



6. März, Tag der Tiefkühlkost: TK-Produkte waren 2020 so stark gefragt wie noch nie

Am 6. März 1930 wurden in den USA die ersten Tiefkühlprodukte verkauft – nach Österreich kamen sie erst Anfang der 1940er Jahre. Seit 1984 ist der 6. März als „National Frozen Food Day“ (Tag der Tiefkühlkost) bekannt. Gerade im Jahr der Pandemie hat sich gezeigt: Die simple Form der Haltbarmachung hat nicht an Attraktivität verloren und bietet viele Lösungen für alltägliche kulinarische Herausforderung – egal ob Meisterkoch oder Kocheinsteiger. So konsumierte jeder Haushalt im Jahr 2020 durchschnittlich 25 Kilogramm Tiefkühlprodukte – Eis und Torten ausgenommen. Das ist so viel wie nie zuvor.

Wien, 3. März 2021 – Im Jahr 2020 verbrachten viele Österreicherinnen und Österreicher wohl so viel Zeit zuhause wie selten zuvor. Neben den organisatorischen Herausforderungen von Homeoffice und Homeschooling kam für einige eine weitere Fragestellung hinzu, und zwar die der Kulinarik. Denn alle, die zuvor in der Schule, im Kindergarten oder im Büro verköstigt wurden, mussten sich auf einmal in den eigenen vier Wänden versorgen – oder wollten versorgt werden. Tiefkühlprodukte waren 2020 daher gefragt wie nie – sicherlich auch aufgrund der langen Haltbarkeit, einfacher Portionierbarkeit und schneller Verfügbarkeit.

Die Segmente Fisch, Erdäpfel und Gemüse wuchsen am stärksten

Etwas mehr als 100.000 Tonnen Tiefkühlprodukte fanden 2020 ihren Weg in österreichische Haushalte. Der Umsatz der Kategorie im Lebensmitteleinzelhandel wuchs im vergangenen Jahr um 19 Prozent. Besonders hohe Wachstumsraten verzeichneten die Segmente Fisch und Meeresfrüchte (+24,5 Prozent), Erdäpfel (+17,9 Prozent) und Gemüse (+ 17 Prozent).

Auch iglo verzeichnete in diesen Bereichen Zuwächse. Besonders viel Nachfrage gab es 2020 nach iglo Naturfisch und nach iglo Fischstäbchen, von denen im vergangenen Jahr jeweils rund 4,5 Mio. Packungen über die Ladentische wanderten. Iglo Cremespinat, traditionell stark zu Ostern, erfreute sich ganzjährig großer Beliebtheit. 3,6 Mio. Packungen des grünen Gemüses fanden ihren Weg in österreichische Haushalte. Öfter zuhause aufgetischt wurden auch iglo Pommes, von denen 2,7 Mio. Packungen gekauft wurden.

Tiefkühlprodukte sind oft Bausteine für eigene Mahlzeiten

Ein überdurchschnittlich hohes Wachstum verzeichneten Produkte, die als Bausteine oder Komponenten eigener Mahlzeiten verwendet werden können. So legte der Umsatz mit Naturgemüse um 20 Prozent zu, mit Naturfisch um 26,9 Prozent, mit Meeresfrüchten um 31,8 Prozent. Verglichen damit wuchs der Umsatz mit Tiefkühlmahlzeiten (+ 13,2 Prozent) beinahe verhalten.

„Die Entwicklung der gesamten Tiefkühlkategorie und besonders die iglo-Daten zeigen, dass in Österreichs Küchen im Jahr 2020 vermehrt selbst gekocht wurde. Tiefkühlprodukte bieten viele Antworten auf Herausforderungen, die uns in den letzten Monaten begegnet sind. Vorteile wie lange Haltbarkeit von Fisch und Gemüse, die einfache Portionierbarkeit und die damit verbundene Vermeidung von Lebensmittelabfällen erklären den großen Zuspruch der Österreicherinnen und Österreicher,“ erläutert Markus Fahrnberger-Schweizer, Geschäftsführer von iglo Österreich.

Vegetarische Tiefkühl-Fertiggerichte legten am stärksten zu

Ein weiteres Detail am Rande zeigt sich beim Thema Fertiggerichte. Zwar wuchsen sie insgesamt nicht so stark wie Fisch oder Gemüse, doch lässt sich klar ein Trend erkennen: Vegetarische Alternativen sind gefragt wie nie. Um 25,5 Prozent wuchs der Umsatz mit fleischlosen TK-Fertiggerichten, vegetarische Mahlzeiten von iglo legten sogar um 35,4 Prozent zu. Traditionelle TK-Fertiggerichte verzeichneten im Vergleich ein Umsatzwachstum von 16,6 Prozent.

