

# Tiefkühlbranche: sieht weiterhin große Marktchancen

*Köln. (10.06. / dti) Trotz anhaltender Konjunkturschwäche und zögerlicher Nachfrage der Verbraucher werde der Markt für Tiefkühlkost in Deutschland auch künftig weiter wachsen. «Die Aussichten für unsere Branche sind nach wie vor gut», sagte der Präsident des Deutschen Tiefkühlinstitutes (dti), Ulf H. Weisner, auf der Jahrestagung der Interessenvertretung in Bielefeld.*

Vor allem die «ungebrochene Innovationskraft» mache das Tiefkühlangebot zu einem der erfolgreichsten Sortimente innerhalb der nationalen und internationalen Ernährungswirtschaft. «Tiefkühlkost hat schon manchen Trend angeschoben und wird es auch künftig tun.» Dies betreffe die gesamte Produktpalette tiefgekühlter Lebensmittel von der naturbelassenen Rohware bis hin zu raffinierten Rezepten wie Menüs und Zubereitungen.

Vor allem im Außer-Haus-Markt werde der Anteil tiefgekühlter Produkte laut Weisner überdurchschnittlich zunehmen. Das Wachstumspotenzial sieht der dti-Präsident in allen Bereichen der Außer-Haus-Verpflegung: in Betriebsrestaurants, in der Hotellerie und Gastronomie und in den sozialen Einrichtungen. Als Gründe nannte er insbesondere die steigenden Ansprüche der Tischgäste und die hohe Flexibilität, die die Tiefkühlprodukte den Profi-Köchen biete. So stieg der Gesamtverbrauch von Tiefkühlkost in der Außer-Haus-Verpflegung in 2003 um 0,6 Prozent auf knapp 1,39 Millionen Tonnen.

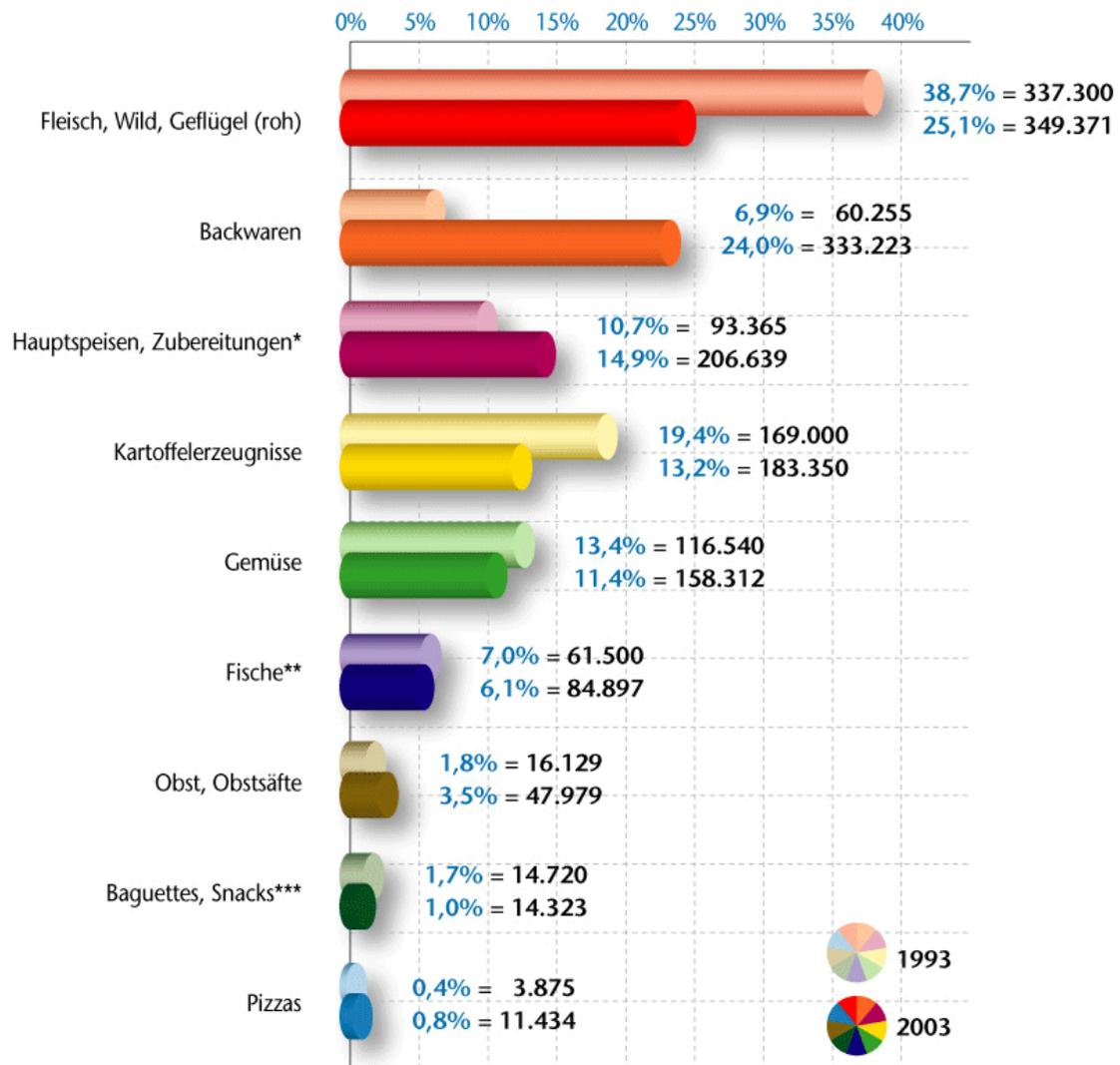
Auch in den privaten Haushalten werden die individuellen Ernährungsgewohnheiten weiter zunehmen: «Längst leben in einer Vier-Personen-Familie vier Singles mit unterschiedlichen Essenswünschen.» Dieser Verbrauchertendenz komme die Vielfalt des Tiefkühlsortiments entgegen. Bezogen auf die letzten zehn Jahre kletterte der Mengenabsatz von Tiefkühlkost im Lebensmittelhandel, einschließlich Heimdienste und Discounter, um nahezu 45 Prozent auf insgesamt knapp 1,47 Millionen Tonnen.



