

## Pressemitteilung:

### 100 Jahre Tiefkühlung – Innovativ. Frisch. Nachhaltig. Seit 1923.

Tiefkühlbranche feiert ihre Geburtsstunde – „Tag der Tiefkühlkost“ am 6. März

Berlin, 16. Februar 2023. 7 Dollar, einen Ventilator, Eis, Salz – und eine große Portion Neugier, Mut und Zukunftsfreude: Mehr brauchte der US-Pionier Clarence Birdseye nicht, um vor 100 Jahren die Lebensmittelbranche zu revolutionieren. 1923 entwickelte der Biologe, inspiriert von einer Expeditionsreise in die Arktis, die erste Anlage zum Tiefgefrieren, den späteren Plattenfroster. Am 6. März 1930 ging in den USA das erste tiefgekühlte Gemüse über den Ladentisch. Die Birdseye'sche Schockfrostung gehört zu den größten Erfindungen der Lebensmittelindustrie und brachte eine bis heute boomende, weltumspannende Branche hervor.

Seit der damalige amerikanische Präsident Ronald Reagan 1984 den 6. März erstmals zum „Frozen Food Day“ ausgerufen hat, um die gesellschaftliche Bedeutung dieser Erfindung zu würdigen, feiert die Tiefkühlwirtschaft rund um den Erdball dieses Datum jedes Jahr – in Deutschland als „Tag der Tiefkühlkost“.

In diesem besonderen Jubiläumsjahr 2023, in dem sich die Erfindung der Schockfrostung zum 100. Mal jährt, richtet die Branche den Blick vor allem auf die vielfältigen Vorteile, die die „Kraft der Kälte“ den tiefgekühlten Lebensmitteln verleiht. Die Tiefkühlwirtschaft sieht in der Kreativität und dem Erfindergeist in der Tradition ihres Gründervaters Clarence Birdseye außerdem die Schlüsseleigenschaften, um die Herausforderungen in Gegenwart und Zukunft für die Ernährungsbranche anzugehen.

### Frischer als frisch

Die von Birdseye 1923 entwickelte Schockfrostung gehört zu den größten Innovationen in Sachen Haltbarmachung von Lebensmitteln der Neuzeit. Bis heute gibt es keine schonendere Art der Konservierung von Lebensmitteln, denn sie erfolgt ganz ohne Zugabe von Konservierungsstoffen und erhält alle Vitamine, Aromen und Nährstoffe – allein durch die physikalische Kraft der Kälte.

Die ersten Lebensmittel, die es tiefgekühlt zu kaufen gab, waren Gemüse, Obst und Fisch. In Deutschland wurden Tiefkühlprodukte erstmals 1955 auf der Anuga (Allgemeine Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung) in Köln vorgestellt. Heute verwendet so gut wie jeder Haushalt (Käuferreichweite 97 Prozent laut GfK-Consumer Panel 2022) die Produkte aus der Kälte. Die Konsument:innen haben 2022 laut GfK insgesamt über 11.000 unterschiedliche Tiefkühl-Artikel mindestens einmal in den Einkaufswagen gelegt. Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch jedes Bundesbürgers liegt mittlerweile [bei über 46 Kilogramm](#).

Die hohen Beliebtheitswerte gründen auf den vielfältigen Vorteilen, die Tiefkühlprodukte Verbraucherinnen und Verbrauchern liefern – sowohl zu Hause in der Küche, als auch in Restaurants, Kantinen, Schulen und Kitas: „Die Tiefkühlwirtschaft bietet frische, vitamin- und nährstoffreiche, einfach zuzubereitende und bezahlbare Lebensmittel für alle Menschen in unserem Land an – verlässlich und zu jeder Jahreszeit. Dazu kommt: Unsere tiefgefrorenen Lebensmittel lassen sich gut bevorraten! Damit sind Tiefkühlprodukte wichtige Bausteine für eine sichere Lebensmittelversorgung, eine abwechslungsreiche, saisonunabhängige Küche und eine gesunde Ernährung für die ganze Familie – gerade in unsicheren Zeiten“, betont Sabine Eichner, Geschäftsführerin des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (**dti**), Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der Tiefkühlwirtschaft. Das [„TK-Trendbarometer“](#) des Marktforschungsinstituts Innofact im Auftrag des **dti** zeigt, dass gerade in Krisenzeiten Tiefkühlprodukte in Deutschland eine wichtige Rolle bei der Ernährung spielen: Im Oktober 2022 gaben zwölf Prozent der Befragten an, sogar noch häufiger als sonst Tiefkühlprodukte zu wählen.

## Innovativ und nachhaltig

Wer Tiefkühlprodukte verwendet, tut auch der Umwelt etwas Gutes: Durch die praktische Portionierbarkeit können Verbraucherinnen und Verbraucher die gewünschte Menge einfach entnehmen und das Übrige ohne Qualitätverlust sicher wieder einfrieren. Das vermeidet unnötige Lebensmittelabfälle, schont den inflationsbedingt strapazierten Geldbeutel und ist nachhaltig. Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich bewusst ernähren wollen und Lust auf neue Trends haben, finden inzwischen eine vielfältige Auswahl an veganen und vegetarischen Alternativen in der Tiefkühlabteilung – vom veganen Burgerpatty über pflanzenbasierte Fischstäbchen bis hin zur Mandel-Bienenstich-Torte auf Linsenproteinbasis. Auch tiefgekühlte „Insekten-Pasta“ mit Mehlwurmmehl gibt es bereits zu kaufen.

„Innovationskraft, Nachhaltigkeit, Freude am Fortschritt, die Lust am Setzen immer wieder neuer, kreativer Trends und der feste Wille, an den Lösungen für die großen Herausforderungen der Zeit mitzuarbeiten – diese Eigenschaften zeichnen die Tiefkühlwirtschaft aus, seit 100 Jahren“, sagt **dti**-Chefin Eichner: „Unsere Unternehmen investieren schon lange mit Überzeugung in Umweltmanagementsysteme, Nachhaltigkeitszertifizierung, Energieeffizienz und Klimaschutz. Das **dti** belegt das mit Leuchtturmprojekten wie zum Beispiel der [ersten branchenumfassenden Klimabilanz-Studie](#) durch das Öko-Institut Freiburg im Jahr 2012. Mit der [Zukunftswerkstatt](#) hat das **dti** außerdem 2022 den Startschuss für den Weg der Tiefkühlwirtschaft zur Klimaneutralität gegeben.“

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft und vertritt rund 150 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland steht für einen Umsatz von rund 15 Milliarden Euro und versorgt täglich 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln.

Interessierte finden auf [www.tiefkuehlkost.de](http://www.tiefkuehlkost.de) umfangreiche Materialien zum Stöbern rund um das große Jubiläum "100 Jahre Tiefkühlung". Medien sind herzlich eingeladen, das Material honorarfrei zu nutzen.

## Kontakt

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.  
Nina Kollas  
Leitung Kommunikation  
Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12  
Mail: [kollas@tiefkuehlkost.de](mailto:kollas@tiefkuehlkost.de)