



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



Der Markt für Lebensmittel allgemein in den USA

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / Februar 2025

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	4
Abkürzungsverzeichnis.....	5
1. Executive Summary	6
2. Einleitung.....	7
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	8
3.1 Länderkurzinformation.....	8
3.1.1 Wirtschaftslage	10
3.1.2 Außenhandel und Investitionsklima	11
3.1.3 Teilhabe an der Wohlfahrtsentwicklung	12
3.1.4 Zentren der Lebensmittelproduktion	13
4. Lebensmittel allgemein	14
4.1 Marktüberblick	14
4.1.1 Fleisch	16
4.1.2 Getreide	18
4.1.3 Obst und Gemüse	21
4.1.4 Milch und Milchprodukte	25
4.1.5 Verarbeitete Lebensmittel.....	29
4.1.6 Getränke	31
4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt.....	33
4.2.1 Erzeugerpreise	33
4.2.2 Importpreise	35
4.3 Distributionswege und Marktanteile	37
4.4 Deutschland als Handelspartner im US-Lebensmittelmarkt.....	40
4.5 Verbrauchsnachfrage und Trends	41
5. Rahmenbedingungen zum Import	44
5.1 Importbestimmungen, Zollverfahren und Umsatzsteuersätze	44
5.2 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte.....	45
5.3 Kennzeichnungsvorschriften	47
6. SWOT-Analyse	49
7. Adressmaterial	50
7.1 Fachmessen	50
7.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen.....	52
7.3 Lebensmitteleinzelhandel	55
7.4 Importeure.....	61

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: USA Karte	8
Abbildung 2: Anteile der Sektoren am BIP der USA	10
Abbildung 3: Umsatz der US-Nahrungsmittelindustrie 2022 nach Sparten in Mrd. USD.....	15
Abbildung 4: Produktion der US- Getreideindustrie im Jahr 2024	20
Abbildung 5: US- Obstproduktion in Mio. t im Jahr 2022	22
Abbildung 6: US- Gemüseproduktion in Mio. t im Jahr 2022	23
Abbildung 7: Milchkonsum in l pro Kopf in den USA 2012 – 2022	26
Abbildung 8: Umsatz im US-Milchproduktemarkt im Jahr 2024 in %.....	28
Abbildung 9: US-Umsatz in Mrd. EUR nach Kategorien für verarbeitete Lebensmittel	30
Abbildung 10: Aufteilung des US-Getränkemarktes in % im Jahr 2021	31
Abbildung 11: Erzeugerpreise USA 2015 – 2024.....	34
Abbildung 12: Importpreise USA 2025 – 2024.....	35
Abbildung 13: Umsatz im US-Lebensmittelhandel im Jahr 2023	37
Abbildung 14: US-Lebensmittelmarktanteil in % am jährlichen Gesamtumsatz im Jahr 2023.....	38
Abbildung 15: E-Commerce-Umsatz im US-Lebensmitteleinzelhandel	39

Abkürzungsverzeichnis

%	Prozent
BIP	Bruttoinlandsprodukt
CBP	Customs and Border Protection (US-Zoll- und Grenzschutz)
EU	Europäische Union
EUR	Euro
FDA	Food and Drug Administration (US-Behörde für Lebens- und Arzneimittel)
FSMA	Food Safety Modernization Act (Gesetz zur Regulierung der Lebensmittelproduktion)
FSIS	Food Safety and Inspection Service (US-Lebensmittelsicherheits- und Inspektionsbehörde)
g	Gramm
ha	Hektar
HTSUS	Harmonized Tariff Schedule of the United States (Harmonisierter Zolltarif der Vereinigten Staaten)
kg	Kilogramm
l	Liter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
u. a.	unter anderem
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
USD	US-Dollar
USDA	United States Department of Agriculture (US-Landwirtschaftsministerium)
USITC	U.S. International Trade Commission (US-Kommission für internationalen Handel)

1. Executive Summary

Mit einem Umsatz von über 763,6 Mrd. EUR im Jahr 2023 ist der US-Lebensmittelmarkt nach China der größte weltweit. Die Lebensmittel- und Getränkeindustrie treibt die US-Wirtschaft an. Wichtige Produktgruppen sind hier insbesondere Fleisch, Mais und verarbeitete Lebensmittel, die sowohl im Inland als auch international stark nachgefragt werden. Deutsche Hersteller profitieren von der Marktdimension und der Exportstärke der US-Lebensmittelindustrie. Discounter wie Lidl US LLC und Aldi Inc. steigerten kontinuierlich ihre Marktanteile und bieten somit deutschen Produzenten zusätzliche Vertriebsmöglichkeiten.

Die Fleischindustrie ist ein zentraler Sektor und deckt Großteile des US-Bedarfs. Verarbeitete Lebensmittel verzeichnen ein stetiges Umsatzwachstum und bilden die umsatzstärkste Sparte, getrieben durch eine hohe Nachfrage nach Convenience-Produkten, Knabberartikel und Süßwaren. Auch die Getreide-, Mais- und Sojaproduktion ist ein wichtiges Standbein der US-Landwirtschaft und deckt sowohl den Eigen- als auch den Exportbedarf. Die US-Bundesstaaten Kalifornien, Florida und Texas dominieren innerhalb der US-Obst- und Gemüseproduktion, können jedoch die nationale Nachfrage nicht vollständig decken, was Importchancen für deutsche Hersteller bietet. Der US-Markt für Milcherzeugnisse ist stabil, mit steigender Nachfrage nach verarbeiteten Produkten wie Käse und Joghurt, aber mit sinkender Nachfrage nach Kuhmilch. Der steigende Konsum von Milchersatzprodukten bietet ebenfalls Potenzial für deutsche Hersteller. Die Getränkeindustrie bleibt ein bedeutender Bereich und versorgt neben dem Inland auch den Weltmarkt, insbesondere mit Erfrischungsgetränken.

Ein wesentlicher Trend des US-Marktes ist das steigende Interesse der Konsumenten für nachhaltige und gesunde Produkte. Regionale und biologische Lebensmittel werden mehr und mehr bevorzugt, was eine Vielzahl an Innovationsmöglichkeiten und eine hohe Nachfrage nach Premiumprodukten schafft. Die Vertriebsstruktur wird durch Super- und Hypermärkte dominiert, wobei der Online-Lebensmittelverkauf ebenfalls eine größere Rolle spielt. Zudem relevant ist das durch die Preisinflation veränderte Kaufverhalten hinsichtlich kostengünstiger Produkte und Discounter-Supermärkten – wovon die deutschen Supermärkte Lidl US LLC und Aldi Inc. in den USA deutlich profitieren. Diese Entwicklungen öffnen deutschen Herstellern neue Möglichkeiten, um US-amerikanische Kunden auf verschiedenen Kanälen zu erreichen. Die Studie liefert deutschen Unternehmen eine fundierte Grundlage für strategische Entscheidungen und einen erfolgreichen Markteintritt in den US-amerikanischen Lebensmittelmarkt.

2. Einleitung

Diese Marktstudie analysiert den US-amerikanischen Lebensmittelsektor und untersucht zentrale Aspekte entlang der Wertschöpfungskette – von Anbau und Produktion bis hin zu Distribution und Export. Die Studie wurde im Februar 2025 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Ziel ist es, deutschen Unternehmen aus der Lebensmittelbranche einen umfassenden Überblick über Marktstrukturen, Potenziale und Chancen für einen erfolgreichen Markteinstieg in den USA zu bieten.

Im ersten Kapitel widmet sich die Untersuchung einer kompakten Länderanalyse und beschreibt die wirtschaftliche Situation der USA. Sie beleuchtet außerdem den Außenhandel, das Investitionsklima, die Verteilung des Wohlstands sowie bedeutende Zentren der Lebensmittelproduktion.

Im weiteren Verlauf stellt die Studie detaillierte Marktsegmente vor, darunter Fleisch, Getreide und Ölsaaten, Obst und Gemüse sowie verarbeitete Lebensmittel, Milchprodukte und Eier und abschließend Getränke. Dabei wird auch die Rolle der USA als Akteur in der globalen Lebensmittelproduktion analysiert. Besondere Aufmerksamkeit gilt den Distributionskanälen, die von Supermärkten, Fachgeschäften und zunehmend dem Online-Handel geprägt werden.

Darüber hinaus bietet die Studie einen umfassenden Einblick in aktuelle Markttrends, Konsumgewohnheiten und die Bedeutung der USA als wichtiger Exporteur von Lebensmitteln und Getränken. Gleichzeitig werden zentrale Herausforderungen wie die Preisempfindlichkeit der Verbraucher und die wachsende Wasserknappheit in der Landwirtschaft thematisiert. Ergänzend liefert die Analyse praxisnahe Informationen zu Importbestimmungen und Kennzeichnungsvorschriften, um Unternehmen die Markterschließung zu erleichtern.

Abschließend werden wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten aufgeführt, die deutsche Unternehmen bei der Markteintrittsstrategie unterstützen. Dazu zählen Fachmessen, Branchenverbände, Institutionen, öffentliche Einrichtungen und Importeure.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformation

Die USA sind flächenmäßig nach Russland und Kanada das drittgrößte Land der Welt. Im Norden grenzen sie an Kanada, im Süden an Mexiko, im Osten an den Atlantischen Ozean und im Westen an den Pazifischen Ozean. Das Land zeichnet sich durch eine beeindruckende Vielfalt an Klimazonen und Landschaftsformen aus.



Abbildung 1: USA Karte

Quelle: Vecteezy (2024): Detaillierte USA Karte und Umgebung Grenzen Kostenloser Vektor, [de.vecteezy.com](https://www.vecteezy.com)

Die USA setzen sich aus 50 Bundesstaaten und zwei assoziierten Territorien zusammen. Davon befinden sich 48 Bundesstaaten zusammenhängend auf dem nordamerikanischen Festland. Hawaii sowie die Territorien Puerto Rico und die Nördlichen Marianen liegen hingegen abseits des Festlandes. Alaska liegt im Norden und ist durch Kanada vom übrigen Staatsgebiet getrennt.¹

Mit rund 335 Mio. Einwohnern sind die USA das drittbevölkerungsreichste Land der Welt. Ein großer Teil der Bevölkerung lebt in urbanen Regionen, vor allem entlang der nordöstlichen Großen Seen, der Atlantikküste sowie der Pazifikküste im Westen. Etwa 83 %

¹ Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 10.12.2024

der US-Bevölkerung wohnen in Städten. Die zentralen Bundesstaaten hingegen sind deutlich dünner besiedelt.²

Die Metropolregion New York ist mit etwa 18,8 Mio. Einwohnern die bevölkerungsreichste in den USA. Los Angeles bildet mit rund 12,5 Mio. Menschen das zweitgrößte Ballungsgebiet des Landes. Weitere wichtige Metropolen sind Chicago mit etwa 8,8 Mio. Einwohnern, gefolgt von Houston (6,5 Mio.), Dallas (6,4 Mio.) und der US-Hauptstadt Washington, D.C., die rund 5,4 Mio. Menschen zählt.³

Die USA sind eine föderale Präsidialdemokratie, in der die Gewaltenteilung strikt zwischen Exekutive, Legislative und Judikative getrennt ist. Alle vier Jahre wählen die Bürgerinnen und Bürger den Präsidenten oder die Präsidentin der USA. Das politische System wird von zwei großen Parteien dominiert: den Republikanern und den Demokraten, die sowohl auf nationaler als auch auf bundesstaatlicher Ebene die meisten politischen Ämter innehaben. Seit dem 20. Januar 2025 ist Donald Trump von der republikanischen Partei erneut Präsident der USA. Die Rechtsordnung des Landes ist stark föderal organisiert, was bedeutet, dass die gesetzlichen Regelungen und Vorschriften je nach Bundesstaat unterschiedlich ausfallen können.⁴

Die USA sind bekannt für ihre große Landesfläche, den beachtlichen Absatzmarkt und für nationalen Wohlstand. Im weltweiten Vergleich zählen die US-amerikanischen Verbraucher zu den kaufkräftigsten der Welt. Mit einem nominalen Pro-Kopf-Einkommen von 73.600 USD im Jahr 2023 behaupten die USA ihre führende Position in der globalen Wirtschaft.⁵

Die USA bieten aufgrund ihrer hohen Kaufkraft und kulturellen Vielfalt, die durch jahrzehntelange Einwanderung geprägt wurde, einen facettenreichen Markt für Lebensmittel. Die Konsumgewohnheiten in den urbanen Regionen sind stark von der vielfältigen ethnischen Herkunft und den regionalen Einkommensverhältnissen geprägt: Im Nordosten sind vor allem europäisch inspirierte Produkte beliebt, während der Südwesten stärker von der hispanischen Küche beeinflusst ist. Diese regionalen Besonderheiten sorgen für eine breite Produktpalette, die die kulturelle und wirtschaftliche Diversität des Landes widerspiegelt. Zudem spielen Familie und Gemeinschaft im Alltag der US-Amerikaner eine bedeutende Rolle. Mahlzeiten wie Frühstück und Abendessen werden häufig gemeinsam eingenommen, insbesondere in ländlichen Gebieten des Mittleren Westens und Südens.

² Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 26.11.2024

³ Ebenda.

⁴ Ebenda.

⁵ Ebenda.