**Der Pro-Kopf-Verbrauch von tiefgekühlten Lebensmitteln in Deutschland kletterte in den letzten 30 Jahren um 22,7 Kilogramm auf 34,6 Kilogramm im Jahr 2003.**

# Tiefkühlmarkt Großverbraucher 1993-2003

Sortimentsanteile im 10-Jahresvergleich (Mengenangaben in Tonnen)



\* inkl. Eintöpfe u. Suppen

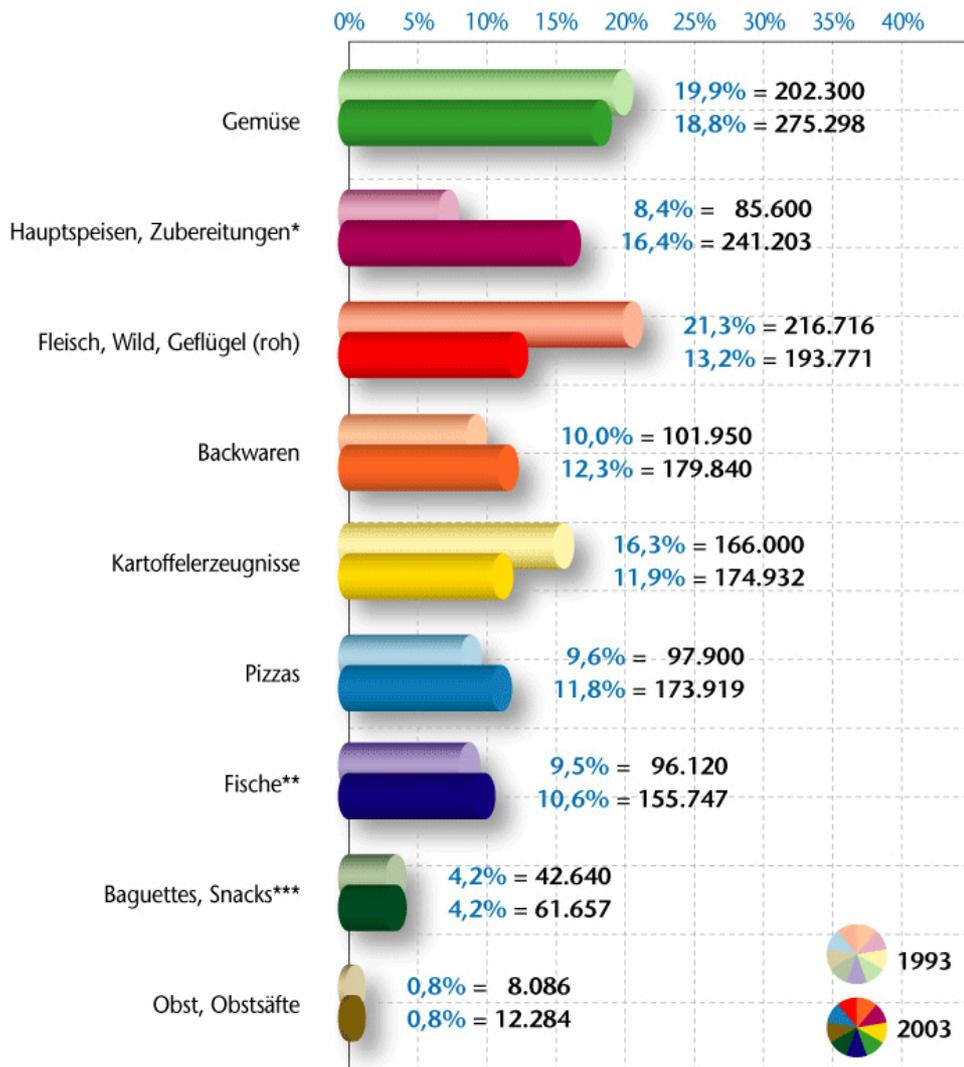
\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere

\*\*\* inkl. Getreide- u. Mehlerzeugnisse, Milcherzeugnisse u. Süßspeisen, Sonstiges

Quelle: Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

# Tiefkühlmarkt Lebensmittelhandel 1993-2003

Sortimentsanteile im 10-Jahresvergleich (Mengenangaben in Tonnen)



\* inkl. Eintöpfe u. Suppen

\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere

\*\*\* inkl. Getreide- u. Mehlerzeugnisse, Milcherzeugnisse u. Süßspeisen, Sonstiges

Quelle: Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.