

Pressemitteilung:

Tiefkühlkost weiter auf Rekordkurs

Pro-Kopf-Verbrauch erstmals bei 50 Kilogramm / Absatz im Handel knackt Marke von zwei Millionen Tonnen

Berlin, 11. April 2025. Im Jubiläumsjahr „70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland“ freut sich die Tiefkühlbranche über neue Absatzrekorde im Gesamtmarkt, im Handel, beim Verzehr pro Haushalt und beim Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten. Das zeigt die Absatzstatistik 2024 des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (dti), die jährlich den Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland insgesamt und aufgeschlüsselt nach den Absatzmärkten Lebensmitteleinzelhandel/Heimdienste (LEH/HD) und Außer-Haus-Markt (AHM) ausweist. Zum ersten Mal weist die Absatzstatistik 2024 des Spitzenverbandes die neue Warengruppe „TK-Alternativprodukte (pflanzenbasiert)“ aus.

- Der **Gesamtabsatz** von TK-Lebensmitteln wuchs 2024 erneut, um 2,3 Prozent auf eine Menge von 4,137 Millionen Tonnen (2023: 4,043 Millionen Tonnen).
- Im **LEH/HD** wuchs der TK-Absatz 2024 um 1,7 Prozent auf 2,017 Millionen Tonnen (2023: 1,982 Millionen Tonnen) und durchbrach damit zum ersten Mal die Schwelle von zwei Millionen Tonnen.
- Der **Pro-Kopf-Verbrauch** von TK stieg 2024 auf einen Rekordwert von 50 kg (2023: 49,4 kg).
- Der **Verzehr pro Haushalt** knackte 2024 erstmals die 100-Kilogramm-Marke und steht nun bei 101,1 kg (2023: 99,4 kg) – ein Zuwachs von 1,7 Kilogramm.
- Der **Absatz im Außer-Haus-Markt** erhöhte sich 2024 um 2,9 Prozent auf 2,12 Millionen Tonnen (2023: 2,061 Millionen Tonnen)

Das sind **neue Rekordergebnisse** für TK in Deutschland!

„Tiefkühlkost bleibt auch 2024 in der Erfolgsspur, trotz schwierigem gesamtwirtschaftlichen Umfeld“, so das Fazit von Sabine Eichner, dti-Geschäftsführerin. „Im Jubiläumsjahr ‚70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland‘ stellt die Kategorie damit erneut ihre Relevanz für eine leckere, frische und bezahlbare Lebensmittelversorgung unter Beweis. Tiefkühlprodukte sind dank der natürlichen Kraft der Kälte frischer als frisch und vor allem zeitsparend und unkompliziert zuzubereiten. Damit unterstützen sie die Menschen in ihrem Alltag, schenken Zeit für Gemeinschaft und unbeschwertem Genuss. Auch die hohen Ansprüche der Gastronomie erfüllen TK-Produkte optimal: Die Profis schätzen die Kalkulations- und Gelingsicherheit.“



Lebensmittelhandel/Heimdienste: TK-Absatz knackt die 2-Millionen-Grenze

Im LEH/HD stieg der TK-Absatz 2024 um 1,7 Prozent auf 2,017 Millionen Tonnen (2023: 1,982 Millionen Tonnen). High Convenience ist weiter stark gefragt: Während Tiefkühlprodukte zum Selber Kochen nur um 0,4 Prozent wuchsen, setzte der Bereich Fix & Fertig seinen positiven Trend mit einem Plus von 4,2 Prozent weiter fort. Wie bereits 2023 lagen auch im vergangenen Jahr vor allem TK-Pizza, Fertiggerichte und Snacks im Plus. Die noch junge Subkategorie „TK-Alternativprodukte (pflanzenbasiert)“, die die dti-Absatzstatistik 2024 erstmals ausweist, musste 2024 einen kleinen Rückgang um 2,9 Prozent hinnehmen. Hierzu zählen Fisch- und Fleischalternativen sowie Gerichte auf pflanzlicher Basis. dti-Chefin Eichner: „Die Kategorie TK konnte ihre Position im Handel weiter stärken. Konsumentinnen und Konsumenten suchen frische und schnell zuzubereitende Lebensmittel, die zu ihrem Alltag passen. TK-Produkte machen hier ein perfektes Angebot, das immer mehr Verbraucher zu schätzen wissen.“