Hier beeinflusst auch der ausgeprägte Nationalstolz das Konsumverhalten: Rund 70 % der Bevölkerung legen großen Wert auf Produkte, die „Made in USA“ sind.⁶

In den USA wächst das Bewusstsein der Konsumenten für eine gesunde Ernährung zunehmend. Obwohl Bio-Produkte im Vergleich zu konventionellen Lebensmitteln oft höhere Preise haben, tragen spezialisierte Einzelhändler wie Whole Foods Market Inc. dazu bei, diese für viele zugänglicher zu machen. Gleichzeitig wächst die Sorge in der Bevölkerung hinsichtlich gentechnisch veränderter Lebensmittel und schädlicher Chemikalien. Dies verstärkt das Interesse an einer gesunden, nachhaltigen und umweltbewussten Ernährung.⁷

3.1.1 Wirtschaftslage

Die USA stellen die größte Volkswirtschaft der Welt dar. Im Jahr 2023 belief sich das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) auf etwa 27,4 Mrd. USD, bei einem realen Wachstum von 2,5 %. Für das Jahr 2024 wird ein Wachstum von 2,6 % bestimmt.⁸ Das reale BIP pro Kopf lag 2023 bei rund 82.000 USD. Diese Zahlen verdeutlichen die zentrale wirtschaftliche Rolle der USA im globalen Vergleich.⁹

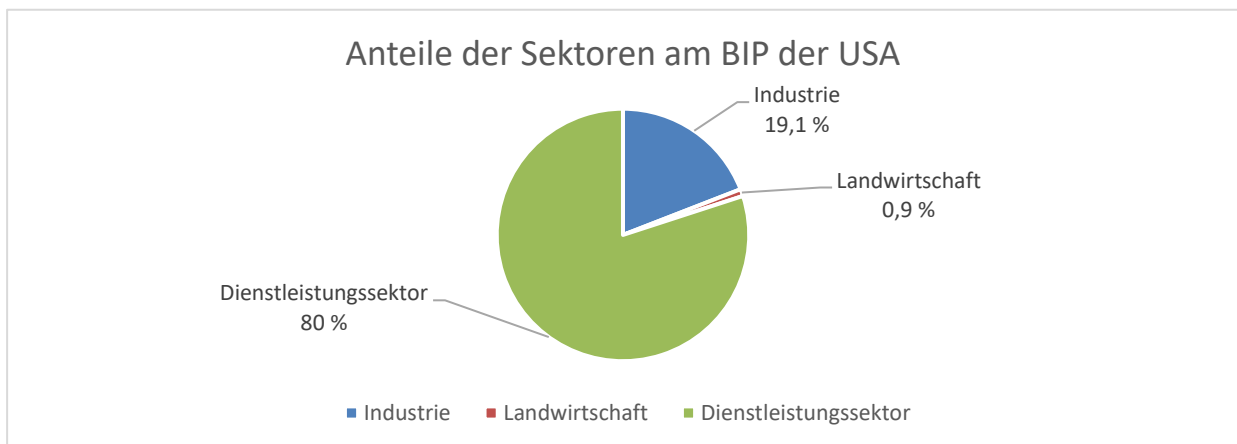


Abbildung 2: Anteile der Sektoren am BIP der USA

Quelle: Central Intelligence Agency (2024): www.cia.gov

Der Dienstleistungssektor dominiert die US-Wirtschaft und trägt mit 80 % zur gesamten Wirtschaftsleistung bei. Die Industrie macht 19,1 % des BIP aus, während die Landwirtschaft mit lediglich 0,9 % einen sehr kleinen Anteil hat.¹⁰ Die US-Wirtschaft ist breit aufgestellt und zählt zu den leistungsfähigsten weltweit. Besonders hervorzuheben ist die führende Position der USA in den Bereichen Technologie, Innovation und IT. Weitere bedeutende

⁶ USDA (2021): Food Consumption. www.ers.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

⁷ Ebenda.

⁸ World Bank Group (2024): United States. data.worldbank.org, zuletzt aufgerufen am 09.12.2024

⁹ International Monetary Fund (2024): The Global Economy in a Sticky Spot. www.imf.org, zuletzt aufgerufen am 29.07.2024

¹⁰ Ebenda.

Wirtschaftszweige sind Telekommunikation, Luft- und Raumfahrt sowie die Produktion von elektronischen Geräten. Auch die Erdölindustrie, die Stahlproduktion, die chemische Industrie, die Holzverarbeitung und die Konsumgüterherstellung spielen eine wichtige Rolle.¹¹

Die USA zeichnen sich durch ein unternehmerfreundliches Umfeld mit minimalen Beschränkungen für Investoren aus. Neben China besitzen sie den größten nationalen Binnenmarkt weltweit, was Investitionen in einem stabilen und attraktiven Umfeld begünstigt. Der US-Arbeitsmarkt ist äußerst flexibel, sodass Unternehmen schnell auf veränderte Marktbedingungen reagieren können. Darüber hinaus verfügen die USA über eine ausgezeichnete Kreditwürdigkeit, die zusätzliche Sicherheit für Investitionen bietet.¹²

3.1.2 Außenhandel und Investitionsklima

Die USA bieten ein investitionsfreundliches Umfeld, unterstützt durch ihre hochentwickelte Infrastruktur, die für internationale Unternehmen besonders attraktiv ist. Mit zahlreichen Freihandelsabkommen, wie dem USA-Mexiko-Kanada-Abkommen, ermöglichen die USA den Zugang zu bedeutenden Märkten in Nordamerika. Zudem sorgt ein transparentes rechtliches und regulatorisches System für stabile Rahmenbedingungen, die Investitionen fördern.¹³

Die Lebensmittelindustrie der USA gehört zu den bedeutendsten Wirtschaftssektoren und spielt eine zentrale Rolle im weltweiten Handel. Das Land zählt zu den führenden Produzenten von Getreide, Fleischprodukten und verarbeiteten Lebensmitteln, die in großen Mengen exportiert werden. Im Jahr 2023 erreichten die US-amerikanischen Agrar- und Lebensmittel-Exporte einen Wert von rund 174 Mrd. USD. Zu den wichtigsten Exportgütern gehören Getreide, Futtermittel, Sojabohnen sowie Viehzucht- und Gartenbauprodukte.¹⁴ Diese Branche ist für Investoren attraktiv, da sie aufgrund moderner Verarbeitungsanlagen und verlässlicher Lieferketten eine solide Grundlage für stabile Wachstumschancen bietet.

Investitionen in die US-amerikanische Lebensmittelindustrie profitieren von etablierten Handelsnetzwerken und vielfältigen Förderprogrammen, die nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken unterstützen. Das US-Landwirtschaftsministerium (USDA) unterstützt über das National Institute of Food and Agriculture diverse Projekte zur Stärkung der Landwirtschaft.¹⁵

¹¹ OEC (2023): Economic Complexity: World. www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024

¹² Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

¹³ Bpb (2024): Made in America. bpb.de, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

¹⁴ USDA (2023): U.S. Agriculture Trade at a Glance. usda.gov, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

¹⁵ USDA (2024): Funding Opportunity: usda.gov, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

Die zunehmende Ausrichtung der USA auf Nachhaltigkeit und die Expansion im Bereich biologischer Lebensmittel bieten zusätzliche Anreize für Investoren. Im Jahr 2022 erreichten die Verkäufe von Bio-Lebensmitteln in den USA 61,67 Mrd. USD, was einem Wachstum von 4,3 % gegenüber dem Vorjahr 2021 entspricht. Diese Entwicklungen stärken das Wachstumspotenzial der Branche und festigen die Position der USA als bedeutenden Produzenten nachhaltiger Lebensmittel.¹⁶

3.1.3 Teilhabe an der Wohlfahrtsentwicklung

Die USA zählen zu den wohlhabendsten Nationen der Welt, und die Lebensmittelindustrie beteiligt sich mit der Schaffung von Arbeitsplätzen an der Teilhabe der Bevölkerung an der Wohlfahrtsentwicklung. Im Jahr 2023 trugen Landwirtschaft, Lebensmittel und verwandte Industrien etwa 5,6 % zum BIP der USA bei, was rund 1.530 Mrd. USD entspricht. Dabei steuerte die landwirtschaftliche Produktion selbst 203,5 Mrd. USD bei, was etwa 0,7 % des BIP ausmacht.¹⁷ In Bezug auf die Beschäftigung waren im Jahr 2022 etwa 22,1 Mio. Arbeitsplätze direkt oder indirekt mit dem Agrar- und Lebensmittelsektor verbunden, was 10,4 % der gesamten Beschäftigung in den USA entspricht. Davon entfielen etwa 2,6 Mio. Arbeitsplätze direkt auf landwirtschaftliche Betriebe, während die restlichen 19,6 Mio. Arbeitsplätze in verwandten Industrien wie Lebensmittelservices und im Getränkehandel angesiedelt waren. Die durchschnittlichen Lohnkosten variieren je nach Position und Region erheblich. Im Jahr 2022 lag der durchschnittliche Stundenlohn im Einzelhandel bei etwa 21,00 USD.¹⁸

Die Wohlfahrtsentwicklung zeigt sich auch in der Verfügbarkeit von Lebensmitteln. In den USA sind Grundnahrungsmittel durch effiziente Produktionsmethoden und eine hohe Marktkonkurrenz vergleichsweise erschwinglich. Nichtsdestotrotz sind Lebensmitteleinkäufe in den USA im Durchschnitt 30 % teurer als in Deutschland. Dies variiert jedoch nach Produktkategorie und Wechselkurs.¹⁹ Subventionen und Förderprogramme wie das Supplemental Nutrition Assistance Program unterstützen einkommensschwache Haushalte dabei, Zugang zu Lebensmitteln zu erhalten und am wirtschaftlichen Erfolg teilzuhaben.²⁰ Trotz der Erfolge bleibt die Teilhabe an der Wohlfahrtsentwicklung nicht frei von Herausforderungen. Einkommensungleichheiten und der Zugang zu gesunden Lebensmitteln in einkommensschwachen Gemeinden sind weiterhin Problemfelder.²¹

¹⁶ LETIS (2024): Unstoppable Growth: The U.S. Organic Market: letis.org, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

¹⁷ USDA (2024): Ag and Food Sectors and the Economy: usda.gov, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

¹⁸ Ebenda.

¹⁹ T-online (2024): Dieses Produkt ist für Amerikaner echter Luxus: t-online.de, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

²⁰ USDA (2024): Key Statistics and Research: usda.gov, zuletzt aufgerufen am 02.12.2024

²¹ Ebenda.

3.1.4 Zentren der Lebensmittelproduktion

Die Landwirtschaft in den USA gewährt mit ihrer hohen Eigenproduktion eine breite Palette an Agrarprodukten und Lebensmitteln. Dank des fruchtbaren Bodens und der vorteilhaften klimatischen Bedingungen kann das Land große Mengen an Nahrungsmitteln herstellen. Rund 40 % der gesamten Landfläche, etwa 915 Mio. ha, werden landwirtschaftlich genutzt, wovon etwa 42,6 % auf Ackerland und 45,4 % auf Dauerweiden entfallen. Durch technologische Fortschritte und erhebliche Investitionen konnte die Effizienz der US-Landwirte deutlich gesteigert werden, wodurch sie zu den produktivsten weltweit zählen.²²

Die Lebensmittelverarbeitungsindustrie in den USA ist ein zentraler Wirtschaftszweig und umfasst über 36.500 Betriebe. Kalifornien steht mit 5.731 Betrieben an der Spitze, gefolgt von New York mit 2.573 und Texas mit 2.273 Betrieben. Fusionen und Übernahmen sind in diesem Sektor an der Tagesordnung, was dazu beigetragen hat, dass große Unternehmen den Markt dominieren. Der Gesamtwert der Branche wird auf etwa 450 Mrd. EUR geschätzt.²³

Mehr als die Hälfte der Einnahmen im landwirtschaftlichen Sektor wird durch die Tierproduktion erwirtschaftet. Diese Voraussetzungen erlauben es den USA, den Bedarf an landwirtschaftlichen Produkten in zahlreichen Bereichen nahezu vollständig aus eigener Produktion zu decken und gleichzeitig einen Überschuss im Agrarhandel zu erzielen. Dieser Überschuss, der sich auch bei Lebensmitteln und Getränken zeigt, gewährleistet niedrige Preise der heimischen Produkte. Diese erschwingliche Verfügbarkeit unterstützt einen hohen Konsum, wodurch die Bevölkerung der USA weltweit zu den Spitzenreitern beim Pro-Kopf-Verbrauch zählt. Alabama weist hierbei die höchsten Verbrauchswerte pro Kopf auf, während Vermont im Vergleich das niedrigste Konsumniveau verzeichnet.²⁴

²² Steiner, Olson, Boggess, Farrigan, & Grusak (2018): AGRICULTURE AND RURAL COMMUNITIES: www.nca2018.globalchange.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

²³ USDA (2021): Food and beverage manufacturing. <https://www.ers.usda.gov/>, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

²⁴ Steiner, Olson, Boggess, Farrigan, & Grusak (2018): AGRICULTURE AND RURAL COMMUNITIES: www.nca2018.globalchange.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

4. Lebensmittel allgemein

4.1 Marktüberblick

Der US-amerikanische Lebensmittelmarkt positioniert sich als zweitgrößter Lebensmittelmarkt weltweit, hinter China. Im Jahr 2024 wird ein Umsatz von etwa 763,6 Mrd. EUR erreicht (ca. 940,2 Mrd. USD). Laut Prognosen soll das Marktvolumen bis 2029 auf 922,9 Mrd. EUR ansteigen, was einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 3,86 % entspricht. Umgerechnet auf die Bevölkerung werden im Jahr 2024 etwa 2.211 EUR pro Kopf im Lebensmittelmarkt umgesetzt. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch liegt dabei voraussichtlich bei 483,0 kg. Diese Zahlen verdeutlichen die enorme Bedeutung des US-Lebensmittelmarktes sowohl in Bezug auf das Volumen als auch den Konsum pro Person.²⁵

