



## 50 Jahre TK-Pizza: Die Convenience-Revolution

**Bielefeld, August 2020 – Willy Brandts Kniefall in Warschau. Raumfahrthavarie Apollo 13. Trennung der Beatles. Erster Tatort. 1970 war ein bewegendes Jahr. Mit dabei: die Einführung der ersten Tiefkühlpizza in Deutschland von Dr. Oetker. Für jeden gibt es seitdem echtes italienisches Lebensgefühl auf dem heimischen Teller. Wir werfen einen Blick zurück auf die Convenience-Revolution und lassen die einmalige Erfolgsgeschichte der Tiefkühlpizza Revue passieren.**

1899 erstmals gebacken. Ein Teigfladen, belegt mit den italienischen Nationalfarben Grün (Basilikum), Weiß (Mozzarella) und Rot (Tomaten), benannt nach Königin Margherita von Italien. Soweit die Legende. Tatsächlich belieferten Bäckereien bereits 1880 den italienischen Hof mit Pizzen. Die moderne Pizza war in Italien wohl eher schon im 18. Jahrhundert beliebt. Frühformen finden sich zudem in Rezepten seit der Antike, die im Mittelmeerraum und Persien bekannt waren. Seit 1905 verhalfen italienische Einwanderer in New York dem Teigfladen zur endgültigen Verbreitung. In den 1950er Jahren stieg in den USA dann das Angebot an Tiefkühlprodukten an. Die Celentano Brothers bereicherten es 1957 mit der ersten Tiefkühlpizza der Geschichte in größerer Stückzahl.

### **Die erste Dr. Oetker Pizza alla Romana**

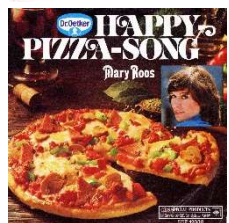
Europa brauchte etwas länger. Im italienischen Mantua brachte der Großbäcker Romano Freddi erstmals 1968 industriell produzierte Tiefkühlpizzen auf den Markt. Schnell erkannte Dr. Oetker das Potenzial und verkaufte ab 1970 die Pizza alla Romana über den deutschen

Handel, hergestellt in Lizenz bei Romano Freddi. Belegt mit Tomaten, Paprika, Mortadella sowie einer Käsemischung aus Mozzarella und Provolone wurde die Rohteig-Pizza im mitgelieferten Aluminium-Teller satte 30 Minuten gebacken. Für zwei Personen sollte sie reichen und war mit 2,95 DM nicht gerade günstig in einer Zeit, in der der durchschnittliche Arbeitnehmer 1.100 DM im Monat verdiente.



› 1970

Für den heutigen Gaumen eher gewöhnungsbedürftig: Die „Pizza alla Romana“ war mit Mozzarella, Provolone-Käse, Mortadella, Tomaten und Paprika reichlich belegt.



› 1975

begeisterte Mary Roos mit dem „Happy-Pizza-Song“ und gab in Kaufhäusern bei den Dr. Oetker Tiefkühlkostwochen Autogrammstunden.

### Die 1970er – der tiefgekühlte Siegeszug

Dem Erfolg tat es keinen Abbruch. 1973 wurden 2.800, zum Ende des Jahrzehnts 23.000 Tonnen Pizza von den Herstellern für den deutschen Markt produziert. Dr. Oetker bediente in diesen Jahren die steigende Nachfrage mit den unterschiedlichsten Variationen. Begleitet wurden die Innovationen von starken Marketingaktionen. Prominente wie der US-Schauspieler William Conrad warben im TV für das Dr. Oetker Pizzasortiment. Schlagersängerin Mary Roos widmete der Tiefkühlpizza gar den „Happy-Pizza-Song“.

### Die 1980er – das Jahrzehnt der Ristorante

Exklusiv für die eigene Pizzaproduktion gebaut, läuft seit 1980 die italienische Lebensart auch im rheinlandpfälzischen Dr. Oetker Werk Wittlich vom Band. 1985 folgte die Ristorante. Zunächst in den Sorten Salami und Schinken erhältlich, wurde sie schnell zu einer der beliebtesten Tiefkühlpizzen in Deutschland.



› 1985

brachte Dr. Oetker die Pizza Ristorante in den Handel – damals noch mit einem blau-weißen Logo für TK-Produkte.



