

Pressemitteilung:

Halbjahresbilanz Tiefkühlkost 2025

Tiefkühlmarkt weiter auf Erfolgskurs – Starke Performance im 1. Halbjahr 2025

Berlin, 9. September 2025. Der deutsche Tiefkühlabsatz zeigt 2025 ungebremst eine positive Entwicklung. Das erwartet das Deutsche Tiefkühlinstitut e. V. (dti), der Spitzenverband der Tiefkühlwirtschaft, in seiner aktuellen Markteinschätzung für tiefgekühlte Lebensmittel für das laufende Jahr 2025. Das dti prognostiziert ein Absatzwachstum im Gesamtmarkt von 3,2 Prozent auf 4,268 Millionen Tonnen. Für den Gesamtumsatz 2025 geht das dti von einem Wachstum von 5,8 Prozent auf 23,653 Milliarden Euro aus.

„Die Nachfrage nach TK im Lebensmittelhandel (LEH) und bei den Heimdiensten entwickelte sich sehr robust“, so die Zwischenbilanz von dti-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „TK bietet den Konsumenten ein attraktives Leistungspaket und echten Mehrwert mit Frische, Nährstoffen, Haltbarkeit und Flexibilität zu einem attraktiven Preis. TK hat mit einer Käuferreichweite von 96 Prozent in nahezu jedem Haushalt einen festen Platz. Im Außer-Haus-Markt (AHM) ist der Einsatz von Tiefkühlprodukten unverzichtbar. TK ist überlebenswichtig als hochwertige Lösung für viele Gastronomiebetriebe, die sich in einem schwierigen Umfeld behaupten müssen.“

70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland: Die Erfolgsgeschichte geht weiter

Im Jubiläumsjahr [„70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland“](#), in dem die Branche die Präsentation der ersten TK-Produkte für den deutschen Lebensmittelhandel 1955 auf der Anuga in Köln feiert, zeigt sich die Kategorie weiterhin von ihrer besten Seite.

Nach Berechnungen des dti für den Absatz von TK im LEH und bei den TK-Heimdiensten wird der Markt 2025 um 2,1 Prozent auf 2,059 Millionen Tonnen wachsen. Besonders gut entwickelten sich im ersten Halbjahr 2025 TK-Backwaren, TK-Fisch, TK-Fertiggerichte und TK-Kartoffelprodukte. Besonders stark war die Entwicklung bei TK-Obst mit rund 14 Prozent Wachstum. Die Warengruppen TK-Pizza und TK-Fleisch zeigten sich stabil. Eine negative Entwicklung ist bei TK-Snacks, TK-Gemüse/-Kräuter und den TK-Alternativen zu verzeichnen.

Für den Umsatz mit Tiefkühlprodukten im LEH inkl. Heimdiensten in Deutschland erwartet das dti 2025 einen Zuwachs von 3,6 Prozent auf 12,189 Milliarden Euro. Grund dafür ist die sich weiter abschwächende Inflationsentwicklung.

„TK behauptet sich im LEH als wichtige Frische-Kategorie“, stellt dti-Geschäftsführerin Eichner fest. „Unsere repräsentativen Konsumentenbefragungen, die wir regelmäßig mit dem Marktforschungsinstitut Innofact durchführen, zeigen immer wieder: Die wichtigsten Aspekte für die Ernährungsauswahl sind die Frische und Gesundheit eines Lebensmittels, die Natürlichkeit seiner Zutaten und die bequeme Zubereitung. Das entspricht genau dem Profil, das das TK-Sortiment in großer Vielfalt für jeden Geschmack bietet. Zusammen mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis, das auch durch die lange Haltbarkeit und geringen Wegwerfraten positiv gestärkt wird, greifen die Kunden verstärkt zu Tiefkühlprodukten.“

Außer-Haus-Verpflegung löst Herausforderungen mit TK-Einsatz

Der AHM befindet sich 2025 weiter in einem schwierigen Umfeld: Die Gastronomie verzeichnete im ersten Halbjahr laut dem Marktforschungsinstitut Circana einen weiteren Besucherrückgang, der besonders die Bediengastronomie stark traf. Umsatz und Durchschnittsbö pro Gast stiegen im Vergleich zu den letzten zwölf Monaten zwar an. Die Gastronomieausgaben liegen derzeit aber nur knapp über dem Niveau von 2019, also vor der Corona-Pandemie.

TK profitiert von den Herausforderungen, die an die Gastronomie gestellt werden: Denn am liebsten greifen Küchenchefs auf frische Produkte zurück. Die tiefkühlfrischen Produkte erleichtern den Köchinnen und Köchen die Arbeit erheblich, ohne dabei Qualitäts- oder Kreativitätsabstriche machen zu müssen. TK ist ein Allround-Talent, weil dank unterschiedlichster Conveniencegrade Lösungskompetenz geliefert wird. Tiefkühlprodukte machen die Küchenprozesse planbarer und schlanker, das hilft beim anhaltenden Fachkräftemangel. Das bestätigt auch die aktuelle [dti-Studie „Ernährung 3.0 - Die Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“](#), für die rund 200 Gastronomie-Manager aus Betriebsgastronomie, Care (Krankenhäuser, Pflegeheime) und Education (KiTa, Schule, Uni) zur aktuellen Lage in der Gemeinschaftsgastronomie befragt wurden.

Daher prognostiziert das dti für den Absatz von TK in den verschiedenen gastronomischen Absatzkanälen für 2025 ein deutliches Wachstum von 4,2 Prozent. Die Absatzmenge 2025 wird damit voraussichtlich auf über 2,209 Millionen Tonnen steigen. Beim Umsatz geht das dti von einem Plus von 5,8 Prozent auf einen Wert von 11,464 Milliarden Euro aus.

Ein vollständiges Bild über die Entwicklung des TK-Gesamtmarktes 2025 wird erst im April 2026 vorliegen. Dann veröffentlicht das dti die Daten der dti-Absatzstatistik 2025, die auf einer eigenen Branchenerhebung basieren.

Diese Pressemeldung finden Sie auf www.tiefkuehlkost.de.

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 über 22 Milliarden Euro einer der wichtigsten Zweige der Lebensmittelindustrie, versorgt täglich rund 83 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.

Kontakt:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. (dti)

Nina Kollas

Leitung Kommunikation

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

E-Mail: kollas@tiefkuehlkost.de

www.tiefkuehlkost.de