Im Jahr 2023 exportierte die amerikanische Agrar- und Lebensmittelindustrie Produkte im Wert von rund 185,3 Mrd. USD, womit die USA ihre Position als weltweit größter Exporteur in diesem Bereich festigten. Lebensmittel allein trugen im Jahr 2022 mit einem Exportwert von 55,1 Mrd. USD wesentlich zu diesem Erfolg bei. Damit waren sie das zehntwichtigste Exportgut der USA. Die Hauptabnehmer für US-amerikanische Lebensmittelexporte waren Kanada, das Waren im Wert von 16,1 Mrd. USD importierte, sowie Mexiko mit 6,62 Mrd. USD. Weitere bedeutende Exportmärkte waren Südkorea (2,69 Mrd. USD), Japan (2,36 Mrd. USD) und China (2,11 Mrd. USD). Diese Zahlen verdeutlichen die zentrale Rolle der USA im globalen Lebensmittelsektor. Zudem sind die USA auch der weltweit größte Importeur von Lebensmitteln. Im Jahr 2022 importierten die USA Lebensmittel im Wert von 97,3 Mrd. USD, was Lebensmitteln den Rang des zehntwichtigsten Importguts sicherte. Die wichtigsten Lieferländer für Lebensmitteleinfuhren waren Mexiko und Kanada, die jeweils ein Volumen von 18,4 Mrd. USD erreichten. Frankreich (6,36 Mrd. USD), Italien (5,31 Mrd. USD) und Singapur (4,14 Mrd. USD) zählen ebenfalls zu den bedeutenden Handelspartnern der USA.²⁶

Die Landwirtschaft in den USA profitiert von vielfältigen Klimazonen, die den Anbau einer breiten Palette von Obst- und Gemüsesorten ermöglichen. Besonders die Bundesstaaten Kalifornien, Florida und Texas sind für ihre umfangreiche Produktion von Obst und Gemüse bekannt. Kalifornien beispielsweise liefert einen bedeutenden Anteil der landesweiten Ernte von Mandeln, Trauben und Tomaten.²⁷

²⁵ Statista (2024): Lebensmittel USA: de.statista.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

²⁶ OEC (2022): Foodstuffs in United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

²⁷ EPA (2024): Climate Change Impacts on Agriculture and Food Supply: epa.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Die Viehzucht spielt ebenfalls eine zentrale Rolle in der US-amerikanischen Agrarwirtschaft. Die Rinderhaltung, die weltweit die größte ist, konzentriert sich vor allem auf die Bundesstaaten Texas, Nebraska und Kansas. Schweinefleisch wird hauptsächlich in Iowa, Minnesota und North Carolina produziert, während die Geflügelindustrie in Georgia, Arkansas und Alabama stark vertreten ist.²⁸

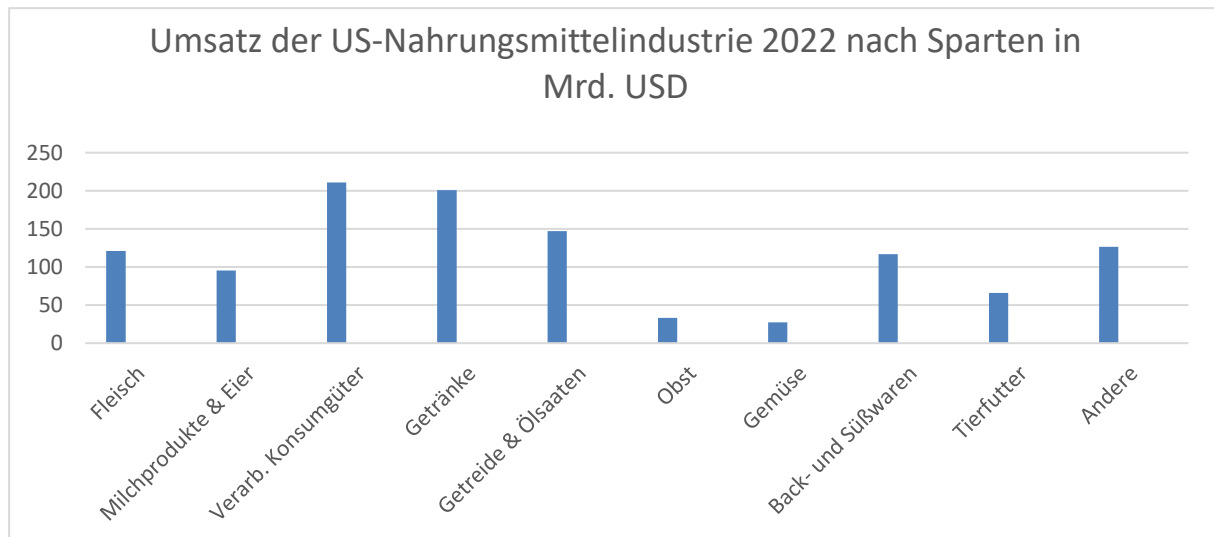


Abbildung 3: Umsatz der US-Nahrungsmittelindustrie 2022 nach Sparten in Mrd. USD

Quelle: GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: gtai.de

Die vorliegenden Daten in Abbildung 3 geben einen Überblick über die Umsätze verschiedener Warengruppen in Mrd. EUR im Jahr 2022. Verarbeitete Lebensmittel verzeichnen mit 210,7 Mrd. EUR den höchsten Umsatz, gefolgt von Getränken mit 200,7 Mrd. EUR. Getreide und Ölsaaten erzielten ebenfalls einen bedeutenden Umsatz von 146,9 Mrd. EUR. Im Bereich der Lebensmittel weist Fleisch einen Umsatz von 120,8 Mrd. EUR auf, während Back- und Süßwaren einen Umsatz von 116,7 Mrd. EUR erzielen. Milchprodukte und Eier folgen mit 95,38 Mrd. EUR, während Tierfutter auf einen Umsatz von 65,9 Mrd. EUR kommt. Die Kategorien Obst und Gemüse tragen mit 33,17 Mrd. EUR bzw. 27,35 Mrd. EUR zur Umsatzstruktur bei. Schließlich wird die Kategorie „Andere“ mit einem Umsatz von 126,6 Mrd. EUR ausgewiesen. Diese Zahlen verdeutlichen die wirtschaftliche Bedeutung der verschiedenen Warengruppen innerhalb der Branche.²⁹

Der US-amerikanische Lebensmittelmarkt wird von großen Unternehmen dominiert, die sowohl den Einzelhandel als auch die Produktion prägen. Zu den führenden Unternehmen zählen Walmart Inc., Kroger Inc. und Costco Wholesale Corporation. In der Produktion spielen Konzerne wie Tyson Foods Inc., Cargill Incorporated und PepsiCo Inc. eine zentrale

²⁸ USDA (2023): Sector at a Glance: usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

²⁹ GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Rolle, die sowohl in der Fleisch- und Agrarproduktion als auch im Bereich verarbeiteter Lebensmittel und Getränke führend sind. Diese Unternehmen bestimmen maßgeblich die Struktur und Dynamik des US-amerikanischen Lebensmittelmarktes.³⁰

4.1.1 Fleisch

Die Fleischindustrie ist einer der bedeutendsten Sektoren der Lebensmittelindustrie in den USA und trägt mit einem Umsatz von 120,8 Mrd. EUR sowie der damit verbundenen Wertschöpfungskette bis zu 2 % zum US-BIP bei. Laut Prognose wird im Jahr 2029 ein Marktvolumen von 147,4 Mrd. EUR erreicht; was einem jährlichen Umsatzwachstum von 4,06 % entspricht.³¹ 2022 lag der Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch in den USA bei 122,9 kg.³² Damit ist die Fleischindustrie der USA sowohl für die Selbstversorgung als auch für den Export relevant. Sie teilt sich in vier Hauptsegmente auf: Geflügel, Schwein, Rind und weitere, wie Lamm, Pferd sowie Wild.

Die Rind- und Kalbfleischindustrie erzielte 2024 einen Umsatz von etwa 35,29 Mrd. EUR. Die Marktprognosen zeigen, dass der Konsum von rotem Fleisch (Rind-, Schweine-, und Wildfleisch) in den USA in den folgenden Jahren steigen soll und ein Wachstum von bis zu 4 % bis 2029 erreichen wird.³³ Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch im Bereich Rind- und Kalbfleisch belief sich im Jahr 2022 auf 38,0 kg. In Deutschland waren es im selben Jahr 14,1 kg pro Kopf.³⁴ Die US-Rindfleischindustrie hat zudem eine starke Relevanz für den Exportmarkt. Im Jahr 2022 exportierten die USA Rindfleisch im Wert von 4,32 Mrd. USD und waren damit der weltweit größte Exporteur von Rindfleisch. Im selben Jahr belegte Rindfleisch den 85. Platz unter den am häufigsten exportierten Produkten der USA. Die Hauptabnehmer für US-amerikanisches Rindfleisch waren Japan (1,05 Mrd. USD), Südkorea (934 Mio. USD), Mexiko (623 Mio. USD), Kanada (571 Mio. USD) und Taiwan (394 Mio. USD).³⁵ Im Jahr 2022 importierten die USA Rindfleisch im Wert von 4,85 Mrd. USD und waren damit zudem auch der weltweit größte Importeur von Rindfleisch. Laut Analysten dominieren vier große Unternehmen – Tyson Foods Inc., Cargill Inc., National Beef Packing Company LLC und JBS USA Holdings Inc. – etwa 85 % des US-amerikanischen Rindfleischmarktes und erwirtschaften über 90 % des Gesamtumsatzes in diesem Segment.³⁶

Die Schweinefleischindustrie erzielte 2024 einen Umsatz von 16,26 Mrd. EUR. In den Prognosen bis zum Jahr 2029 wird ein jährliches Umsatzwachstum des Marktes um mehr als

³⁰ Statista (2024): Foodumsatz der führenden Unternehmen in der Lebensmittelindustrie in Nordamerika in den Jahren 2022 und 2023: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

³¹ Statista (2024): Fleisch – USA: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

³² Statistisches Bundesamt (2024): Globale Tierhaltung, Fleischproduktion und Fleischkonsum: www.destatis.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

³³ Statista (2024): Rind- & Kalbsfleisch – USA: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

³⁴ Statistisches Bundesamt (2024): Globale Tierhaltung, Fleischproduktion und Fleischkonsum: www.destatis.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

³⁵ OEC (2024): Bovine Meat in United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

³⁶ GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

5 % erwartet, was die steigende Relevanz von Schweinefleisch für den US-Markt unterstreicht. Umgerechnet auf die Bevölkerungszahl wurden in diesem Markt im Jahr 2022 etwa 29,9 kg pro Kopf umgesetzt. Im Vergleich dazu wurden in Deutschland 2022 39,0 kg Schweinefleisch pro Kopf verzehrt.³⁷ Im Jahr 2022 exportierten die USA Schweinefleisch im Wert von 5,38 Mrd. USD und waren damit nach Spanien der zweitgrößte Exporteur von Schweinefleisch weltweit. Damit belegte Schweinefleisch den 66. Platz unter den am häufigsten exportierten Produkten der USA. Die wichtigsten Abnehmer für US-amerikanisches Schweinefleisch waren Mexiko (1,86 Mrd. USD), Japan (1,04 Mrd. USD), Südkorea (540 Mio. USD), China (526 Mio. USD) und Kanada (387 Mio. USD). Gleichzeitig importierten die USA im Jahr 2022 Schweinefleisch im Wert von 1,75 Mrd. USD und waren damit der sechstgrößte Importeur von Schweinefleisch weltweit. Die Hauptlieferländer für importiertes Schweinefleisch waren Kanada (1,12 Mrd. USD), Dänemark (162 Mio. USD), Mexiko (153 Mio. USD), Polen (64,6 Mio. USD) und Brasilien (62,8 Mio. USD).³⁸ Im Schweinefleischmarkt halten die größten vier Unternehmen WH Group, Hormel, JBS USA Holdings Inc. und Tyson Foods Inc. gemeinsam einen Marktanteil von 67 % und bestimmen somit maßgeblich den US-Schweinefleischmarkt.³⁹

Die US-amerikanische Geflügelindustrie erwirtschaftet im Jahr 2024 einen Betrag von 27,74 Mrd. EUR. Auch auf diesem Markt ist bis zum Jahr 2029 ein Wachstum von bis zu 4 % prognostiziert. Umgerechnet auf die Bevölkerungszahl wurden in diesem Markt im Jahr 2022 eine Summe von 53,5 kg pro Kopf umgesetzt. In Deutschland waren dies im selben Jahr 16,5 kg pro Kopf.⁴⁰ Im Jahr 2022 exportierten die USA Geflügelfleisch im Wert von 293 Mio. USD und belegten damit den dritten Platz unter den weltweit größten Exporteuren von Geflügelfleisch. Innerhalb der US-Exportstatistik rangierte Geflügelfleisch im selben Jahr auf Platz 507 der am häufigsten ausgeführten Produkte. Die wichtigsten Absatzmärkte für amerikanisches Geflügelfleisch waren Kanada (80 Mio. USD), Indonesien (31,8 Mio. USD), Mexiko (28,4 Mio. USD), die Philippinen (17,2 Mio. USD) und China (14,7 Mio. USD). Auf der Importseite beliefen sich die US-Einfuhren von Geflügelfleisch im Jahr 2022 auf 43,8 Mio. USD. Damit gehörten die USA zu den zwölf größten Geflügelfleischimporteuren weltweit.⁴¹ Der Geflügelmarkt in den USA wird von einigen wenigen großen Unternehmen dominiert. Die fünf größten Akteure – Cargill Inc., Hormel Foods Corporation, JBS S.A., Sysco Corporation und Tyson Foods Inc. – kontrollieren zusammen etwa 69,5 % des Marktes.⁴²