## Die 1990er – Innovation und Vielfalt

Die Mikrowellenpizza Uno Momento, die Premiumpizzen Unsere Beste Pizza und Maestro oder die über offener Flamme gebackene Pizza Rustica: Das Dr. Oetker Pizzasortiment der 1990er war voller Vielfalt. Die Ristorante hatte sich als eigene Marke etabliert. Neben diversen Varianten – darunter eine Calzone, mit der Dr. Oetker 1994 erstmals ein solches Produkt im TK-Segment anbot – gab es auch Ristorante Pasta und Eis. Seit 1999 hat Dr. Oetker erstmals seit der Pizza alla Romana wieder Rohteigpizza im Programm: Die Ofenfrische, bis heute eine der beliebtesten Sorten.



## Die 2000er – Eine Reise um die Welt

Die Pizzarange Culinaria läutete das neue Jahrtausend ein. Sorten wie Chinese Style, Ham Hollandaise oder Greek Style entführten die Verbraucher geschmacklich in ferne Länder oder auch mal ins Stadion: Zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 freuten sich die deutschen Fans über die mit reichlich Currywurst belegte Halbzeit Pizza. Die 2005 von Iglo beziehungsweise Unilever übernommene Marke Bistro entwickelte Dr. Oetker erfolgreich weiter.

Für Dr. Oetker ist die Tiefkühlpizza heute eines der wichtigsten Produkte.  
Mit mehr als 400 Varianten weltweit ist das Angebot so vielfältig wie nie zuvor.

## Dr. Oetker Tiefkühlpizza heute

Für Dr. Oetker ist die Tiefkühlpizza heute eines der wichtigsten Produkte. Mit mehr als 400 Varianten weltweit ist das Angebot so vielfältig wie nie zuvor. Um den Geschmack der Zeit zu treffen, haben Unternehmensbereiche wie das Marketing, die Produktentwicklung und die Marktforschung die aktuellsten Ernährungstrends stets im Blick und prüfen, welche Entwicklungen für Neuprodukte interessant sein könnten. Der Verzehr mehrerer kleiner Speisen über den Tag verteilt ist so ein Trend. Das sogenannte „Snacking“ findet sich im Sortiment Intermezzo wider, das sich seit der Einführung im März 2019 erfreulich entwickelt. Mit der Größe einer halben Pizza trifft das Produkt genau diesen Zeitgeist. Den Trend zu größeren Premiumpizzen erfüllt die La Mia Grande. Das Besondere: fast 30 Zentimeter Durchmesser und ein authentisch ungleichmäßig geformter Pizzaboden. Mit dem Sortiment konnte Dr. Oetker seine gute Position im Tiefkühlpizza-Markt ausbauen.



Auch das Thema gesunde Ernährung spielt bei der Entwicklung neuer Pizzen oder der Überarbeitung bestehender Produkte eine Rolle: Salzgehalte werden kontinuierlich reduziert, Zusatzstoffe möglichst aus den Rezepturen gestrichen und Angebote für Verbraucher, die sich laktose-, glutenfrei oder vegetarisch ernähren, berücksichtigt. Das Genussversprechen, das Dr. Oetker mit seinen Produkten gibt, bleibt dabei immer im Blick.



## › Heute

La Mia Grande und Intermezzo heißen die jüngsten Einführungen, die für frischen Wind in den Tiefkühltruhen sorgen.

### **Verkaufsschlager Ristorante**

So wichtig Ernährungstrends für die Entwicklung neuer Produkte sind: Die Verbraucher wünschen sich neben Innovationen weiterhin ihre Lieblingsprodukte, deren Qualität und Geschmack sie schon lange kennen und schätzen. Dazu gehört ganz klar das Ristorante-Sortiment. Allein im vergangenen Jahr wurden auf der ganzen Welt mehr als 300 Millionen Packungen verkauft. Während die deutschen Fans am liebsten zur Ristorante Salame gegriffen haben, war international die Variante Mozzarella am erfolgreichsten. Pizza Ristorante ist heute in mehr als 50 Ländern erhältlich und auf den meisten dieser Märkte das führende Sortiment.

Fotohinweis:

© Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG (exklusive Rechte), August 2020

Nutzung: Abdruck bis Dezember 2020 zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zu Produkten und Marken von Dr. Oetker und dem Unternehmen Dr. Oetker zu verwenden.

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar/Online-Link erbeten

PR-Kontakt:

### **Dr. Oetker Deutschland Öffentlichkeitsarbeit**

Claus-Carsten Andresen  
PR-Manager Historische Kommunikation  
Fon: 05 21 / 155 – 30 21  
claus-carsten.andresen@oetker.com

Matthias Hanigk  
PR-Manager Pizza  
Fon: 05 21 / 155 – 29 98  
matthias.hanigk@oetker.com