

Pressemitteilung:

70 Jahre dti: Tiefkühlwirtschaft positioniert sich als Innovationsmotor Tiefkühltagung 2026 in Berlin – Bundesminister Rainer würdigt Branche

Berlin, 11. Juni 2026. Die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland präsentiert sich kraftvoll und optimistisch in herausfordernden Zeiten. Auf der Tiefkühltagung 2026 des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (dti) am 8. und 9. Juni diskutierten rund 200 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft in Berlin über die Veränderungen in den Märkten, beim Konsum und in der Kommunikation. Im Jubiläumsjahr „70 Jahre dti“ stand vor allem die Frage im Fokus, wie die Tiefkühlwirtschaft ihre wichtige Rolle für Versorgung und Innovation weiter ausbauen kann.

„Vor 70 Jahren haben Pioniere unserer Branche die ‚Arbeitsgemeinschaft Deutsche Tiefkühlkette‘ gegründet, um die Tiefkühlwirtschaft strategisch zu entwickeln“, so der dti-Vorstandsvorsitzende Simon Morris. „Sie stehen für einen Innovationsgeist, der unser Ernährungssystem nachhaltig veränderte. Was mit einer mutigen Vision 1956 begann, wurde dank eines einzigartigen Bekenntnisses zu Qualität und Kooperation zu einer großartigen Erfolgsgeschichte.“

„Heute ist die Tiefkühlwirtschaft aus unserem Ernährungsalltag nicht mehr wegzudenken, ebenso wenig ist es das dti“, ergänzte dti-Geschäftsführerin Sabine Eichner: „Was uns alle im Kern zusammenhält, ist ein unsichtbares, aber unerschütterliches Band: der globale Temperaturstandard von –18 Grad. Gerade in Zeiten des Umbruchs gibt es viele Chancen für die Tiefkühlwirtschaft, die wir gemeinsam nutzen und entwickeln können.“

Bundesminister Rainer: „Die Tiefkühlwirtschaft hat große wirtschaftliche Relevanz!“

Das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat gratulierte zum Verbandsjubiläum: „Seit 70 Jahren stehen Sie für Verlässlichkeit, Qualität und Innovationskraft in der Lebensmittelversorgung. Dafür möchte ich Ihnen ausdrücklich danken“, so Bundesminister Alois Rainer in einer Videobotschaft. „Tiefkühlprodukte stehen für Frische, Komfort und zunehmend auch für mehr Nachhaltigkeit. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung. Die Tiefkühlwirtschaft ist von großer wirtschaftlicher Relevanz – und die Zukunft hält große Chancen für sie bereit. Ich erlebe die Tiefkühlwirtschaft als kritischen, verlässlichen und konstruktiven Partner: Genau das brauchen wir in der Politik. Nur so können wir die Voraussetzungen für eine moderne, leistungsfähige und nachhaltige Ernährungswirtschaft schaffen und auch künftig eine hochwertige Lebensmittelversorgung in Deutschland sichern.“

Handel, Gastronomie und KI im Fokus

Die Fachkonferenz setzte anschließend vier Impulse zu Markttransformation und Wachstum, zu den Umbrüchen im Lebensmitteleinzelhandel und in der Gastronomie sowie zu den Folgen von Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz (KI) für die Ernährungskommunikation.

Maximilian Waltmann, AFC Management Consulting, stellte das Branchenporträt „–18 Grad. Die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland“ vor, das im Auftrag des dti erarbeitet wurde. Die Studie umfasst eine datenbasierte Analyse von 186 Unternehmen und ordnet die Tiefkühlwirtschaft in der Transformation ein – zwischen Effizienzdruck und Image-Aufgabe bei gleichzeitig starkem Marktwachstum. Waltmann beleuchtete unter anderem die volkswirtschaftliche Relevanz jenseits der bekannten Absatz- und Verkaufszahlen und analysierte Wachstumstreiber nach Warengruppen. Das Branchenporträt unterstreicht das wirtschaftliche Gewicht der Tiefkühlwirtschaft und zeigt sie als Wachstumsbranche. Während die Ernährungsindustrie zwischen 2015 und 2024 real schrumpfte, konnte die Tiefkühlwirtschaft ihren Anteil am Inlandsumsatz nach eigenen Berechnungen von rund 12 Prozent (2015) auf gut 15 Prozent (2024) ausbauen. Als eigenständige Branche gehört sie damit zu den vier größten Zweigen der Ernährungsindustrie und ist wichtiger Partner von Landwirtschaft, Handel und Gastronomie.

Torsten Olderog, AKAD University Stuttgart, skizzierte, wie sich die Gastronomie unter dem Druck von Kosten, Personal und veränderten Gästewünschen neu ausrichtet – und welche Segmente und Konzepte künftig wachsen bzw. sich deutlich verändern. Er analysierte dabei auch die entscheidende Rolle von Tiefkühlprodukten und -prozessen für die Gastronomie der Zukunft. Den Fokus legte er dabei auf die Bewältigung aktueller Herausforderungen wie den Fachkräftemangel und den Druck zu effizienteren Prozessen. Tiefkühlprodukte stellen ein stabiles Fundament für wirtschaftliche Gastronomiekonzepte in einem sich wandelnden gesellschaftlichen Umfeld dar. Während die Individualgastronomie sich verstärkt als einzigartiges Erlebnisziel positionieren müsse, sichere die Systemgastronomie ihren Erfolg durch radikale Skalierbarkeit und den Aufbau von Markenfamilien. Mithilfe von Trendanalysen und Expertenbefragungen entwarf Olderog strategische Szenarien bis zum Jahr 2031. Dabei zeigt sich, dass technologische Innovationen wie KI und Robotik sowie ein bewussterer Umgang mit Ressourcen die Branche nachhaltig prägen werden.

