

## **Tiefkühlkost steht bei den Deutschen hoch im Kurs**

### **HALBJAHRESBILANZ 2012 – HINTERGRUNDINFORMATIONEN:**

---

#### **Außer-Haus-Markt setzt auf Tiefkühlkost**

Trotz eines späten Saisonstarts und des durchwachsenen Frühsommers kann die Stimmung im Großverbraucherbereich als durchweg positiv bezeichnet werden. Die Verbraucher gehen nach wie vor gerne „außer Haus“ essen. Insgesamt spiegelt sich hier auch der zunehmende Trend der Verwendung tiefgekühlter Produkte im Großverbrauchersegment wider.

GV-Experten gehen von einer Stabilisierung dieses Trends in den nächsten Monaten und Jahren aus. Gerade die nach wie vor boomende Erlebnisgastronomie sorgt hier für eine besonders positive Entwicklung. Insgesamt wächst der Außer-Haus-Markt damit überproportional. Andere Bereiche wie beispielsweise die Gemeinschaftsverpflegung sind weiterhin preisgetrieben und müssen ihren Wareneinsatz und die damit verbundenen Ausgaben genauestens prüfen – auch hier können tiefgekühlte Produkte sich positiv auf die Gesamtkostenrechnung auswirken.

#### **Lebensmittelhandel (LEH) zeigt sich wieder stabiler**

Insgesamt zeigt sich der LEH-Bereich stabiler als noch im Vorjahr. Nichts desto trotz führt die nach wie vor angespannte Rohstoffpreissituation zu weiterhin leichten Preissteigerungen der TK-Produkte im Handel. Dieser Umstand könnte möglicherweise einen weiteren Absatzzuwachs ausbremsen. Trotz dieser nicht ganz rosigen Ausgangssituation rechnet die Branche für dieses Jahr auch für den Lebensmittelhandel mit einem leichten mengenmäßigen Anstieg, wohingegen dieser Vertriebsbereich im vergangenen Jahr noch leicht rückläufig war.

#### **Die Wachstumsmotoren der Branche**

Die Rohstoffsituation bei den Kartoffeln zeigt sich nach den Problemen im letzten Jahr in 2012 sehr positiv und ermöglicht dadurch eine Intensivierung der Vermarktungsaktivitäten. Die Backwaren wachsen vor allem durch eine Vielzahl interessanter Neuentwicklungen – hier zeigt sich die Innovationskraft der Branche. Auch die Snacks sind ein nennenswertes Wachstumssegment vor allem im GV-Bereich. Nach wie vor spürbar ist auch der ausgeprägte Conviencetrend beim Verbraucher – gerade bei den Teil-Fertiggerichten.