie, insbesondere in Tourismusregionen zog auch in diesen Bereichen das Geschäft wieder an. Im Bereich der Arbeitsplatzverpflegung haben die Gästezahlen wegen anhaltender Homeoffice-Regelungen das frühere Niveau noch nicht wieder erreicht. Gleiches gilt für die Studentenwerke. Nach den langen Wochen im Lockdown suchen die Menschen jetzt wieder kulinarische Abwechslung in der Gastronomie. Davon werden auch die Tiefkühlprodukte für die Gastronomie in den nächsten Monaten weiter profitieren können.

Ein klares Bild über die Entwicklung des TK-Gesamtmarktes 2021 wird erst im April 2022 vorliegen, wenn die Daten der **dti**-Absatzstatistik 2021 veröffentlicht werden, die auf einer eigenen Branchenerhebung bei den Unternehmen basieren.

Die Pressemeldung finden Sie auf unserer Website unter www.tiefkuehlkost.de.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Franziska Šošo

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-14

Mail: soso@tiefkuehlkost.de