

Pressemeldung

BMEL-Ernährungsreport 2017 bestätigt Beliebtheit von Tiefkühlprodukten

Einfache und schnelle Zubereitung punkten bei Verbrauchern

Berlin, 3. Januar 2017. Tiefkühlprodukte (TK) werden immer beliebter, ermittelte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Über 55 % der Deutschen legen laut „Ernährungsreport 2017“¹ des BMEL Wert auf eine einfache und schnelle Zubereitung von Lebensmitteln und greifen daher auch gerne mal zu Tiefkühlpizza und Fertigprodukten. Besonders für die Gruppe der unter 30-Jährigen (72 %) und Frauen (63 %) ist die schnelle Zubereitung ein wichtiges Entscheidungskriterium bei Lebensmitteln.

Den positiven Trend bei TK bestätigt auch die **dti**-Absatzstatistik aus dem Jahr 2015. Danach verzehrten die Deutschen pro Kopf insgesamt 43,6 kg Tiefkühlprodukte. Die beliebtesten TK-Produktgruppen beim Verbraucher sind mit einem Anteil von 17,6 % die TK-Gerichte, gefolgt von TK-Pizza mit 16,5 %, TK-Gemüse mit 15,8 %, TK-Kartoffelprodukten mit 12,2 %, TK-Fisch mit 11,9 % und TK-Backwaren mit 11,8 %².

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) hat die Präferenzen der Deutschen gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen POSpulse im September 2016 genauer untersucht. Bei der Entscheidung zum Kauf von TK-Produkten, die fast jeder Haushalt in Deutschland konsumiert, stehen ganz klar praktische Vorteile im Vordergrund wie die lange Haltbarkeit, die von fast 80 % der unter 30-Jährigen (Ü30 = 70 %) an Platz eins der Kaufgründe genannt wird. Wichtige Gründe sind auch die einfache Zubereitung und die gute Bevorratungsmöglichkeit mit den Lebensmitteln aus der Kälte. In dieser Befragung zeigten sich TK-Pizza und TK-Gemüse als die beliebtesten Warengruppen. Dabei unterscheiden sich die Vorlieben der Konsumenten nach Altersgruppen: die Jüngeren unter 30 (U30) gehören ganz klar

¹ Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2017, Berlin, Dezember 2016

² Angaben basierend auf dem Absatz von Tiefkühlkost im Lebensmittelhandel und Heimdiensten 2015

zu den TK-Pizza-Fans, denn für 77,6 % ist diese Warengruppe die Beliebteste. Mehr als 77 % der über 30-Jährigen legen zuallererst das vitaminreiche Gemüse in den Einkaufskorb, in dem sich auch TK-Fisch häufiger wiederfindet (65 %) als bei den Jüngeren (57 %). Die Jüngeren (38 %) interessieren sich hingegen stärker für TK-Obst als die ältere Verbrauchergruppe (26 %).

Tiefkühlprodukte spielen in jedem Haushalt eine wichtige Rolle und die Vorteile werden von allen Altersgruppen geschätzt. Die altersspezifischen Warengruppenpräferenzen gehen auf unterschiedliche Bedürfnisse in den jeweiligen Lebensphasen zurück. Während für die Berufstätigen das schnell zubereitete Komplettgericht Priorität haben mag, nutzen Familien auch gerne TK-Komponenten zum Selberkochen.

Diese Pressemeldung finden Sie im Internet auf www.tiefkuehlkost.de. Zur weiteren Information stehen Ihnen hier auch zwei Einzelgrafiken sowie ein Begleitmotiv zum Download zur Verfügung. Fotovermerk, Grafiken und Bild: Deutsches Tiefkühlinstitut.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Dr. Sabine Eichner
Geschäftsführerin
Reinhardstraße 46
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 2809362-10
Mail: eichner@tiefkuehlkost.de