

Nr. 18 / September 2021, Köln
#anuga

Anuga Frozen Food: Internationaler Treffpunkt der Tiefkühlbranche in Köln

Trend zu Frische, Gesundheit und Nachhaltigkeit macht Tiefkühlprodukte immer beliebter bei Verbrauchern - Mehr als 370 nationale und internationale Aussteller im TK-Bereich vertreten

Der Wunsch der Konsumenten nach frischen, gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln hat sich in der Corona-Pandemie noch einmal verstärkt - sehr zum Vorteil der Tiefkühlprodukte, die von dieser Entwicklung stark profitieren konnten.

Die Anuga Frozen Food bietet vom 9. bis 13. Oktober 2021 erneut die internationale Geschäftsplattform für die globale Tiefkühlwirtschaft und gibt Einblicke in die neuesten Entwicklungen der Branche. Die Anuga setzt mit dem Leitthema #transform einen Schwerpunkt auf den Wandel in der Ernährung. Ergänzt wird die Anuga erstmals durch die digitale Erweiterung, die Anuga@home, die vom 11. bis 13. Oktober 2021 an den Start geht und Aussteller mit ihren Lösungen vorstellt und dabei für neue Vernetzungsmöglichkeiten weltweit sorgen wird. Insgesamt werden in Köln zur Anuga mehr als 4.000 Anbieter aus mehr als 91 Ländern erwartet.

Unter den führenden Ausstellern in der Anuga Frozen Food finden sich Agristo, Alfa, Arabatzis, Ardo, Aviko, Boulangerie Neuhauser, erlenbacher, Lutos, Pfalzgraf, Point of Food, Roncadin, Surgital, Stohos, viciunai und Virto. Rein digital beteiligen sich vor allem Unternehmen aus dem Ausland, aber auch nationale Tiefkühlkostenanbieter wie die Frostkrone Food Group sind mit dabei. Insgesamt nehmen laut aktuellen Zwischenstand mehr als 370 Aussteller an der Anuga Frozen teil. Weitere Registrierungen sind in den nächsten Wochen vor allem aus den Länderbeteiligungen zu erwarten. Weitere TK-Anbieter finden sich zudem in den Fachmessen Anuga Meat und Anuga Bread & Bakery. Das Angebotsspektrum reicht von Fisch und Fleisch, Obst und Gemüse, Fertiggerichten, Brot & Backwaren, Eiscreme, Pizza, Kartoffelprodukten bis hin zu Großgebinden für Kunden aus der Gemeinschaftsverpflegung und der Gastronomie. Auch einige Anbieter mit dem Fokus auf pflanzenbasierten bzw. alternativen Protein-Produkten, etwa Fischersatz, sind in diesem Jahr auf der Anuga vertreten.

TK-Markt Deutschland 2020/21

Der Gesamtabsatz von Tiefkühlkost in Deutschland verzeichnete 2020 einen mengenmäßigen Rückgang von -4,5 Prozent auf 3,660 Mio. Tonnen (3,833 Mio. Tonnen in 2019). Der TK-Gesamtumsatz sank um -1,8 Prozent auf 15,081 Mrd. Euro (15,361 Mrd. Euro in 2019) nach Angaben des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti). Die gestiegene Nachfrage nach Tiefkühlprodukten und die hohe Akzeptanz bei den



Anuga
09.10. - 13.10.2021
www.anuga.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause

Telefon

+49 221 821-2076

Telefax

+49 221 821-3544

E-Mail

p.krause@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Postfach 21 07 60
50532 Köln
Deutschland
Telefon +49 221 821-0
Telefax +49 221 821-2574
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Oliver Frese

Herbert Marnier

Vorsitzende des Aufsichtsrats:
Oberbürgermeisterin Henriette
Reker

Sitz der Gesellschaft und
Gerichtsstand: Köln
Amtsgericht Köln, HRB 952

Verbrauchern führte zu einer außergewöhnlich guten Performance im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und bei den Heimdiensten, allerdings konnte der starke Einbruch im Außer-Haus-Markt (AHM) nicht aufgefangen werden.

Seite
2/5

Im LEH und bei den Heimdiensten verzeichnete TK 2020 ein außerordentliches Mengenwachstum von +12,1 Prozent mit einer Absatzmenge von 2,087 Mio. Tonnen (2019: 1,861 Mio. Tonnen), das ist ein absoluter Rekordabsatz für die gesamte Tiefkühlkategorie im Handel. Der Tiefkühlumsatz im LEH/HD stieg um +13,4 Prozent auf 9,40 Mrd. Euro (2019: 8,29 Mrd. Euro) und übertraf damit erstmals die 9 Mrd. Marke deutlich.