³⁷ Statistisches Bundesamt (2024): Globale Tierhaltung, Fleischproduktion und Fleischkonsum: www.destatis.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

³⁸ OEC (2024): Pig Meat in United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

³⁹ GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁴⁰ Statistisches Bundesamt (2024): Globale Tierhaltung, Fleischproduktion und Fleischkonsum: www.destatis.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

⁴¹ OEC (2024): Poultry in United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁴² MordorIntelligence (2024): Geflügelfleischmarkt in den Vereinigten Staaten. Größen und Anteilsanalyse: mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Auch die Industrie um Fleischersatzprodukte ist in den USA großflächig vertreten und erwirtschaftet im Jahr 2024 einen Gesamtumsatz von 1,28 Mrd. EUR.⁴³ Das Wachstumspotenzial dieses Segments ist groß, jedoch schätzen Experten, nach einem enormen Zuwachs dieses Marktes während der COVID-19-Pandemie, die aktuellen Marktwachstumschancen auf weniger als 2 % jährlich. Allerdings wurden im Jahr 2023 in den USA die Genehmigungen für den Verkauf von Labor-Fleisch erteilt – einem aus tierischem Protein bestehenden Produkt, das unabhängig von lebenden Tieren in Laboren produziert werden kann. Somit präsentiert sich die US-Fleischindustrie trotz ihres vorwiegenden Fokus auf Rindfleisch und Geflügelfleisch auch zukunftsorientiert und produktoffen.⁴⁴

Der US-amerikanische Fleischmarkt bietet deutschen Unternehmen erhebliche Potenziale, insbesondere im Bereich hochwertiger Fleisch- und Wurstwaren. Mit einem jährlichen Pro-Kopf-Fleischkonsum von etwa 126 kg zählten die USA zu den größten Fleischmärkten weltweit. Besonders die Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Schweinefleisch und verarbeiteten Fleischprodukten wächst, was deutschen Exporteuren attraktive Chancen eröffnet. Deutsche Unternehmen genießen in den USA einen hervorragenden Ruf für Qualität, traditionelle Handwerkskunst und innovative Produktionsmethoden, was ein entscheidender Wettbewerbsvorteil auf diesem stark umkämpften Markt darstellt. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an nachhaltige und umweltfreundliche Produktionsweisen. Dadurch können deutsche Hersteller mit Bio-Fleisch und zertifizierten Produkten verstärkt punkten. Zudem wächst das Interesse an „Clean Label“-Produkten und fleischlosen Alternativen, wodurch sich weitere Möglichkeiten für Produzenten ergeben, die auf natürliche Zutaten und transparente Herstellungsverfahren setzen. Durch gezielte Markteintrittsstrategien, enge Kooperationen mit lokalen Händlern und die Fokussierung auf Premium- und Nischenmärkte können deutsche Unternehmen langfristig erfolgreich am US-Fleischmarkt partizipieren.⁴⁵

4.1.2 Getreide

Die Getreideproduktion in den USA spielt eine zentrale Rolle in der Landwirtschaft und umfasst eine Anbaufläche von etwa 140 Mio. ha. Der Sektor ist nicht nur für die nationale Versorgung mit Nahrungs- und Futtermitteln von Bedeutung, sondern auch für den globalen Exportmarkt, da die USA zu den größten Getreideexporteuren weltweit zählen. Die wichtigsten Getreidesorten sind Mais, Weizen und Soja, wobei Mais die größte Anbaufläche einnimmt. Die Bruttowertschöpfung im Bereich Getreide wird im Jahr 2024 etwa 146,9 Mrd. EUR betragen, wobei ein jährliches Wachstum von bis zu 7,5 % erwartet wird.⁴⁶

⁴³ Statista (2024): Fleischersatzprodukte – USA: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁴⁴ Tagesschau (2023): USA genehmigen Verkauf von Labor-Fleisch: [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁴⁵ GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: [gtai.de](https://www.gtai.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁴⁶ Statista (2024): Getreide – USA: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Die USA produzieren jährlich etwa 380 Mio. t Mais, der vor allem für Tierfutter, industrielle Anwendungen und die Herstellung von Bioethanol verwendet wird. Im Jahr 2022 exportierten die USA Mais im Wert von 19,3 Mrd. USD und waren damit der größte Maisexporteur der Welt. Somit macht Mais 66 % der US-Getreideproduktion aus. Im selben Jahr war Mais das 20. meistexportierte Produkt der USA. Die wichtigsten Abnehmerländer für Maisexporte aus den USA waren China (5,26 Mrd. USD), Mexiko (4,8 Mrd. USD), Japan (3,26 Mrd. USD), Kanada (1,46 Mrd. USD) und Kolumbien (1,04 Mrd. USD). Im Jahr 2023 importierten die USA Mais im Wert von 424 Mio. USD und waren damit der 28.-größte Maisimporteur weltweit. Die USA beziehen Mais hauptsächlich aus Kanada (238 Mio. USD), Chile (54 Mio. USD), Argentinien (45,4 Mio. USD), Brasilien (33 Mio. USD) und der Türkei (17,1 Mio. USD).⁴⁷

Weizen ist ebenfalls ein bedeutendes Produkt, mit einer jährlichen Produktion von rund 45 Mio. t, das sowohl für den Inlandsverbrauch als auch für den Export bestimmt ist. Damit trägt Weizen mit 8 % zur US-Getreideproduktion bei. Im Jahr 2022 exportierten die USA Weizen im Wert von 9,21 Mrd. USD und waren damit der zweitgrößte Weizenexporteur der Welt. Weizen war im selben Jahr das 31. meistexportierte Produkt der USA. Die wichtigsten Abnehmerländer für Weizenexporte aus den USA waren Mexiko (1,33 Mrd. USD), Japan (956 Mio. USD), die Philippinen (950 Mio. USD), Äthiopien (626 Mio. USD) und Südkorea (507 Mio. USD). Im Jahr 2023 importierten die USA Weizen im Wert von 898 Mio. USD und waren damit der 20.-größte Weizenimporteur weltweit. Die USA beziehen Weizen hauptsächlich aus Kanada (762 Mio. USD), Polen (73,3 Mio. USD), Deutschland (34 Mio. USD), Frankreich (12,6 Mio. USD) und Argentinien (7,06 Mio. USD).⁴⁸

Die Sojaproduktion ist in den USA mit einer Anbaufläche von 34,94 Mio. ha und einer Produktionsmenge von 121,1 Mio. t stark vertreten. Sie stellt damit 21 % der US-Getreideproduktion. Damit sind die USA nach Brasilien der zweitgrößte Sojabohnenproduzent der Welt. Die wichtigsten Abnehmerländer für Sojabohnenexporte aus den USA waren China (18 Mrd. USD), Mexiko (3,64 Mrd. USD), Ägypten (1,97 Mrd. USD), Japan (1,82 Mrd. USD) und Deutschland (1,4 Mrd. USD). Im Jahr 2023 importierten die USA Sojabohnen im Wert von 510 Mio. USD und waren damit der 22.-größte Sojabohnenimporteur weltweit. Die USA beziehen Sojabohnen hauptsächlich aus Brasilien

⁴⁷ OEC (2024): Corn in the United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁴⁸ OEC (2024): Wheat in United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

(215 Mio. USD), Kanada (80,3 Mio. USD), Argentinien (64,9 Mio. USD), der Türkei (35,9 Mio. USD) und Ghana (31,1 Mio. USD).⁴⁹

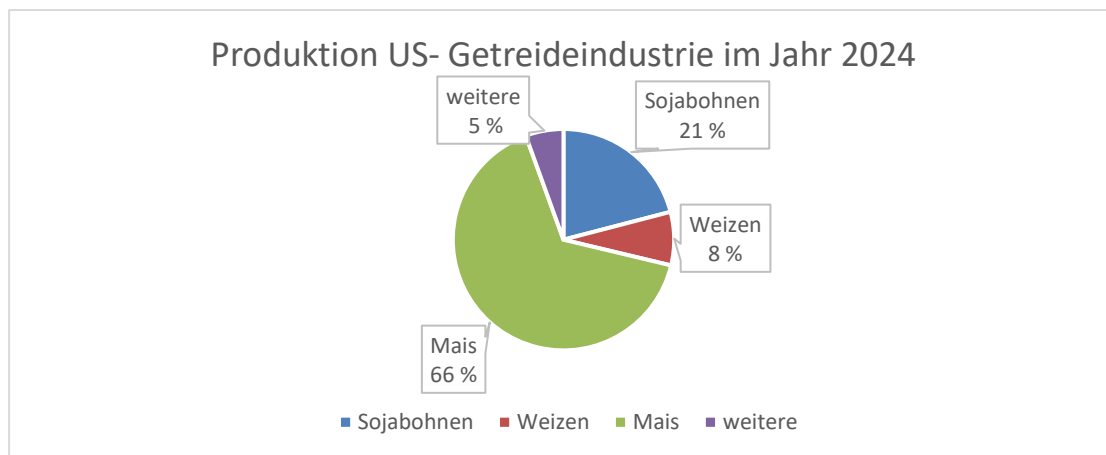


Abbildung 4: Produktion der US- Getreideindustrie im Jahr 2024

Quelle: Statista (2024): Getreide - USA

In den USA dominieren große Unternehmen wie Archer Daniels Midland Company, Cargill Inc. und Bunge Limited die Produktion und den Handel von Mais, Soja und Weizen. Diese Firmen spielen eine zentrale Rolle in der Beschaffung, Verarbeitung und im Export von Agrarrohstoffen. Auch internationale Akteure wie die Bayer AG sind durch die Übernahme von Monsanto bedeutend im Bereich Saatgut vertreten. Der Agrarsektor ist hoch mechanisiert und profitiert von einer fortschrittlichen Infrastruktur sowie modernen Anbaumethoden. Ein Großteil der Anbauflächen liegt im Mittleren Westen, insbesondere in Iowa, Illinois und Nebraska, die für Mais und Soja bekannt sind. Weizen wird vor allem in den Great Plains, einschließlich Kansas und North Dakota, angebaut. Trotz seiner Stärke steht der US-amerikanische Getreidesektor vor Herausforderungen wie Klimawandel, Wasserknappheit und steigenden Produktionskosten.⁵⁰

Der US-Markt für Getreide bietet deutschen Unternehmen attraktive Chancen. Trotz hoher Eigenproduktion importierten die USA 2023 im Wert von 898 Mio. USD Weizen, 424 Mio. USD Mais und 510 Mio. USD Sojabohnen. Wachsendes Interesse an hochwertigen, nachhaltig produzierten Getreide- und Ölsaaten eröffnet Potenzial für deutsche Anbieter von Bio- und Spezialprodukten. Die steigende Wasserknappheit in den USA verlangt eine langfristige Anpassung der Landwirtschaft, was Chancen für deutsche Unternehmen in dem Feld bietet und auch die Exportchancen für Getreide erhöht. Zudem steigt die Nachfrage nach innovativen Technologien in Saatgutverarbeitung und Agrartechnik. Auch der Markt für pflanzliche Proteine wächst, wodurch sich Chancen für verarbeitete Getreideprodukte und

⁴⁹ OEC (2024): Sojabeans in United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁵⁰ Statista (2024): Getreide – USA: statista.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

ergeben. Durch eine strategische Positionierung in den Bereichen Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation können deutsche Unternehmen langfristig erfolgreich in den USA agieren.⁵¹

4.1.3 Obst und Gemüse

Die Obstproduktion in den USA spielt eine bedeutende Rolle innerhalb der Landwirtschaft und liefert wichtige Beiträge zur heimischen Versorgung und zum Exportmarkt. Laut des offiziellen Zensus der Landwirtschaft von 2022 des USDA umfasste die Obst-, Nuss- und Beerenproduktion 2,67 Mio. ha und erzielte einen Umsatz von 34,2 Mrd. USD. Dies macht 6,3 % der gesamten Agrarverkäufe aus. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Obst in den USA liegt bei etwa 146,6 kg pro Jahr. Bananen sind dabei das beliebteste Obst, gefolgt von Zitrusfrüchten und Äpfeln.⁵² In den USA werden viele verschiedene Obstsorten angepflanzt. Dabei stellen Trauben den größten Anteil der gesamten Frischobstproduktion dar. Im Jahr 2022 wurden knapp 7 Mio. t Trauben im Wert von fast 6 Mrd. US-Dollar produziert. Äpfel erreichten einen Wert von 5,5 Mio. t. Orangen folgten mit einer Produktionsmenge von 5,43 Mio. t und stellen damit einen wesentlichen Bestandteil der US-Obstproduktion dar. Auch Erdbeeren sind besonders bedeutend, da sie eine Produktionsmenge von 1,13 Mio. t erreichen. Mandarinen folgten knapp dahinter mit 1,11 Mio. t, während Zitronen mit 1 Mio. t ebenfalls eine wichtige Rolle spielten. Birnen (0,73 Mio. t) und Pfirsiche (0,68 Mio. t) belegten mittlere Positionen, gefolgt von Grapefruits mit 0,60 Mio. t. Cranberries wurden in geringeren Mengen produziert und kamen auf 0,40 Mio. t. Einen weiteren bedeutenden Beitrag zur US-Obstproduktion leisten Wassermelonen, deren Ernte im Jahr 2022 bei 1,50 Mio. t lag.⁵³ Der Obstanbau in den USA wird von den Bundesstaaten Kalifornien, Washington und Florida dominiert. Kalifornien ist der größte Produzent und erwirtschaftete 2022 rund 23 Mrd. USD. Der Bundesstaat ist besonders bekannt für Mandeln, Trauben, Orangen und Erdbeeren. Florida konzentriert sich auf die Produktion von Zitrusfrüchten, insbesondere Orangen und Grapefruits, und erzielte 1,4 Mrd. USD. Washington, mit 3,8 Mrd. USD Umsatz, führt beim Anbau von Äpfeln, Kirschen und Birnen, insbesondere für den Export.⁵⁴

