

## Pressemitteilung:

### **dti-Absatzstatistik 2025: Tiefkühlkost weiter auf Wachstumskurs Gesamtabsatz wächst um 2,5 Prozent/Pro-Kopf-Verbrauch steigt auf 51,6 Kilogramm**

**Berlin, 23. April 2026.** Der Wachstumskurs von Tiefkühlprodukten setzt sich weiter fort. Das zeigt die Absatzstatistik 2025 des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (dti), die jährlich den Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland insgesamt und aufgliedert nach den Absatzmärkten Lebensmitteleinzelhandel/Heimdienste (LEH/HD) und Außer-Haus-Markt (AHM) ausweist.

- Der **Gesamtabsatz** von TK-Lebensmitteln wuchs 2025 erneut, um 2,5 Prozent auf eine Menge von 4,238 Millionen Tonnen (2024: 4,137 Millionen Tonnen).
- Im **LEH/HD** wuchs der TK-Absatz 2025 um 2,7 Prozent auf 2,070 Millionen Tonnen (2024: 2,017 Millionen Tonnen).
- Der **Absatz im Außer-Haus-Markt** erhöhte sich 2025 um 2,3 Prozent auf 2,168 Millionen Tonnen (2024: 2,12 Millionen Tonnen).
- Der **Pro-Kopf-Verbrauch** von TK stieg 2025 wieder auf einen Rekordwert von 51,6 kg (2024: 50,8 kg\*).
- Der **Verzehr pro Haushalt** steht 2025 nun bei 103,8 kg (2024: 101,9 kg\*) – plus 1,9 kg.

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

„2025 konnte sich der Tiefkühlmarkt trotz weiter angespannter Wirtschafts- und Konsumlage erneut behaupten“, sagt Sabine Eichner, dti-Geschäftsführerin. „Bei Verbraucherinnen und Verbrauchern zeigen sich aber deutliche Konsumänderungen: Der Trend geht zum stärkeren Verzehr zu Hause. Diese Entwicklung begünstigt eher den Absatz im Lebensmittelhandel und bei den Heimdiensten und verlangsamt den Aufwärtstrend bei den Gastronomieabsätzen. Insgesamt nimmt die Bedeutung tiefkühlfrischer Lebensmittel in Deutschland weiter zu, als wichtige Unterstützung für den privaten Ernährungsalltag genauso wie bei der Bewältigung der großen Herausforderungen in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung.“

#### **Lebensmittelhandel/Heimdienste: Absatzplus von 2,7 Prozent**

Im Absatzkanal LEH/HD stieg der TK-Absatz 2025 um 2,7 Prozent auf 2,070 Millionen Tonnen (2024: 2,017 Millionen Tonnen).

TK-Produkte zum Selber Kochen verzeichneten 2025 einen Zuwachs von 1,8 Prozent. Damit blieben sie unter der Entwicklung in den Segmenten Frühstück & Dessert (+ 4,9 Prozent) und Fix & Fertig (+ 2,9 Prozent).

- Innerhalb der Kategorie „Selber Kochen“ lag die TK-Warengruppe Gemüse im Minus (-0,8 Prozent gegenüber 2024). Hingegen legten Fisch (+5,0 Prozent), Kartoffelprodukte (+2,5 Prozent) und Fleisch (+1,0 Prozent) zu. Bei Fleisch kommt das Wachstum jedoch ausschließlich aus dem Geflügel, das als gesundes und preisgünstiges Protein im Trend liegt.
- In der Warengruppe Fix & Fertig konnten insbesondere Fertiggerichte mit einem Zuwachs von 4,7 Prozent gegenüber 2024 stark zulegen.
- Die pflanzenbasierten Alternativprodukte stagnierten 2025 auf Vorjahresniveau und haben es weiterhin schwer.
- TK-Backwaren zeigten nach dem Einbruch in 2024 ein starkes Plus mit 3,9 Prozent. Dieses wird vor allem von TK-Brot und -Brötchen getragen, die mit 6,8 Prozent stark zulegen.
- Die kleine Warengruppe TK-Obst war der Wachstumschampion in 2025: Sie legte erneut um 12,0 Prozent zu.