Der Außer-Haus-Markt verzeichnete coronabedingt einen bisher nie dagewesenen Einbruch: Der „Dauergewinner“ der letzten Jahre musste aufgrund der seit März 2020 anhaltenden Lockdown-Phasen in den verschiedenen Segmenten der Außer-Haus-Verpflegung erstmals herbe Einschnitte hinnehmen. Der Absatz ging um -20,3 Prozent auf 1,573 Mio. Tonnen (1,973 Mio. Tonnen in 2019) zurück. Der TK-Umsatz im Außer-Haus-Markt 2020 erreichte einen Wert von 5,68 Mrd. Euro und verringerte sich damit um -19,6 Prozent (7,07 Mrd. Euro in 2019). Hier lagen alle TK-Warengruppen 2020 im zweistelligen Minus-Bereich.

Die erfolgsverwöhnte TK-Branche in Deutschland musste insgesamt einen deutlichen Rückschritt hinnehmen, der einzig und allein durch den anhaltenden Gastronomie-Lockdown während der Corona-Pandemie begründet ist.

Als Folge der Gastronomiekrise sank auch der Pro-Kopf-Verbrauch (PKV) von Tiefkühlkost 2020 um 2,1 Kilogramm auf 44,8 Kilogramm (46,9 kg in 2019). Das ist ein in dieser Höhe noch nie da gewesener, dramatischer Rückgang, der von dem Trend der letzten 30 Jahren ungewöhnlich abweicht.

Themen und Trends

Das Koch- und Ernährungsverhalten in Deutschland hat sich während der Corona-Pandemie deutlich verändert. Das zeigt das TK-TRENDBAROMETER, eine repräsentative Verbraucherstudie, die das Marktforschungsinstitut INNOFACT AG im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti) durchgeführt hat.

Die drei wichtigsten Ernährungsaspekte aus Verbrauchersicht sind die Frische der Produkte (92 %), eine gesunde Ernährung (81 %) und natürliche Zutaten (81 %). Während der Corona-Krise haben die gesunde Ernährung und die Frische der Produkte für mindestens ein Viertel der Probanden an Bedeutung gewonnen. Weit weniger wichtig als gedacht, sind die Trends vegetarische (22 %) und vegane Lebensmittel (15 %), die eine deutlich geringere Zustimmungsrate erreichten. Hier sind die Verbraucher:innen „undogmatisch“: Allerdings betont fast die Hälfte (49 %), dass sie den Fleischkonsum reduzieren möchte, beim Zuckerkonsum sind es sogar 58 Prozent.

In der Corona-Pandemie wird häufiger mit frischen Lebensmitteln selbst gekocht, das bestätigten 41 Prozent der Befragten. Fast ein Drittel (31 %) hat häufiger Essen zum Abholen bestellt. Gut ein Viertel (26 %) hat öfter auf Lieferdienste

zurückgegriffen. Auch der Umgang mit Tiefkühlprodukten hat sich positiv verändert: Das Selbst kochen mit Tiefkühllebensmitteln hat bei 19 Prozent der Befragten zugenommen. Die Zubereitung von Tiefkühlgerichten hat bei 14 Prozent in der Verbrauchergunst deutlich zugelegt.

Seite
3/5

Wie die Marktentwicklung seit Jahren belegt, haben Tiefkühlprodukte in Deutschland seit jeher einen sehr hohen, positiven Stellenwert. Aus der heutigen Ernährung sind TK-Produkte gar nicht mehr wegzudenken, sie sind vielmehr ein „Gamechanger“ für die gesunde und nachhaltige Ernährung. Praktisch jeder Haushalt (98 %) kauft und nutzt Tiefkühlprodukte - schon in „normalen“ Zeiten. Der Anteil der „heavy-user“, also der Verbraucher:innen, die TK mindestens ein- oder mehrmals im Monat bis zu mehrmals in der Woche verwenden, hat weiter zugenommen und liegt aktuell bei 78 Prozent. Die beliebtesten Warengruppen sind Gemüse/Kräuter (77 %), Fisch (69 %), Kartoffelprodukte (65 %), Pizza (60 %) und Brötchen (48 %).

TK international

Laut Global Opportunity Analysis and Industry Forecast hat der globale Markt für Tiefkühlkost im Jahr 2019 291,8 Mrd. USD eingenommen und wird bis 2027 schätzungsweise 404,8 Mrd. USD erreichen, wobei von 2020 bis 2027 eine jährliche Wachstumsrate (CAGR) von 4,2 % zu verzeichnen ist. Der europäische Tiefkühlkostmarkt wird dabei bis 2027 voraussichtlich 124,1 Milliarden US-Dollar erreichen.

Events für die Tiefkühlbranche im Rahmen der Anuga

Das dti ist als Partner der Anuga Frozen Food und der Anuga Culinary Concepts wieder mit einem Messestand in **Halle 4.2, B11/C10** dabei, der eine traditionelle und beliebte Anlaufstelle für alle Mitglieder, Gäste und Tiefkühl-Interessierte ist. Hier trifft sich die deutsche Tiefkühlbranche mit Gästen aus aller Welt zum Branchenaustausch in der „Tiefkühlounge“.