⁵¹ GTAI (2024): US-Bauern müssen sich auf schlechtere Zeiten einstellen: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

⁵² Statista (2022): Fruit industry in the U.S – statistics & facts: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁵³ USDA (2024): 2022 Census of Agriculture: nass.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁵⁴ USDA (2022): Fruit, Tree Nut, and Berry Production: nass.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

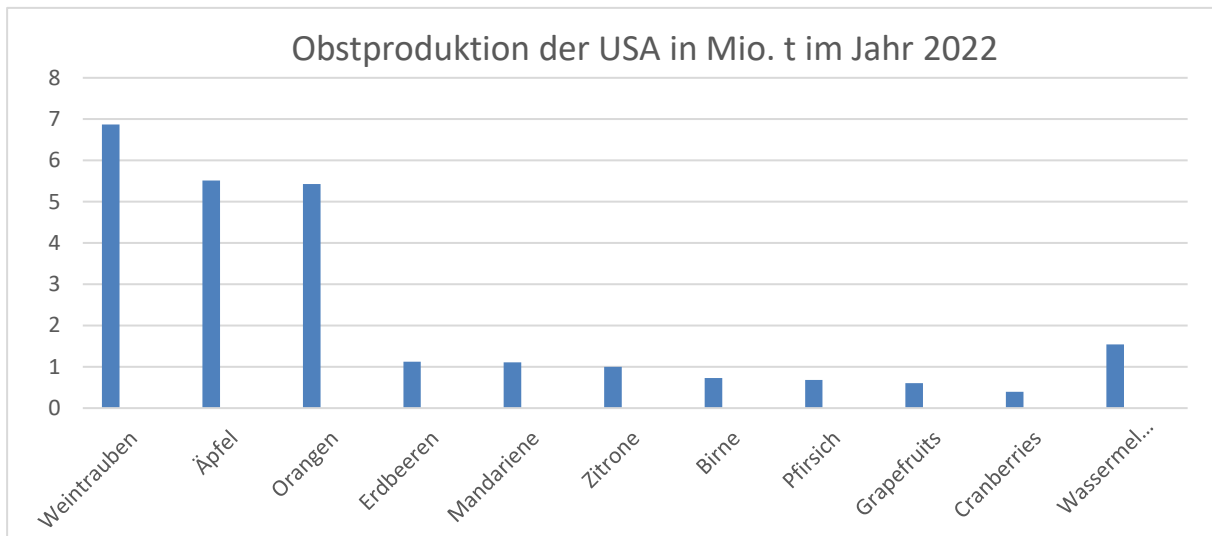


Abbildung 5: US- Obstproduktion in Mio. t im Jahr 2022

Quelle: USDA (2022): 2022 Census of Agriculture: nass.usda.gov

Ein nicht unwesentlicher Teil des US-amerikanischen Frischobstes wird exportiert. Im Jahr 2024 erreichte der Wert der US-Exporte von frischem Obst und Gemüse weltweit 7,2 Mrd. USD, was einem Anstieg von 4 % gegenüber 2023 entspricht. Kanada war aufgrund der geografischen Nähe und klimatischer Bedingungen der größte Abnehmer und machte 52 % der Exporte im Wert von 3,7 Mrd. USD aus. Mexiko folgte mit einem Anteil von 14 %, während kein anderes Land mehr als 6 % erreichte.⁵⁵ Auch Nüsse spielen eine zentrale Rolle: Im Jahr 2022 belief sich die Mandelernte auf rund 1,3 Mio. t, von denen etwa 305.760 t exportiert wurden, womit die USA der weltweit führende Mandelexporteur sind.⁵⁶ Der Importwert im US-Obstmarkt wird im Jahr 2024 voraussichtlich 13,3 Mrd. EUR erreichen. Für den Zeitraum 2024 bis 2029 wird eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 2,57 % erwartet. Zu den wichtigsten Importfrüchten der USA gehören Bananen, Avocados, Ananas, Mangos und Papayas. Diese tropischen Früchte werden aufgrund klimatischer Bedingungen größtenteils aus Mittel- und Südamerika sowie der Karibik importiert.⁵⁷

Der US-amerikanische Obstmarkt bietet deutschen Unternehmen interessante Geschäftsmöglichkeiten. Die USA sind zwar einer der größten Obstproduzenten weltweit, importieren aber dennoch erhebliche Mengen, insbesondere exotische Früchte, Beeren und verarbeitete Obstprodukte. Deutsche Unternehmen können in mehreren Bereichen profitieren. Hochwertige Bio- und Premiumprodukte sind zunehmend gefragt, da Verbraucher vermehrt auf nachhaltige und gesunde Ernährung achten. Zudem wächst die Nachfrage nach verarbeiteten Obstprodukten, etwa in Form von Säften, Smoothies, Trockenfrüchten oder Fruchtpürees, die als Zutaten in der Lebensmittelindustrie genutzt

⁵⁵ USDA (2024): 2022 Census of Agriculture: nass.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁵⁶ Statista (2022): Exportmenge der führenden Exportländer von Mandeln weltweit in den Jahren 2020 bis 2022: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁵⁷ Statista (2024): Obst – USA: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

werden. Für deutsche Unternehmen ergeben sich hier vielversprechende Chancen, insbesondere durch ihre Expertise in der Herstellung hochwertiger, nachhaltiger und innovativer Produkte. Deutsche Produzenten von Bio-zertifizierten Säften oder ohne künstliche Zusatzstoffe hergestellten Fruchtprodukten können von der wachsenden Nachfrage nach Clean Label- und Premium-Produkten profitieren. Zudem besteht Potenzial für Anbieter von hochwertigen Verarbeitungs- und Konservierungstechnologien, die eine längere Haltbarkeit und bessere Nährstofferhaltung ermöglichen. Auch die steigende Nachfrage nach funktionellen Lebensmitteln bietet deutschen Unternehmen Möglichkeiten, insbesondere im Bereich von mit Vitaminen, Riegeln oder angereicherten Obstprodukten. Durch gezielte Marktstrategien und Kooperationen mit lokalen Distributoren oder Supermarktketten können deutsche Firmen langfristig erfolgreich auf dem US-Obstmarkt Fuß fassen.⁵⁸

Die Gemüseproduktion in den USA erzielte 2022 einen Gesamtumsatz von 28,2 Mrd. USD und machte damit 5,2 % der gesamten landwirtschaftlichen Verkäufe aus. Die Gesamtanbaufläche für Gemüse, Kartoffeln und Süßkartoffeln betrug 1,78 Mio. ha. Kalifornien ist der führende Produzent mit einer Anbaufläche von 485.640 ha und einem Umsatz von 11,67 Mrd. USD. Florida (1,92 Mrd. USD) und Washington (1,87 Mrd. USD) folgen als wichtige Anbaustaaten.⁵⁹ Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch im Markt für Gemüse wird im Jahr 2024 bei voraussichtlich 76,45 kg liegen. In den USA gehören Kartoffeln, Tomaten, Zwiebeln, Salat, Mais und Karotten zu den am meisten konsumierten Gemüsesorten.⁶⁰

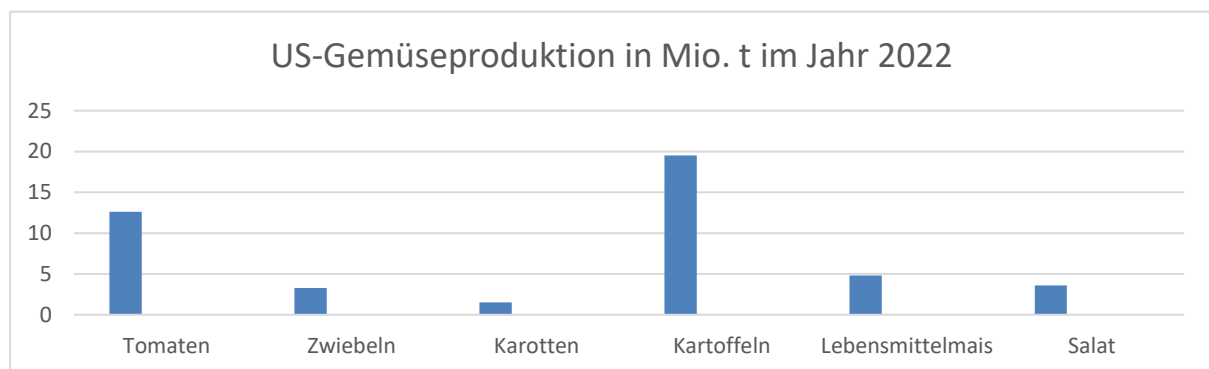


Abbildung 6: US- Gemüseproduktion in Mio. t im Jahr 2022

Quelle: USDA (2022): 2022 Census of Agriculture: nass.usda.gov

Innerhalb der Gemüseproduktion der USA zählen Tomaten mit einer jährlichen Produktionsmenge von etwa 12,6 Mio. t zu den wichtigsten Gemüsesorten des Landes. Auch Zwiebeln spielen eine bedeutende Rolle, mit einer Jahresproduktion von rund 3,3 Mio. t.

⁵⁸ GTAI (2024): US-Nahrungsmittelhersteller können die Produktion wieder steigern: <https://www.gtai.com>, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁵⁹ USDA (2022): Vegetable Production: nass.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁶⁰ Statista (2024): Gemüse – USA: [statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Karotten werden in den USA ebenfalls angebaut und erreichen eine Produktionsmenge von etwa 1,5 Mio. t pro Jahr. Kartoffeln stellen mit rund 19,5 Mio. t die mengenmäßig größte Gemüsekultur dar. Lebensmittelmais, insbesondere Zuckermais für den Frischmarkt, kommt auf eine Jahresproduktion von etwa 2,8 Mio. t. Kopfsalat ist mit einer Produktionsmenge von rund 3,6 Mio. t ebenfalls ein wichtiger Bestandteil der Gemüseproduktion in den USA.⁶¹

Aufgrund der geografischen Nähe und bestehender Handelsabkommen importiert Kanada einen erheblichen Anteil der US-Gemüseexporte. Mexiko folgt als zweitgrößter Importeur. Zu den Hauptgemüsesorten, die aus den USA exportiert werden, zählen Kartoffeln, Zuckermais, Tomaten und Salat. Kartoffeln werden sowohl in frischer als auch in verarbeiteter Form, wie beispielsweise als Pommes frites, exportiert. Im Jahr 2023 exportierten die USA Kartoffeln im Wert von 316 Mio. USD, wovon 29 % nach Kanada und 27,6 % nach Mexiko exportiert wurden.⁶² Zudem finden Zuckermais und Tomaten sowohl frisch als auch in verarbeiteten Produkten wie Saucen und Konserven ihren Weg ins Ausland. Im Jahr 2022 exportierten die USA Tomaten im Wert von 227 Mio. USD und waren damit der zehntgrößte Tomatenexporteur weltweit. Die wichtigsten Abnehmerländer für US-amerikanische Tomaten waren Kanada mit 213 Mio. USD, gefolgt von Mexiko (4,05 Mio. USD), den Bahamas (2,92 Mio. USD), den Cayman Islands (1,75 Mio. USD) und Japan (1,13 Mio. USD).⁶³ Salat, insbesondere Kopfsalat, wird ebenfalls in bedeutenden Mengen exportiert. Im Jahr 2022 exportierten die USA Salat im Wert von 641 Mio. USD und waren damit der zweitgrößte Salatexporteur weltweit. Die wichtigsten Abnehmerländer für US-amerikanischen Salat waren Kanada mit 542 Mio. USD, gefolgt von Mexiko (37 Mio. USD), Taiwan (19,6 Mio. USD), den Bahamas (8,25 Mio. USD) und Japan (6,36 Mio. USD).⁶⁴ Die USA importieren jedoch auch jährlich große Mengen an Gemüse, um die inländische Nachfrage zu decken und ganzjährig eine vielfältige Versorgung sicherzustellen. Im Jahr 2022 belief sich der Wert der US-Importe von frischem Gemüse auf etwa 11,8 Mrd. USD, was einem Anstieg von 10 % gegenüber 2021 entspricht. Die Hauptlieferanten für diese Importe sind Mexiko und Kanada. Mexiko lieferte 2022 rund 69 % der US-Importe von frischem Gemüse, während Kanada einen Anteil von 20 % hatte. Zu den am häufigsten importierten Gemüsesorten zählen Tomaten, Paprika und Gurken. Im Jahr 2022 importierten die USA beispielsweise frische Tomaten im Wert von etwa 2,9 Mrd. USD, was einem Anstieg von 3 % gegenüber 2021 entspricht.⁶⁵

Die Produktion von Obst und Gemüse in den USA steht vor mehreren Herausforderungen. Klimawandel und Wasserknappheit, insbesondere in den wichtigen Anbauregionen