dti-Chefin Eichner: „Die Ausgabenzurückhaltung in der Gastronomie spiegelt sich in Mehrabsätzen im LEH/HD: Die Verpflegung zu Hause, insbesondere mit Fertiggerichten, hat weiter zugelegt. Einen positiven Einfluss hat auch der zunehmende Einsatz von Airfryern in den Privathaushalten, der vielen TK-Segmenten neue Potenziale ermöglicht: Bereits 41 Prozent der Menschen in Deutschland bereiten [laut unserem TK-Trendbarometer vom Juni 2025](#) Tiefkühlprodukte mit dem Airfryer zu. Negativ wirkt sich dagegen das andauernde krisenhafte Weltgeschehen aus, das schwerwiegende Folgen für Lieferketten und Energiepreise hat und das Konsumklima in Deutschland stark beeinträchtigt. Die Sparneigung war mit 18,7 Prozent im Dezember 2025 laut YouGov so hoch wie zuletzt in der Finanzkrise 2008, die Kauf- und Ausgabenzurückhaltung der Haushalte ist im gesamten Konsumbereich spürbar.

Trotz dieses belasteten Umfelds konnte sich der Absatz von TK im Bereich LEH/HD sehr gut behaupten. Auch 2025 konnten Tiefkühlprodukte so wieder eindrucksvoll ihre große Bedeutung für den Handel als wichtige Frische-, Convenience- und Bevorratungskategorie unterstreichen. Verbraucherinnen und Verbraucher schätzen nach wie vor den wertvollen Beitrag von TK für eine genussvolle, unkomplizierte, gesunde und bezahlbare Ernährung.“

### **Außer-Haus-Markt: Wachstum, aber weiterhin unter Druck**

Auch im Außer-Haus-Markt wuchs der Absatz 2025 weiter: Er erhöhte sich um 2,3 Prozent auf 2,168 Millionen Tonnen (2024: 2,120 Millionen Tonnen). Damit hat der Absatzkanal AHM einen leicht schwächeren Anteil von 51,2 Prozent am Gesamtabsatz als im Vorjahr.

- Ein besonders starkes Wachstum hatte der Bereich Fix & Fertig mit 9,0 Prozent. Besonders hervorzuheben ist das zweistellige Wachstum bei den Snacks mit 14,7 Prozent. TK-Pizza wächst um 6,9 Prozent und die TK-Alternativprodukte (pflanzenbasiert) um 5,5 Prozent.
- Bei den TK-Produkten zum Selber Kochen war die Entwicklung 2025 mit einem Absatzzrückgang von 0,6 Prozent leicht negativ. Fleischprodukte gaben um 6,0 Prozent

nach, ebenfalls Meeresfrüchte (- 7,5 Prozent) und Fischgerichte (- 5,0 Prozent).

Zuwachs gab es dagegen vor allem bei Fischstäbchen (+ 17,0 Prozent), aber auch bei Geflügel (+ 9,5 Prozent) und Wild (+7,3 Prozent).

- Im Segment Frühstück & Dessert verzeichnete die Branche 2025 einen leichten Zuwachs von 1,6 Prozent. Die bedeutendste Teil-Warengruppe Backwaren wuchs mit 1,7 Prozent.

„Für die Gastronomie war auch 2025 ein schwieriges Jahr, in dem sie weiter unter starkem Kostendruck stand und sich an neue Alltagsmuster anpassen musste“, sagt dti-Geschäftsführerin Sabine Eichner. Starkes Preisbewusstsein, Trading-Down, mehr Bedeutung von To Go-Angeboten und Convenience-Produkten waren laut dem Marktforschungsinstitut Circana die wichtigsten Treiber im zurückliegenden Jahr 2025.

