



## Presseinformation

### **Immer mehr Menschen vertrauen auf Gerichte ohne Zusatzstoffe**

**Die Marke FROSTA wächst kontinuierlich im Absatz und Umsatz.**

**Neu: Erste rein pflanzliche „Fischstäbchen“ ohne Zusätze.**

Bremerhaven, 16.2.2023

Die Marke FROSTA wächst 2022 dank kontinuierlich steigender Verbrauchernachfrage erneut deutlich stärker als der Tiefkühlmarkt: +4,3 % in der Menge und +10,3 % im Umsatz (Quelle: Nielsen, LEH,

YTD KW 52 2022, TK Total exkl. Eis).

Besonders nachhaltig war die Nachfrage nach FROSTA Produkten in den Bereichen Gerichte (Absatzmenge +6,1 % vs. -1,8 % Tiefkühl-Gerichte gesamt in 2022) und Fisch (+8,9 % vs. -13,1 % Tiefkühl-Fisch gesamt in 2022). Neben klassischen Gerichten wie Hühnerfrikassee, Deutschlands beliebtestem Tiefkühl-Gericht, konnten pflanzenbasierte Innovationen wie die veganen Asian Street Food Gerichte die Neugier der Verbraucher wecken. In einem stark rückläufigen Tiefkühl-Fischmarkt waren die FROSTA Fischstäbchen die Publikumsbeliebte und legten um +26,2 % in der Absatzmenge zu.

Der Konzernumsatz der FROSTA AG konnte im Jahr 2022 um +9,8 % gegenüber dem Vorjahr auf 579 mEUR gesteigert werden. Neben dem Markengeschäft war hierfür auch das Außer-Haus Geschäft (Gastronomie- und Großhandelskunden) verantwortlich, das sich nach den Lockdownperioden der Vorjahre sehr gut erholen konnte. Dagegen hat das Handelsmarken- und Industriegeschäft deutliche Verluste hinnehmen müssen.

Der Jahresüberschuss – also das Ergebnis nach Steuern – ging in 2022 auf 4,2 % vom Umsatz zurück (im Vorjahr 5,4 %), da die Kostensteigerungen für nahezu alle Rohmaterialien und Energien nur zeitverzögert weitergegeben und nicht komplett kompensiert werden konnten.

### **Auch in 2022: Zeitgemäße Lebensmittel ohne Zusatzstoffe werden immer beliebter**

Immer mehr Menschen suchen nach Lebensmitteln ohne Zusatzstoffe und mit verständlichen Zutatenlisten und eindeutigen Herkunftsangaben. Dieser Wunsch nach einer gesünderen und bewussten Ernährung steigerte in den letzten Jahren die Nachfrage nach FROSTA Produkten, so

dass FRoSTA zwischen 2020 und 2022 mehr als 2,0 Mio. neue Käuferhaushalte\* in Deutschland für sich gewinnen konnte (\*Quelle: Nielsen, Consumer Panel Services, LEH+DM, YTD 03.01.2021 - YTD bis 01.01.2023).

Seit 2003 hat FRoSTA sein Sortiment und die Produktion komplett umgestellt und verzichtet mit dem FRoSTA Reinheitsgebot seitdem konsequent auf sämtliche Zusatzstoffe, Aromen und sonstige Zusätze – auch auf solche, die laut Gesetz nicht angegeben oder als Lebensmittelzusätze bezeichnet werden müssen. In diesem Jahr feiert das Reinheitsgebot 20. Geburtstag.

### **Ausblick 2023: Innovationen ohne Zusatzstoffe**

Auch in diesem Jahr wird FRoSTA das Angebot an rein pflanzlichen Produkten weiter ausbauen. Am Tag der Bilanzpressekonferenz werden in Bremerhaven Deutschlands erste vegane Tiefkühl-„Fischstäbchen“ vom Band laufen, die komplett ohne Aromen und ohne Zusatzstoffe hergestellt werden. „Unsere pflanzlichen Fischalternativen sind eine Innovation, die diesen Namen auch verdienen und auf die wir stolz sind. Es ist unserem Team nach fast drei Jahren gelungen, auf den letzten Zusatzstoff zu verzichten, so dass wir den Verbrauchern jetzt etwas wirklich Neues in der Tiefkühltruhe bieten können“, freut sich Sebastian Bernbacher, Marketing Director FRoSTA. Für mehr pflanzliche und vegetarische Produkte sprechen sowohl der geringere CO<sub>2</sub>-Fußabdruck als auch gesundheitliche Aspekte. Die veganen FRoSTA Fischalternativen wird es ab KW 11 im Einzelhandel geben.

Für 2023 erwartet FRoSTA, dass sich das Niveau der letzten Monate in Kosten und Abgabepreisen über alle Märkte im Jahresverlauf fortschreibt. Vor diesem Hintergrund und dem nachhaltigen Wachstum der Marke FRoSTA erwartet der Vorstand für das Jahr 2023 eine vergleichbare Entwicklung wie im Vorjahr.

### **Über FRoSTA AG**

FRoSTA ist der Marktführer für Tiefkühlgerichte in Deutschland. Dabei verzichtet FRoSTA schon seit 2003 konsequent bei allen Produkten auf Zusatzstoffe, Aromen und sonstige Zusätze. Seit 2015 druckt FRoSTA die Herkunftsländer aller Zutaten als einzige Lebensmittelmarke direkt auf die Verpackung und setzt damit eine langjährige Forderung von Verbraucherverbänden um. Maximale Transparenz sowie Nachhaltigkeit zeigen sich darüber hinaus in dem Gewinn des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2012 und dem Jubiläumspreis des Deutschen Nachhaltigkeitspreises aller bisherigen Preisträger 2017. Weitere Informationen unter [www.frosta.de](http://www.frosta.de)

### **Pressekontakt und Investor Relations**

Investor Relations	Birgit Renken	<a href="mailto:birgit.renken@frosta.com">birgit.renken@frosta.com</a>
Public Relations	Bianca Strötzel	<a href="mailto:presse@frosta.com">presse@frosta.com</a>

Der Jahresabschluss steht ab 24. Februar 2023 auf der Internetseite der Gesellschaft ([www.frosta-ag.com](http://www.frosta-ag.com)) zur Verfügung. Unseren Geschäftsbericht für das Jahr 2022 stellen wir Mitte März wieder in elektronischer Fassung auf unserer Internetseite bereit.