Absatz im Außer-Haus-Markt setzt positive Entwicklung fort

Auch im Außer-Haus-Markt setzte sich die positive Entwicklung 2024 fort: Der TK-Absatz erhöhte sich um 2,9 Prozent auf 2,12 Millionen Tonnen (2023: 2,061 Millionen Tonnen). Alle drei Teilsegmente Selber Kochen, Fix & Fertig sowie Frühstück & Dessert lagen 2024 im Plus. Die Nase vorne hatte beim durchschnittlichen Mengenwachstum der Bereich Fix & Fertig mit 3,9 Prozent. Besonders hervorzuheben ist das zweistellige Wachstum bei den erstmals ausgewiesenen „TK-Alternativprodukten (pflanzenbasiert)“ mit 17,8 Prozent. Besonders gefragt waren außerdem Kartoffelprodukte (v. a. Pommes Frites), die um 5,6 Prozent wuchsen. Deutlich ins Minus entwickelte sich TK-Fisch (- 4,7 Prozent), Fleisch lag mit 0,6 Prozent leicht im Plus. Diese Marktentwicklung passt zu den Ergebnissen der neuen dti-Studie „Ernährung 3.0 – Die Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“, wonach 97 Prozent der Betriebe bereits eine vegetarische Menülinie eingeführt haben.

„Steigende Kosten, der anhaltende Fachkräftemangel und rückläufige Besucherzahlen in einer angespannten wirtschaftlichen Lage stellen vor allem die Betriebe in der Gemeinschaftsgastronomie vor große Herausforderungen“, so die dti-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „Für die Umsetzung überzeugender, nachhaltiger Ernährungskonzepte brauchen die Betriebe Lösungen, die betriebswirtschaftlich und geschmacklich überzeugen. Daraus begründet sich ein starker Rückenwind für hochwertige Tiefkühl-Lebensmittel, die flexibel und wirtschaftlich eingesetzt werden können.“

TK-Umsätze wachsen weiter

Der TK-Gesamtumsatz stieg 2024 um 2,7 Prozent auf 22,601 Milliarden Euro (2023: 22,017 Milliarden Euro) an. Im LEH/HD stieg der TK-Umsatz um 1,1 Prozent auf 11,77 Milliarden Euro (2023: 11,64 Milliarden Euro). Im Außer-Haus-Markt erhöhte sich der TK-Umsatz um 4,4 Prozent auf 10,84 Milliarden Euro (2023: 10,37 Milliarden Euro).

2025: 70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland

Seit 70 Jahren gibt es Tiefkühlprodukte in Deutschland. Bei der Lebensmittelmesse Anuga in Köln wurden 1955 in Deutschland erstmals Tiefkühlprodukte vorgestellt. Lag der durchschnittliche Verbrauch 1960 noch bei 800 Gramm pro Kopf und Jahr, sind es laut dti-Absatzstatistik 2024 inzwischen 50 Kilogramm Tiefkühlkost. Tiefgefrorener Spinat und TK-Suppengemüse waren in den Anfangsjahren besonders beliebt. Heute bietet der Handel laut YouGov Shopper Panel 2024 rund 11.000 Artikel an. 96 Prozent aller Haushalte kauften laut YouGov 2024 Tiefkühlprodukte.

Hintergrund: die dti-Absatzstatistik

Seit 1962 erhebt das dti den Tiefkühlabsatz in Deutschland bei den Tiefkühlunternehmen. Die dti-Absatzstatistik ist die einzige Übersicht über den TK-Gesamtmarkt in Deutschland, die die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel/Heimdienst und Außer-Haus-Markt (Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung) vollständig und nach Warengruppen abbildet. Die Daten werden vom dti erhoben, anonymisiert aufbereitet und jeweils im Frühjahr firmen- und markenneutral veröffentlicht.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der Tiefkühlwirtschaft in Deutschland und vertritt als Spitzenverband rund 150 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette, von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft, mit einem Gesamtumsatz von rund 23 Milliarden Euro einer der wichtigsten Zweige der Lebensmittelindustrie, versorgt täglich über 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln. 2024 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten in Deutschland laut dti-Absatzstatistik auf einen Rekordwert von 50 kg. Der Gesamtabsatz lag 2024 bei über vier Millionen Tonnen. 2024 haben Konsumenten laut GfK insgesamt über 11.000 unterschiedliche tiefgekühlte Lebensmittel in den Einkaufswagen gelegt. Deutschland ist die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt und der wichtigste Absatzmarkt für Tiefkühlprodukte in Europa.

Kontakt:

Deutsches Tiefkühlinstitut e. V. (dti)

Nina Kollas

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

E-Mail: kollas@tiefkuehlkost.de | www.tiefkuehlkost.de