⁶¹ USDA (2024): 2022 Census of Agriculture: nass.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁶² OEC (2022): Potatoes in the United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁶³ OEC (2022): Tomatoes in the United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁶⁴ OEC (2022): Lettuce in the United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁶⁵ USDA (2023): Imports make up growing share of U.S. fresh fruit and vegetable supply: ers.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Kalifornien und Florida, beeinträchtigen die Ernteerträge und erhöhen die Produktionskosten. Zusätzlich führen steigende Arbeitskosten und der Mangel an landwirtschaftlichen Arbeitskräften zu weiteren Belastungen. Auch die Abhängigkeit von internationalen Märkten und Handelsabkommen macht die Branche anfällig für globale Preisschwankungen und politische Unsicherheiten. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, setzen viele Betriebe verstärkt auf nachhaltige Anbaumethoden, den Einsatz moderner Technologien und Automatisierungen zur Anpassung an neue Bedingungen.⁶⁶

Diese Entwicklungen eröffnen deutschen Unternehmen vielversprechende Chancen auf dem US-Gemüsemarkt. Durch ihre Expertise in nachhaltiger Landwirtschaft, innovativer Agrartechnologie und hochwertiger Verarbeitung können deutsche Unternehmen einen wertvollen Beitrag zur Stabilisierung der Versorgung und zur Effizienzsteigerung in der Produktion leisten. Insbesondere Bio- und Premiumprodukte gewinnen zunehmend an Bedeutung, da Verbraucher vermehrt auf gesunde, rückstandsfreie und nachhaltige Lebensmittel setzen. Deutsche Produzenten, die auf klimafreundliche Anbauverfahren, wassersparende Bewässerungstechnologien oder automatisierte Erntesysteme spezialisiert sind, können mit ihrer Innovationskraft auf dem US-Markt punkten. Zudem steigt die Nachfrage nach verarbeiteten Gemüseprodukten wie Tiefkühlgemüse, Konserven und pflanzlichen Alternativen für den Convenience-Sektor, einem Bereich, in dem deutsche Produzenten mit hochwertigen, zertifizierten Produkten überzeugen können. Durch gezielte Partnerschaften mit lokalen Händlern, Großmärkten und der Gastronomie sowie durch die Nutzung wachsender Marktsegmente wie Bio-Produkte haben deutsche Unternehmen das Potenzial, sich langfristig als verlässliche Lieferanten und Technologieanbieter in der US-Gemüsebranche zu etablieren.⁶⁷

4.1.4 Milch und Milchprodukte

Der US-amerikanische Markt für Milchprodukte und Eier verzeichnete im Jahr 2024 einen Umsatz von rund 95,38 Mrd. EUR. Prognosen zufolge wird das Marktvolumen bis 2029 auf etwa bis zu 119,70 Mrd. EUR ansteigen, was einem durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstum von 4,65 % entspricht. Umgerechnet auf die Bevölkerungszahl ergibt sich für das Jahr 2024 ein Pro-Kopf-Umsatz von rund 276,1 EUR. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch im Segment Milchprodukte und Eier liegt 2024 voraussichtlich bei 123,6 kg.⁶⁸

Die Milchindustrie in den USA spielt eine zentrale Rolle in der Nahrungsmittelproduktion. Die USA gehören zu den weltweit größten Produzenten von Milchprodukten, wobei der Sektor durch moderne Technologien, effiziente Produktionsmethoden und umfangreiche Exportaktivitäten geprägt ist. Im Jahr 2023 produzierten die USA rund 200 Mio. t

⁶⁶ GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁶⁷ Ebenda.

⁶⁸ Statista (2024): Milchprodukte & Eier – USA: de.statista.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Milchprodukte. Kalifornien, Wisconsin und Idaho zählen zu den führenden Milchproduzenten des Landes. Besonders Kalifornien sticht als größter Milchproduzent hervor und liefert etwa 18 % der gesamten US-Milchproduktion. Der Sektor schafft zahlreiche Arbeitsplätze entlang der Wertschöpfungskette – von der Landwirtschaft über die Verarbeitung bis hin zum Vertrieb.⁶⁹

Im Jahr 2023 produzierten die USA etwa 102,8 Mio. t Kuhmilch, was einem leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr 2022 entspricht. Damit sind die USA nach Indien der zweitgrößte Erzeuger von Kuhmilch. Der Umsatz im Markt Milch beträgt 2024 etwa 27,85 Mrd. EUR. Damit konsumiert der Durchschnittsamerikaner im Jahr 2024 über 57,3 l Kuhmilch im Wert von 80,62 EUR. Der amerikanische Milchkonsum nimmt mit wachsender Popularität von Milchalternativen jährlich ab, jedoch bleibt die Milchproduktion des Landes gleich mit einem leichten Wachstum.⁷⁰

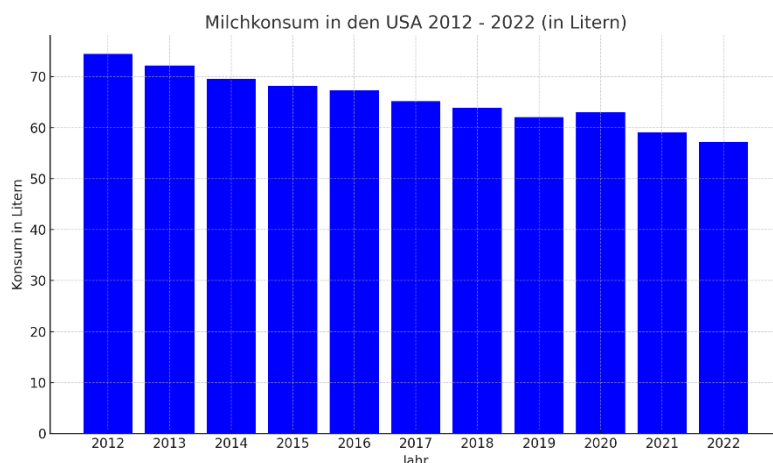


Abbildung 7: Milchkonsum in l pro Kopf in den USA 2012 – 2022

Quelle: Statista (2022): Per capita consumption of fluid milk products in the United States: [statista.com](https://www.statista.com).

Im Jahr 2022 exportierten die USA Milch im Wert von 149 Mio. USD und gehörten damit zu den 20 größten Milchexporteuren weltweit. Trotz dieser Position rangierte Milch nur auf Platz 656 der meistexportierten Produkte des Landes. Die wichtigsten Abnehmerländer für US-amerikanische Milchexporte waren vor allem Taiwan mit einem Exportwert von 56,5 Mio. USD und Kanada mit 55,7 Mio. USD. Weitere bedeutende Exportziele waren Mexiko, das Milch im Wert von 18,8 Mio. USD importierte, die Dominikanische Republik mit 4,01 Mio. USD sowie die Bahamas mit 2,2 Mio. USD.⁷¹

Außerdem wird in den USA die Milch zu Käse und Joghurt weiterverarbeitet. Die USA produzieren jährlich rund 2,32 Mio. t Käse und 1,2 Mio. t Joghurt. Mit Joghurtprodukten

⁶⁹ DMZ (2024): USA: Zunehmende Milcherzeugung 2024 erwartet: [deutsche-molkerei-zeitung.de](https://www.deutsche-molkerei-zeitung.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁷⁰ Statista (2024): Milch – USA: de.statista.com

⁷¹ OEC (2022): Milk in the United States: ec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

konnten 2024 rund 10,70 Mrd. EUR Umsatz in den USA generiert werden. Hingegen beträgt der Umsatz im Käsemarkt etwa 29,38 Mrd. EUR, womit die USA der größte Käseabsatzmarkt der Welt sind. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch im Käsemarkt wird im Jahr 2024 bei voraussichtlich 6,48 kg liegen.⁷² Im Jahr 2022 exportierten die USA Käse im Wert von 2,25 Mrd. USD und waren damit der fünftgrößte Käseexporteur der Welt. Die wichtigsten Exportmärkte für US-amerikanischen Käse waren Mexiko (590 Mio. USD), Südkorea (359 Mio. USD), Japan (227 Mio. USD), Australien (129 Mio. USD) und Kanada (104 Mio. USD). Gleichzeitig importierten die USA Käse im Wert von 1,57 Mrd. USD und belegten damit weltweit den achten Platz unter den Käseimporteuren. Die wichtigsten Herkunftsländer für importierten Käse waren Italien (443 Mio. USD), Frankreich (190 Mio. USD), die Niederlande (122 Mio. USD), die Schweiz (117 Mio. USD) und Spanien (93,7 Mio. USD).⁷³

Zudem werden Eier in hoher Stückzahl in den USA produziert. Im Jahr 2022 produzierten die USA etwa 6,5 Mio. t Eier. Im Jahr 2024 wird der Umsatz im Segment auf rund 14,45 Mrd. EUR geschätzt. Dies entspricht einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Umsatz von etwa 13,09 kg und 41,84 EUR. Mehr als 90 % davon entfallen auf Hühnereier.⁷⁴ Im Jahr 2022 exportierten die USA Eier im Wert von 549 Mio. USD und waren damit der zweitgrößte Exporteur von Eiern der Welt. Die wichtigsten Exportziele waren Kanada (161 Mio. USD), Mexiko (150 Mio. USD), Jamaika (43,1 Mio. USD), Brasilien (41 Mio. USD) sowie Trinidad und Tobago (24,1 Mio. USD). Gleichzeitig importierten die USA im Jahr 2022 Eier im Wert von 118 Mio. USD und rangierten damit auf Platz 13 der weltweit größten Importeure von Eiern. Die Hauptlieferländer für Eier waren Kanada (43,8 Mio. USD), das Vereinigte Königreich (26,8 Mio. USD), die Niederlande (14,5 Mio. USD), Deutschland (8,67 Mio. USD) und China (6,23 Mio. USD). Die USA sind zudem einer der größten Exporteure von Milchpulver und Molkenprodukten weltweit. Wichtige Absatzmärkte sind Mexiko, Kanada und China.⁷⁵

Zudem wächst der Markt für Milchersatzprodukte in den USA. Im Jahr 2024 wird ein Umsatz von rund 3,55 Mrd. EUR erwartet. Prognosen zufolge könnte das Marktvolumen bis 2029 auf 5,22 Mrd. EUR ansteigen, was einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 8,02 % entspricht und eine wachsende Marktrelevanz unterstreicht. Auch der Pro-Kopf-Umsatz, der 2024 bei etwa 10,26 EUR liegt, spiegelt diesen Trend wider. Die steigende Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen wird durch veränderte Ernährungsgewohnheiten, eine wachsende Zahl von Veganern und Vegetariern sowie ein zunehmendes Gesundheitsbewusstsein angetrieben.⁷⁶ Die prozentuale Umsatzverteilung im US-Milchproduktemarkt 2024 zeigt,

⁷² Statista (2024): Käse – USA: de.statista.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁷³ OEC (2022): Cheese in the United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁷⁴ Statista (2024): Eier – USA: de.statista.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁷⁵ OEC (2022): Eggs in the United States: oec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁷⁶ Statista (2024): Milchersatzprodukte – USA: de.statista.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

dass Käse mit 34 % die umsatzstärkste Sparte darstellt. Darauf folgt Milch mit 32 %, was die hohe Bedeutung traditioneller Milchprodukte unterstreicht. Eier (17 %) und Joghurt (13 %) ergänzen den Markt, während Milchersatzprodukte mit 4 % das kleinste Segment bilden.

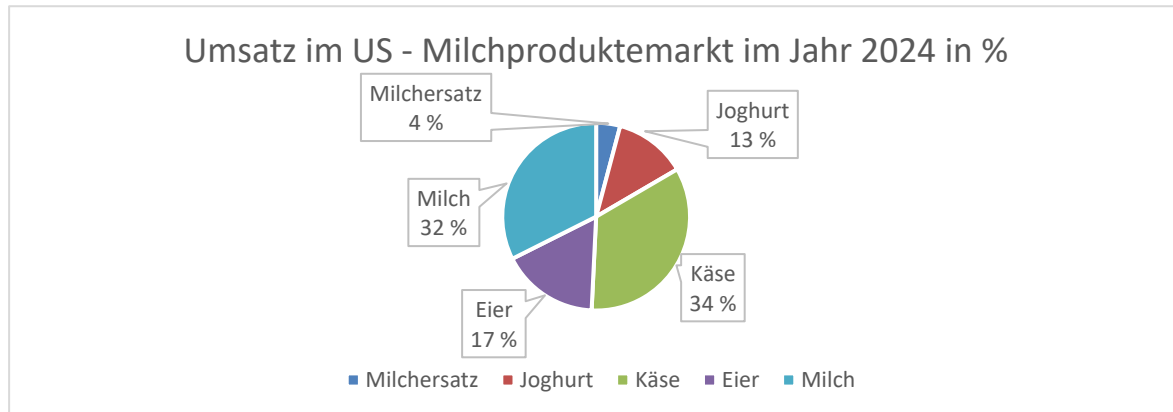


Abbildung 8: Umsatz im US-Milchproduktemarkt im Jahr 2024 in %

Quelle: Statista (2024): Milchersatzprodukte - USA: de.statista.com

Der US-amerikanische Markt für Milchprodukte ist ein zentraler Bestandteil der Agrarwirtschaft und wird überwiegend von Großkonzernen wie Dairy Farmers of America Inc. dominiert. Diese Marktführer prägen die Branche durch ihre umfassenden Produktions- und Vertriebskapazitäten. In den letzten Jahren hat die US-Milchindustrie sowohl Herausforderungen als auch Chancen erlebt. Der Konsum von herkömmlicher Trinkmilch ist tendenziell rückläufig, während Molkereiprodukte wie Käse, Joghurt und Butter zunehmend an Beliebtheit gewinnen. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen, was die Branche zu Innovationen und zu einer stärkeren Produktdiversifizierung anregt. Ein bedeutender Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit der Branche sind die hohen US-Schutzzölle auf Milchprodukte, die in einigen Fällen bis zu 25 % betragen können. Diese Handelsbarrieren stellen insbesondere für internationale Produzenten eine Herausforderung dar, bieten der heimischen Industrie jedoch Schutz vor ausländischer Konkurrenz.⁷⁷

Der US-Markt für Milchprodukte, Eier und pflanzliche Alternativen bietet deutschen Unternehmen attraktive Chancen. Besonders gefragt sind hochwertige, nachhaltig produzierte und innovative Produkte, da US-Verbraucher zunehmend Wert auf Bio-Qualität, Clean Label und funktionelle Lebensmittel legen.