Michael Gerling, MLF e.V., ordnete die Lage des Lebensmitteleinzelhandels im Spannungsfeld von Preiswettbewerb, hohen Aktionsanteilen, Kostendruck und sinkenden Spannen ein und stellte die Frage nach der künftigen Profilierung erfolgreicher Supermärkte. Produktivität und Technologie sieht er als wesentliche Treiber – ohne Service und Einkaufserlebnis aus dem Blick zu verlieren – sowie die Zusammenarbeit von Handel und

Industrie. KI und Robotik sind nach Gerling die wichtigsten technologischen Entwicklungen, was sich an kontinuierlich steigenden IT-Budgets im Einzelhandel zeige. In konsumschwachen Zeiten müssten sich Vollsortimenter vor allem aber über Emotionen, Frische und ein breites Sortiment profilieren. In der Tiefkühlabteilung mit ihrem wachsenden und trendbewussten Sortiment, die zu den Top Ten bei Umsatz und Ertrag gehört, sieht er noch ungehobenes Potenzial.

Hendrik Haase, Autor und Publizist, beleuchtete den digitalen Wandel der Esskultur und die wachsende Bedeutung von KI für Wahrnehmung, Vertrauen und Meinungsbildung rund um Lebensmittel und Ernährung. Er zeigte auf, wie KI-basierte Systeme zunehmend zu Gatekeepern für Informationen werden – und warum Unternehmen KI nicht nur als Tool-Frage, sondern als strategisches Kommunikations- und Positionierungsthema verstehen sollten. 65 Prozent aller Deutschen würden generative KI bereits nutzen – und 92 Prozent hielten KI-Antworten für vertrauenswürdig. „KI entscheidet längst mit, was Menschen über Lebensmittel ‚wissen‘“, so Haase: „Millionen nutzen KI-Chats für Ernährungs-, Lifestyle- und Einkaufstipps – und übernehmen dabei Zuschreibungen, die nicht neutral sind. Das betrifft auch Tiefkühlprodukte.“ Die KI würde damit zur neuen „Infrastruktur für Meinungsbildung und Entscheidungsfindung“ und zum „Mitgestalter unserer Ernährungswirklichkeit“. Für Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie sei es daher wichtig, eigene digitale Inhalte über ihre Produkte strategisch so zu strukturieren und bereitzustellen, dass sie von der KI erfasst und genutzt werden können. Gleichzeitig zeige der Digital Food Monitor 2025: Viele Unternehmen nutzen KI bisher kaum strategisch, während Konsumentinnen und Konsumenten sie immer öfter täglich nutzen. „Wer nur KI-Tools testet, bleibt Objekt dieser Entwicklung. Wer strategisch handelt, gestaltet mit.“

Branche diskutiert Zukunftsagenda

Das Panel „Zukunftsagenda der Tiefkühlwirtschaft“ diskutierte die wirtschaftliche und gesellschaftliche Relevanz der Branche sowie die Spannungsfelder zwischen Wachstum, Kostendruck, Energie, Krisenresilienz und Dekarbonisierung. Angela Bisping, Bofrost, Volker Büttel, Iglo Deutschland, Sabine Eichner, Maximilian Waltmann, AFC Consulting, und Michael Wittwer, Hanna-Feinkost, sprachen entlang der Wertschöpfungskette über die Hebel Technologie, Resilienz und Kommunikation – von Investitionen und Kooperationen bis zur Frage, wie die Vorteile von Tiefkühlprodukten künftig noch stärker bei Verbraucherinnen und Verbrauchern kommuniziert werden können.

Die Podiumsdiskussion zeigte, dass die Tiefkühlbranche vor allem bei Sicherheit, Digitalisierung, Kommunikation und Kooperation eng zusammenarbeiten muss. Ein Schwerpunkt lag auf IT-Sicherheit: Unternehmen sollten Risiken systematisch prüfen, Mitarbeitende schulen, Checklisten nutzen und sich regelmäßig testen lassen. Krisensicherheit bedeute heute nicht mehr nur Brandschutz, sondern auch Schutz vor Cyberangriffen und Datenverlust.

Die Journalistin und Autorin Janine Steeger moderierte die Tagung.

Mitgliederversammlung verabschiedet „dti-Strategie 2030“

Im Mittelpunkt der Mitgliederversammlung des dti am Vortag stand die Verabschiedung der künftigen Verbandsstrategie: Auf Basis einer Mitgliederbefragung sowie von Interviews und Diskussionen im Vorstand wurden Ziele und Prioritäten für die Verbandsarbeit bis 2030 beschlossen – mit einem starken TK-Narrativ als Herzstück, aktiver politischer Interessenvertretung und konsequenter internationaler Vernetzung. Mit der „dti-Strategie 2030“ will das dti die Rolle der Tiefkühlwirtschaft als nachhaltiger, innovativer und resilienter Teil der Lebensmittelversorgung weiter ausbauen.

Am Abend waren alle Gäste der Tiefkühltagung zu einem Kommunikationsabend zur Feier des 70-jährigen Verbandsjubiläums auf der Dachterrasse des Weekend Clubs auf dem Berliner Alexanderplatz zusammengekommen. Bei bester Stimmung wurde über den Dächern Berlins gefeiert.

Die nächste Tiefkühltagung findet am 8. und 9. Juni 2027 statt.

Diese Pressemeldung sowie Fotos zur honorarfreien Verwendung unter Angabe des Bildnachweises 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 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

www.tiefkuehlkost.de