Eichner: „Die Ausgabenzurückhaltung vieler Haushalte, fehlende Fachkräfte und Kostensteigerungen sorgen in allen Segmenten der Gastronomie für Anpassungsdruck. Besonders gefragt sind daher personalsparende und kalkulationssichere Lösungen für die Zubereitung von Gerichten und effizientere Prozesse. Tiefkühlprodukte können hier mit ihren zahlreichen Vorteilen bei Profi-Verwendern weiter punkten, wie die dti-Absatzstatistik und der anhaltende Erfolg von TK auch im Außer-Haus-Markt zeigen.“

### **TK-Umsätze wachsen weiter**

Der TK-Gesamtumsatz stieg 2025 um 4,5 Prozent auf 23,612 Milliarden Euro (2024: 22,601 Milliarden Euro). Gründe dafür sind höhere Löhne sowie gestiegene Kosten bei Energie, Verpackungen und Rohstoffen.

Der Tiefkühlumsatz im Absatzkanal LEH/HD stieg um 4,7 Prozent auf 12,314 Milliarden Euro (2024: 11,766 Milliarden Euro).

Der Umsatz mit Tiefkühlprodukten im AHM erreichte 2025 einen Wert von 11,298 Milliarden Euro (2024: 10,835 Milliarden Euro) und erhöhte sich damit um 4,3 Prozent. Auch hier mussten Kostenanstiege an die Abnehmer weitergegeben werden.

### **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/Heimdienste 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.

Tiefkühlprodukte sind in Deutschland längst fester und beliebter Bestandteil des täglichen Lebensmitteleinkaufs: 62 Prozent der im TK-Trendbarometer Ende Januar 2026 vom Marktforschungsinstitut Innofact repräsentativ Befragten verwenden sie mindestens mehrmals im Monat. Am häufigsten greifen Verbraucherinnen und Verbraucher zu TK-Gemüse und -Kräutern (76 Prozent der Verwender), TK-Fisch (62 Prozent) und tiefgekühlten

Kartoffelprodukten (55 Prozent). 2025 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten in Deutschland laut dti-Absatzstatistik auf einen Rekordwert von 51,6 kg – das sind pro Bauch 15 TK-Pizzen und 30 Fischstäbchen. Deutschland ist damit weltweit einer der führenden TK-Absatzmärkte.

Diese Pressemeldung sowie Infografiken zur honorarfreien Verwendung finden Sie auf [www.tiefkuehlkost.de](http://www.tiefkuehlkost.de)

Auf der Seite „[Tiefkühlprodukte – Frische Vielfalt, unbeschwerter Genuss](#)“ finden Verbraucher ein Informationsangebot und Antworten auf häufige Fragen zu Tiefkühlprodukten.

\* Der für 2024 gemeldete Pro-Kopf-Verbrauch von ursprünglich 50,0 Kilogramm musste aufgrund überarbeiteter Angaben in der Bevölkerungsstatistik auf 50,8 Kilogramm korrigiert werden. Die Bevölkerungszahl in Deutschland betrug 2025 82,1 Millionen Einwohner. Auch die Angabe für den Verzehr pro Haushalt 2024 musste an die geänderten Haushaltsdaten angepasst werden. Er lag bei 101,9 Kilogramm statt der ursprünglich genannten 101,1 Kilogramm. Die Zahl der Haushalte in Deutschland lag 2025 bei 40,8 Millionen.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (dti) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der Tiefkühlwirtschaft in Deutschland und vertritt als Spitzenverband über 150 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette, von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft, mit einem Gesamtumsatz von über 23 Milliarden Euro einer der wichtigsten Zweige der Lebensmittelindustrie, versorgt täglich über 82 Millionen Menschen in Deutschland mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln und ist ein wichtiger Lieferant für den Handel, die Gastronomie und die Gemeinschaftsverpflegung. 2025 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten in Deutschland laut dti-Absatzstatistik auf einen Rekordwert von 51,6 kg. Der Gesamtabsatz lag 2025 bei über vier Millionen Tonnen.

#### **Kontakt:**

Deutsches Tiefkühlinstitut e. V. (dti)

Nina Kollas

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

E-Mail: [kollas@tiefkuehlkost.de](mailto:kollas@tiefkuehlkost.de)

[www.tiefkuehlkost.de](http://www.tiefkuehlkost.de)