Deutsche Käsehersteller können mit traditionellen deutschen Spezialitäten und Premiumprodukten punkten, während Anbieter von Joghurt und fermentierten Milchprodukten vom wachsenden Interesse an probiotischen und proteinreichen Lebensmitteln profitieren. Auch im pflanzlichen Sektor ergeben sich Chancen, da die

⁷⁷ GTAI (2024): Rahmenbedingungen: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Nachfrage nach Milch-, Joghurt- und Käsealternativen aus Hafer, Mandeln oder Soja weiter steigt. Für deutsche Unternehmen, die auf hochwertige Verarbeitung, nachhaltige Verpackungslösungen und innovative Rezepturen setzen, bietet der US-Markt großes Potenzial. Durch gezielte Markteintrittsstrategien und Kooperationen mit lokalen Einzelhändlern können sie sich langfristig erfolgreich positionieren.⁷⁸

4.1.5 Verarbeitete Lebensmittel

Verarbeitete Lebensmittel umfassen Produkte, die durch Verfahren wie Konservierung, Verpackung oder chemische Behandlung verändert wurden, um Haltbarkeit, Geschmack oder Textur zu verbessern. Dazu zählen u. a. Tiefkühlgerichte, Knabberartikel, Softdrinks und Fertiggerichte. Sie sind ein wesentlicher Bestandteil der Ernährung in den USA. Rund 60 % der durchschnittlich konsumierten Nahrungsmittel fallen in diese Kategorie. Ihre Beliebtheit ist vor allem auf die landesweite Verfügbarkeit und die oft günstigeren Preise im Vergleich zu frischen Produkten zurückzuführen. Ein beträchtlicher Anteil dieser Lebensmittel gehört zur Gruppe der „ultra-verarbeiteten“ Produkte, die besonders intensiv bearbeitet werden, um eine längere Haltbarkeit zu erreichen und den Konsum unterwegs zu erleichtern. Diese Lebensmittel werden in den USA oft in größeren Packungen als in Deutschland angeboten, was die Konsumgewohnheiten der US-Bevölkerung widerspiegelt.⁷⁹

Die Industrie verarbeiteter Lebensmittel in den USA ist vielfältig und umfasst zahlreiche Produktkategorien wie Knabberartikel und Süßwaren, die in den USA 2024 einen Umsatz von 120 Mrd. EUR erwirtschafteten. Außerdem sind Fertiggerichte diesem Segment zuzuordnen: Dazu zählen verzehrfertige Mahlzeiten wie Tiefkühlgerichte, Dosengerichte und Instantprodukte. Der US-Markt für Fertiggerichte wird im Jahr 2024 auf etwa 44,28 Mrd. EUR geschätzt. Eine ebenfalls sehr relevante Kategorie sind Backwaren: Dieses Segment umfasst Brot, Kuchen, Gebäck und ähnliche Produkte, die 2024 in den USA 26,5 Mrd. EUR erwirtschafteten. Ergänzend mit einem Umsatz von 14,83 Mrd. EUR ebenfalls von Bedeutung sind verarbeitete Fleischprodukte: Hierzu zählen Wurst, Schinken und Fertiggerichte auf Fleischbasis. Des Weiteren gehören verarbeitete Fisch und Meeresfrüchte, wie Fischkonserven, Räucherfisch und ähnliche Artikel, zu diesem Segment. Der Anteil am Gesamtmarkt ist mit 4,2 Mrd. EUR Umsatz in den USA vergleichsweise kleiner, aber dennoch relevant. Abschließend zählt zu dem Markt noch verarbeitetes Obst und Gemüse: Dazu gehören verarbeitete und konservierte Obst- und Gemüseprodukte wie Dosenfrüchte, Tiefkühlgemüse und ähnliche Waren. Der genaue Marktanteil variiert, wird jedoch auf bis zu

⁷⁸ GTAI (2024): US-Lebensmittelindustrie investiert kräftig: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁷⁹ Federation of American Societies for Experimental Biology (2015): Highly processed foods dominate U. S. grocery purchases: www.sciencedaily.com, zuletzt aufgerufen am 06.12.2024

19 Mrd. EUR geschätzt.⁸⁰ Insgesamt erwirtschaftet dieses Produktsegment der verarbeiteten Lebensmittel einen Umsatz von mehr als 210 Mrd. EUR in den USA.

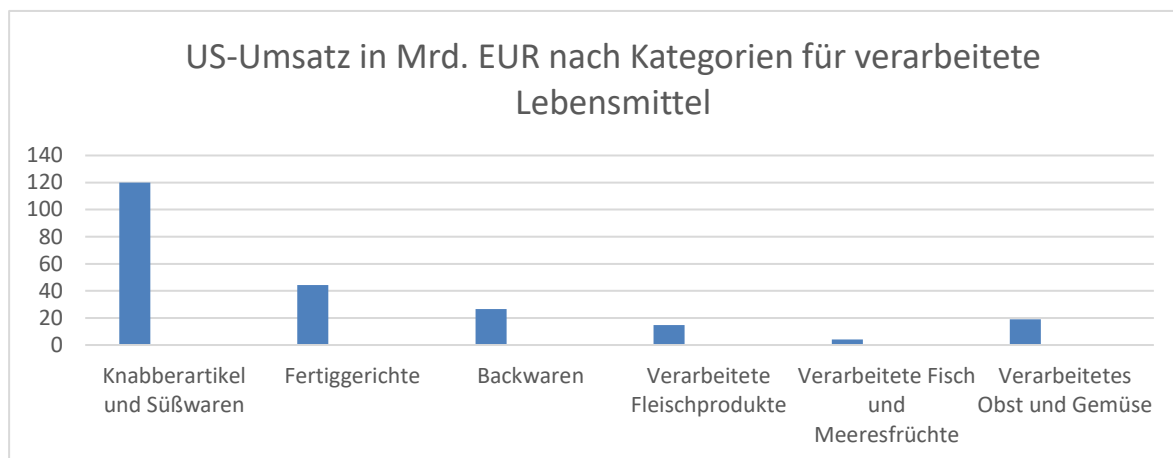


Abbildung 9: US-Umsatz in Mrd. EUR nach Kategorien für verarbeitete Lebensmittel

Quelle: GTAI (2024): Rahmenbedingungen: gtai.de

Die Industrie verarbeiteter Lebensmittel ist ein wichtiger Bestandteil der US-Wirtschaft und trägt maßgeblich zum Exportprofil des Landes bei. Besonders hervorzuheben sind Schlüsselprodukte wie Fleisch- und Geflügelerzeugnisse, verarbeitete Getreideprodukte, Molkereierzeugnisse sowie Getränke und Knabberartikel. Mehr als ein Drittel der US-Lebensmittelexporte entfallen auf diese Kategorie. Diese Entwicklung spiegelt die hohe Nachfrage nach amerikanischen Lebensmitteln wider, insbesondere nach verarbeiteten Produkten, die durch ihre lange Haltbarkeit und Qualität überzeugen.⁸¹

Deutsche Unternehmen haben auf dem US-amerikanischen Markt für verarbeitete Lebensmittel hohe Potenziale. Besonders gefragt sind Bio-zertifizierte Produkte, zuckerreduzierte Rezepturen, pflanzenbasierte Alternativen und glutenfreie Lebensmittel. In diesen Bereichen können deutsche Hersteller mit ihrer hohen Qualitäts- und Innovationskompetenz besonders überzeugen. Auch nachhaltige und umweltfreundliche Verpackungslösungen spielen eine immer größere Rolle, da US-Verbraucher und Einzelhändler verstärkt Wert auf Recyclingfähigkeit und Plastikreduktion legen. Deutsche Unternehmen, die auf nachhaltige Produktionsweisen, natürliche Zutaten und innovative Geschmackskombinationen setzen, haben damit beste Chancen, sich in einem wachsenden Premium- und Gesundheitssegment erfolgreich zu etablieren. Durch eine strategische Markteintrittsplanung, die Zusammenarbeit mit US-Handelsketten und die Anpassung an lokale Verbraucherpräferenzen können deutsche Hersteller langfristig erfolgreich in diesem Markt agieren.⁸²

⁸⁰ GTAI (2024): Der Appetit auf Snacks ist groß: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁸¹ Innova Market Insights (2024): Food Trends in den USA: Wachstumstreiber der Kategorie: innovamarketinsights.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁸² Ebenda.

4.1.6 Getränke

Für das Jahr 2024 wird im Segment der alkoholfreien Getränke ein Umsatz in Privathaushalten von etwa 200,7 Mrd. EUR prognostiziert. Damit sind die USA weltweit führend im Umsatz mit alkoholfreien Getränken. Bis 2026 wird ein weiteres Absatzwachstum von 0,9 % erwartet. Der durchschnittliche häusliche Pro-Kopf-Verbrauch liegt bei voraussichtlich 350 l im Jahr 2025.⁸³

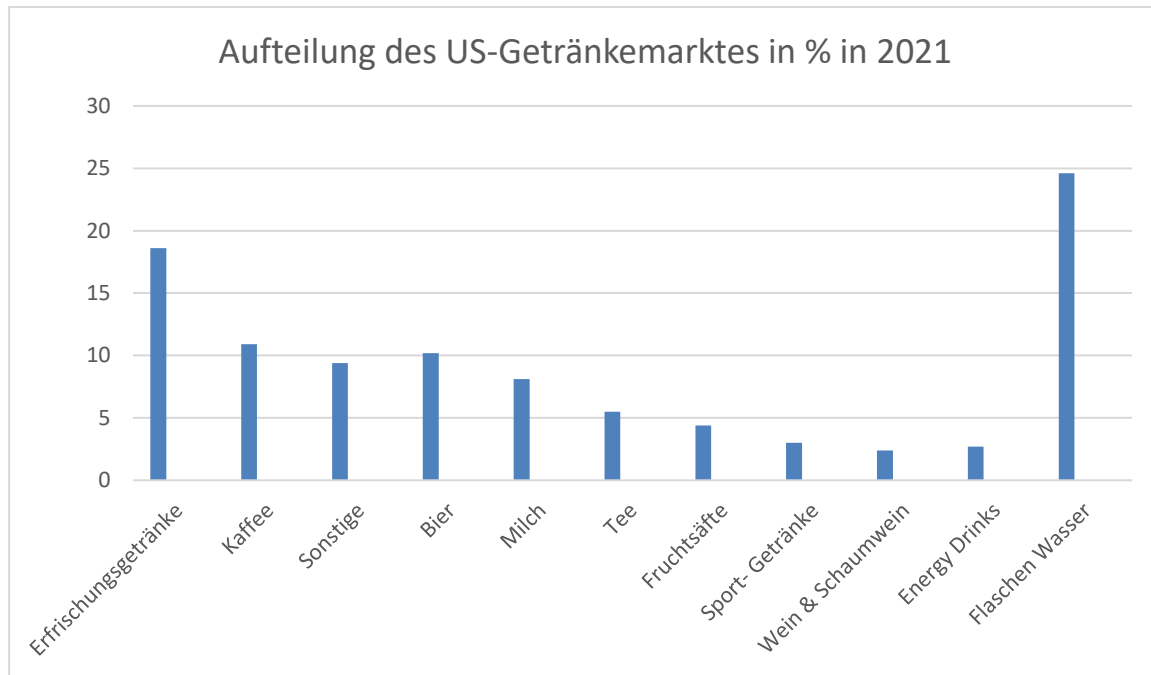


Abbildung 10: Aufteilung des US-Getränkemarktes in % im Jahr 2021

Quelle: Mordor Intelligence (2021): mordorintelligence.com

Der US-Getränkemarkt weist eine vielfältige Zusammensetzung auf und umfasst zahlreiche Getränkekategorien. Den größten Anteil nimmt Flaschenwasser ein, das 24,6 % des Gesamtmarktes ausmacht. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass in vielen Regionen der USA das Leitungswasser aufgrund des Chlorgehalts nicht trinkbar ist, wodurch Verbraucher auf Flaschenwasser angewiesen sind. Erfrischungsgetränke folgen mit einem Anteil von 18,6 % und bilden damit einen wesentlichen Bestandteil des Marktes. Kaffee und Kaffeemischgetränke sind ebenfalls von Bedeutung und tragen 10,9 % zum Gesamtvolumen bei. Bier macht 10,2 % des Marktes aus und bleibt damit ein zentrales Element, insbesondere im alkoholischen Bereich. Milch trägt mit einem Anteil von 8,1 % zum Markt bei, während Tee mit 5,5 % von den Trends zu gesunden und funktionalen Getränken profitiert. Fruchtsäfte machen 4,4 % des Marktes aus und haben aufgrund der Nachfrage nach zuckerreduzierten Produkten in den letzten Jahren an Marktanteilen verloren. Sport-Getränke tragen 3 % zum Marktvolumen bei und profitieren von der wachsenden Fitness-