25 kg Tiefkühlprodukte pro Haushalt

Seit den 1960er Jahren – als Kühltruhen vermehrt zur Standardausstattung heimischer Küchen wurden –, sind Tiefkühlprodukte auch in österreichischen Haushalten etabliert. Der Pro-Kopf-Verbrauch entwickelt sich seitdem rasant: von 1,9 kg im Jahr 1965 auf 4 kg im Jahr 1975 und 15,6 kg im Jahr 1995. Im Jahr 2020 konsumierte jeder österreichische Haushalt durchschnittlich 25 kg Tiefkühlprodukte – Eis und Torten ausgenommen*.

Damals wie heute: Tiefkühlen ist natürliche Form der Konservierung

Damals wie heute ist Tiefkühlen eine natürliche Form der Haltbarmachung, die keine weiteren Zusatzstoffe oder Konservierungsmittel braucht. Was ursprünglich in Grönland die von Natur aus tiefen Temperaturen erledigten, macht heute die Technik des Blitzfrierens – also schnelles Einfrieren bei etwa minus 30 Grad – möglich. Der Vorteil: Während sich durch das Einfrieren die Haltbarkeit der Lebensmittel verlängert, bleiben die Inhaltsstoffe – auch über längere Zeiträume – zum größten Teil bestehen. So bleibt nicht nur der Eiweiß-, Kohlenhydrat- oder Fettgehalt von Lebensmitteln unverändert, sondern auch Vitamine und Mineralstoffe bleiben bestmöglich erhalten.

| | Umsatz der Kategorie TK im LEH in TEUR exkl. Pizza, Eis und Torten/Desserts | Wachstum vs. VJ | Menge Kategorie TK 2020 in Tonnen | Wachstum vs. VJ |
|------------------------------------|--|--------------------|--|--------------------|
| Kategorie TK gesamt | 536.908 | + 19 % | 104.552 | + 16,2 % |
| Fisch und Meeresfrüchte | 169.942 | + 24,5 % | 14.522 | + 16 % |
| Erdäpfel | 61.329 | + 17,9 % | 25.478 | + 19,6 % |
| Gemüse | 116.444 | + 17 % | 33.194 | + 16,3 % |
| TK-Mahlzeiten | 121.671 | + 13,1 % | 20.147 | + 10,9 % |

Quellen:

*AT GfK Consumer Panel Total, LEH, inkl. Pizza, exkl. Torten und Eis, 2020

Alle Daten der Kategorie TK und von iglo-Produkten stammen von: Nielsen, LEH inkl. Diskonter, exkl. TK-Pizza, TK-Torten/Desserts und Eis, FY 2020

Über iglo Österreich

Die Iglo Austria GmbH mit Sitz in Wien ist bereits seit 1966 in Österreich tätig und ist Teil der Nomad Foods Group, die in derzeit 18 Ländern Tiefkühlprodukte vertreibt. Die Marke iglo ist die zweitgrößte Lebensmittelmarke Österreichs* und Marktführer im Bereich Tiefkühlkost. Das Unternehmen wird von Markus Fahrnberger-Schweizer als Geschäftsführer geleitet, beschäftigt rund 80 Mitarbeiter und sichert über Partner aus Anbau, Produktion und Logistik rund 1000 weitere Arbeitsplätze in Österreich. Das Sortiment von iglo umfasst rund 240

Produkte, aus den Kategorien Fisch und Meeresfrüchte, Gemüse, Kräuter, Erdäpfel, Geflügelspezialitäten, Fertiggerichte und Mehlspeisen. Die Produkte stammen aus den jeweils besten Regionen – das Gemüse etwa seit Jahrzehnten aus dem Marchfeld, die iglo Schmankerl aus dem Ennstal. Getreu dem Motto „Iss was Gscheit's!“ gelten höchste Qualitätsstandards und alle Produkte werden ohne zugesetzte Geschmacksverstärker oder künstliche Farb- und Aromastoffe hergestellt. iglo setzt sich zudem für ressourcenschonende und nachhaltige Produktionsweisen ein. So war iglo u.a. die erste Marke Österreichs mit 100 Prozent MSC-zertifizierten Meeresfischen.

Mehr dazu auf www.iglo.at und www.facebook.com/iglo.at.

*Quelle: A.C. Nielsen, Market Track, Lebensmittelhandel Total, Umsatz Österreich, LH inkl. H/L, (Stand KW 32 2020).

Kontakte für Rückfragen:

Iglo Austria GmbH
Teresa Bauer
Clemens-Holzmeister-Straße 6
1100 Wien
Tel: +43 (0)1 608 66 - 624
Mail: teresa.bauer@iglo.com

Factor C3 e.U.
Magdalena Lechner
Georg-Sigl-Gasse 1/3
1090 Wien
Tel: +43 (0)650 42 35 088
Mail: m.lechner@factor-c.at