TIEFKÜHLSTAR NIGHT 2021

Im Rahmenprogramm zur Anuga wird das dti gemeinsam mit dem Fachmagazin Lebensmittelpraxis und der Koelnmesse am 11. Oktober 2021 ab 18 Uhr die Preisverleihung der TIEFKÜHL STARS vornehmen. Für die TIEFKÜHL-STAR-NIGHT erwarten wir Gäste aus Industrie und Handel, und vor allem die nominierten Händler-Teams. Dr. Tobias Wachinger, Senior Partner bei McKinsey München wird sich in einem Vortrag mit „Die Krise und die neuen Konsumenten: Lifestyle und Preisorientierung werden die Trends des Jahres 2021“ auseinandersetzen. Wir freuen uns auf emotionale Momente und ein Wiedersehen mit der Branche in Köln!

International Frozen Food Network

Im Rahmen der Anuga@home wird das dti für die Tiefkühlbranche ebenfalls Flagge zeigen. Geplant ist erstmals ein Internationales Round-Table-Gespräch mit dem „International Frozen Food Network“, einem Zusammenschluss der Tiefkühlverbände

aus USA, Großbritannien, Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich und Deutschland. Moderiert wird das Gespräch unter dem Motto „A Fresh Look at Healthy & Sustainable Frozen Foods“ von John Saulnier, Frozen Food Biz.

Seite

4/5

Round Table TK

Gemeinsam mit der Lebensmittelpraxis (LP) führt das **dti** ein weiteres Round-Table Tiefkühlkost durch, das im Rahmen der Anuga@home zu sehen sein wird. Maßgebliche Vertreter aus der TK-Industrie und dem Handel werden aktuelle Trends und Herausforderungen für die Tiefkühlbranche unter der Moderation von Andrea Kurtz (LP) diskutieren.

Nachhaltigkeitskongress

Das **dti** unterstützt die Anuga und die ZNU Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung Universität Witten/ Herdecke auch bei der Nachhaltigkeitskonferenz „NACHHALTIGKEIT GEMEINSAM GESTALTEN - Die gesamte Kette im Blick“ am 13. Oktober 2021, 11 - 14 Uhr. Es wird aufgezeigt, welchen ökonomischen Nutzen nachhaltiges Wirtschaften auf Unternehmens- und Produktebene bietet.

Die Anuga Frozen Food 2021 wird den internationalen Austausch im Frozen Food-Business mitgestalten und alles daransetzen, ihren Ausstellern und Gästen einen angenehmen Aufenthalt zu bieten. Das **dti** wird stellvertretend für die gesamte Tiefkühlbranche in Deutschland wichtige Akzente setzen und die Vorzüge der Angebotsform TK dabei in den Mittelpunkt stellen.

Koelnmesse - Global Competence in Food and FoodTec:

Die Koelnmesse ist international führend in der Durchführung von Ernährungsmessen und Veranstaltungen zur Verarbeitung von Nahrungsmitteln und Getränken. Messen wie die Anuga, die ISM und die Anuga FoodTec sind als weltweite Leitmessen etabliert. Die Koelnmesse veranstaltet nicht nur in Köln, sondern auch in weiteren Wachstumsmärkten rund um die Welt, z. B. in Brasilien, China, Indien, Italien, Japan, Kolumbien, Thailand und den Vereinigten Arabischen Emiraten Food- und FoodTec-Messen mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Inhalten. Mit diesen globalen Aktivitäten bietet die Koelnmesse ihren Kunden maßgeschneiderte Events in unterschiedlichen Märkten, die ein nachhaltiges und internationales Business garantieren.

Weitere Infos: www.koelnmesse.de/aktuelle-termine/alle-messen/#1

Die nächsten Veranstaltungen:

Anuga - Die Leitmesse für die globale Ernährungswirtschaft, Köln 09.10. - 13.10.2021

ISM - Die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks, Köln 30.01. - 02.02.2022

ProSweets Cologne - Die internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie, Köln 30.01. - 02.02.2022

Anmerkung für die Redaktion:

Fotomaterial der Anuga finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter www.anuga.de/Bilddatenbank
Presseinformationen finden Sie unter www.anuga.de/Presseinformation
Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

Seite

5/5

Anuga im Social Web:

<https://www.facebook.com/anugacologne>
<https://www.instagram.com/anugacologne/>
<https://www.linkedin.com/company/anugashowcase>
<https://twitter.com/anugacologne>

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause
Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon: +49 221 821 2076
Telefax: +49 221 821 3544
E-Mail: p.krause@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de