⁸³ Statista (2024): Alkoholfreie Getränke – USA: [de.statista](https://de.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

und Wellnessbewegung. Energy Drinks machen 2,7 % des Marktes aus und zeigen weiterhin Wachstum, insbesondere bei jüngeren Konsumenten. Wein und Schaumwein haben einen Marktanteil von 2,4 % und bleiben vor allem in gehobenen und Premium-Segmenten beliebt. Sonstige Getränke nehmen 9,4 % des Marktes ein und umfassen eine Vielzahl von Nischenprodukten und Spezialitäten. Insgesamt zeichnet sich der US-Getränkemarkt durch eine breite Diversifizierung aus, wobei gesunde und funktionale Produkte zunehmend an Bedeutung gewinnen.⁸⁴ Der Markt für alkoholfreie Getränke in den USA wird von einigen wenigen Großunternehmen dominiert. Die Coca-Cola Company behauptet sich mit einem Marktanteil von über 46 % als Marktführer. Auf Rang zwei folgt PepsiCo Inc. mit einem Anteil von rund 25 %. Das Unternehmen Keurig Dr Pepper Inc. belegt mit 21,3 % den dritten Platz. Die restlichen Wettbewerber teilen sich lediglich 7,7 % des Marktanteils.⁸⁵

Neben Erfrischungsgetränken und Wasser nehmen auch alkoholische Getränke einen nicht unwesentlichen Marktanteil innerhalb der US-Getränkeindustrie ein. Die Industrie alkoholischer Getränke in den USA ist ein bedeutender Wirtschaftszweig mit einem kombinierten Umsatz von voraussichtlich 89,9 Mrd. EUR im Jahr 2024. Davon entfallen etwa 69,9 Mrd. EUR auf den häuslichen Konsum und rund 20 Mrd. EUR auf den Außer-Haus-Verkauf. Obwohl der Markt ein starkes Umsatzvolumen aufweist, wird für den häuslichen Absatz im Jahr 2025 ein Rückgang von -3,1 % prognostiziert. Dieser Trend spiegelt einen zunehmend bewussteren Konsum wider. Der durchschnittliche häusliche Pro-Kopf-Verbrauch wird im Jahr 2025 voraussichtlich bei 73,61 l liegen. Dies zeigt, dass alkoholische Getränke weiterhin einen festen Platz im Alltag vieler US-Verbraucher einnehmen, obwohl die Wachstumsdynamik leicht nachlässt.⁸⁶

Die USA exportieren eine Vielzahl von Getränken, wobei insbesondere Wasser eine bedeutende Rolle einnimmt. Im Jahr 2022 exportierten die USA Wasser im Wert von 164 Mio. USD und waren damit der fünftgrößte Exporteur weltweit. Die Hauptabnehmer von US-Wasser waren Japan (50,6 Mio. USD), Kanada (28,4 Mio. USD), Mexiko (18,3 Mio. USD), die Bahamas (11 Mio. USD) und die Niederlande (5,63 Mio. USD). Neben Wasser gehören auch alkoholfreie Getränke wie Erfrischungsgetränke, Fruchtsäfte und Energy Drinks zu den wichtigsten Exportgütern. Darüber hinaus exportieren die USA bedeutende Mengen an alkoholischen Getränken, insbesondere Bier, Wein und Whiskey. Amerikanischer Whiskey, wie Bourbon, ist besonders auf internationalen Märkten beliebt und trägt wesentlich zum Exportvolumen beim Import von Getränken bei.⁸⁷ Trotz der starken Exporte sind die USA auch ein bedeutender Importmarkt für Getränke und waren 2022 der weltweit größte

⁸⁴ Mordor Intelligence (2021): Größen- und Marktanteilsanalyse für funktionelle Getränke in Nordamerika – Wachstumstrends und -prognosen (2024 – 2029): mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁸⁵ GTAI (2024): US-Nahrungsmittelhersteller können die Produktion wieder steigern: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁸⁶ Statista (2024): Alkoholische Getränke – USA: [de.statista](https://de.statista.com), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁸⁷ OEC (2022): Water in the United States: ec.world, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

Importeur von Wasser mit einem Gesamtwert von 1,02 Mrd. USD. Wasser belegte Platz 392 der meistimportierten Produkte. Die Hauptlieferanten waren Fidschi (383 Mio. USD), Italien (242 Mio. USD), Frankreich (135 Mio. USD), Mexiko (116 Mio. USD) und Österreich (32,5 Mio. USD). Besonders Mineralwasser und Premium-Wasser aus Europa und der Pazifikregion sind stark nachgefragt. Neben Wasser importieren die USA große Mengen an alkoholischen Getränken, vor allem Wein, Spirituosen und Bier. Hochwertige Weine aus Ländern wie Frankreich und Italien sowie Tequila aus Mexiko sind gefragte Produkte auf dem US-Markt. Auch alkoholfreie Getränke wie Fruchtsäfte, Kaffeegetränke und Softdrinks werden in erheblichem Umfang eingeführt, um die hohe Verbrauchernachfrage zu bedienen.⁸⁸

Der US-amerikanische Getränkemarkt bietet deutschen Unternehmen vielversprechende Wachstumschancen, sowohl im Bereich alkoholfreier als auch alkoholischer Getränke. Verbraucher legen zunehmend Wert auf hochwertige, nachhaltige und geschmacklich vielfältige Produkte, während sich Trends wie zuckerreduzierte, pflanzenbasierte und funktionelle Getränke weiter durchsetzen. Im alkoholfreien Segment steigt die Nachfrage nach Bio-Säften, fermentierten Getränken wie Kombucha sowie gesunden Erfrischungs- und Energy-Drinks. Deutsche Unternehmen, die auf natürliche Zutaten, innovative Rezepturen und umweltfreundliche Verpackungen setzen, können hier von einem wachsenden Gesundheits- und Wellness-Trend profitieren. Auch der Markt für alkoholische Getränke entwickelt sich dynamisch. Neben den international anerkannten deutschen Biersorten steigt das Interesse an handwerklich hergestellten Spirituosen, Premium-Weinen und traditionellen Spezialitäten wie Kräuterlikören. Zudem wächst die Nachfrage nach alkoholfreien Alternativen, wodurch sich für deutsche Hersteller neue Marktsegmente eröffnen. Dank ihrer hohen Qualitätsstandards, innovativen Produktentwicklung und traditionsreichen Herstellungsverfahren haben deutsche Unternehmen das Potenzial, sich als Premium-Anbieter in den USA zu etablieren. Durch strategische Partnerschaften mit Importeuren und Einzelhändlern sowie eine gezielte Positionierung in den Bereichen Nachhaltigkeit und Gesundheit können deutsche Getränkehersteller langfristig erfolgreich auf dem US-Markt agieren.⁸⁹

4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt

4.2.1 Erzeugerpreise

Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Erzeugerpreise ab dem Jahr 2015. Ab diesem Zeitpunkt ist ein stetiger Anstieg der Erzeugerpreise zu verzeichnen, der im Januar 2020 mit

⁸⁸ OEC (2022): Water in the United States: [oec.world](https://ec.world), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁸⁹ GTAI (2022): Interesse an der Lebensmittel- und Getränkeindustrie wächst: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

119,3 Punkten den höchsten Stand in diesem Zeitraum erreicht. Die Kurve verläuft in diesem Abschnitt konstant, was auf ein stabiles Preisniveau hinweist. Im Jahr 2020 kam es zu einem leichten Rückgang der Erzeugerpreise, der vermutlich auf die wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie zurückzuführen ist. Störungen in den globalen Lieferketten und eine veränderte Nachfrage führten zu dieser kurzfristigen Delle und zu einem Abfall auf 116,6 Punkte.⁹⁰ Ab 2021 setzte ein deutlicher und steiler Anstieg der Erzeugerpreise ein, der bis 2022 anhielt. Diese Phase ist geprägt von der wirtschaftlichen Erholung nach der COVID-19-Pandemie, von unterbrochenen Lieferketten sowie von steigenden Kosten für Rohstoffe und Energie. Die Kurve zeigt hier eine markante Steigung auf einen Wert von 140 Punkten, die auf die rapide Verteuerung der Produktion hinweist.⁹¹ Ab 2023 flachte der zuvor starke Anstieg etwas ab, was auf eine Stabilisierung der Erzeugerpreise hindeutet. Dennoch setzt sich der Trend einer leichten Zunahme bis 2024 fort. Die Kurve zeigt in diesem Zeitraum zwar eine weniger steile, aber dennoch anhaltend aufwärts gerichtete Tendenz. Aktuelle Zahlen aus dem November 2024 weisen einen Anstieg auf 146,4 Punkte auf; verglichen mit 142,6 Punkten im Januar 2024 ist dies eine Zunahme um fast 4 Punkte. Dies deutet auf einen möglichen Aufwärtstrend der Erzeugerpreise hin. Gründe dafür könnten u. a. steigende Energiekosten, eine erhöhte Nachfrage oder wirtschaftliche Rahmenbedingungen sein, die zu höheren Produktionskosten führen. Obwohl die Erzeugerpreise seit ihrem Höchststand im Jahr 2022 leicht zurückgegangen sind, liegen sie weiterhin deutlich über dem Niveau der Jahre 2021 und 2022. Die jüngsten Daten lassen darauf schließen, dass die Preise in naher Zukunft weiter steigen könnten.⁹²

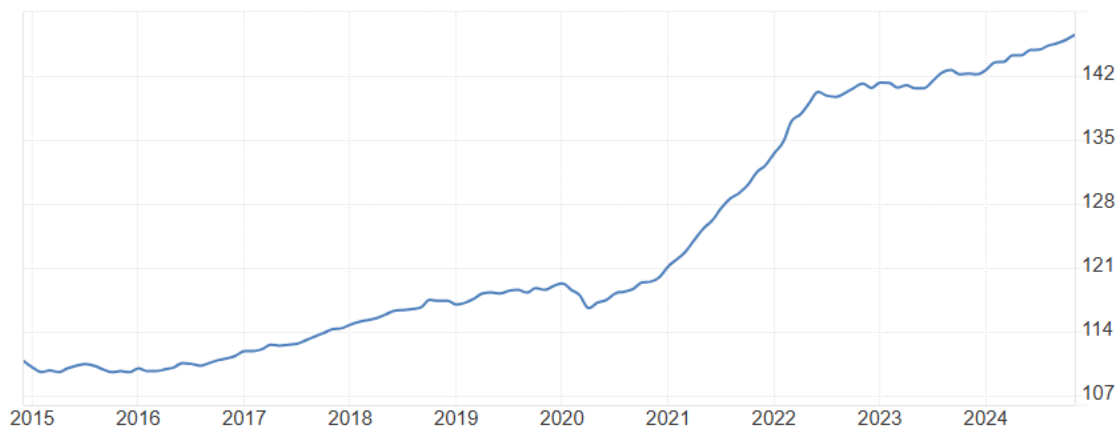


Abbildung 11: Erzeugerpreise USA 2015 – 2024

Quelle: Trading Economics(2024): Vereinigte Staaten von Amerika – Erzeugerpreise: tradingeconomics.com

⁹⁰ Trading Economics (2024): USA von Amerika – Erzeugerpreise: tradingeconomics.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁹¹ Ebenda.

⁹² Ebenda.

4.2.2 Importpreise

Die Abbildung 12 zeigt die Entwicklung der Importpreise in den USA im Jahr 2015 bis 2025. Im Jahr 2015 lagen die Preise bei 133 Punkten, fielen jedoch bis Januar 2016 auf 117 Punkte aufgrund sinkender Nachfrage und niedriger Energiepreise. Ab dem Jahr 2016 stiegen sie bis 2018 moderat auf 128 Punkte an, bevor sie ab dem Jahr 2019 stagnierten. Ein starker Einbruch erfolgte Anfang 2020 durch die COVID-19-Pandemie, mit einem Tiefpunkt von 118 Punkten Ende 2020. Ab dem Jahr 2021 setzte ein rascher Anstieg ein, der Mitte 2022 mit 148 Punkten seinen Höchststand erreichte, getrieben durch steigende Energie- und Rohstoffkosten. Nach dem Jahr 2022 sanken die Importpreise auf 141 Punkte, was auf eine Stabilisierung der Märkte zurückzuführen ist. Ab 2023 verlief die Entwicklung relativ stabil mit einem leichten Aufwärtstrend, wobei die Preise im Jahr 2024 mit 141 Punkten über dem Niveau vor der Pandemie, aber unter dem Höchstwert von 2022 bleiben.⁹³



Abbildung 12: Importpreise USA 2025 – 2024

Quelle: Trading Economics (2024): USA Import Prices: tradingeconomics.com

Die Importpreise der US-Lebensmittelindustrie orientieren sich weitgehend an den allgemeinen Importpreisen der USA. Die Entwicklung der Lebensmittelpreise wird durch dieselben wirtschaftlichen Faktoren beeinflusst, die auch die gesamte Importpreisstruktur prägen. Dazu gehören Wechselkursschwankungen, Energiepreise, globale Nachfrageveränderungen sowie Handels- und Zollpolitik. In Phasen wirtschaftlicher Unsicherheiten oder steigender Rohstoffkosten steigen nicht nur die Importpreise für Industriegüter, sondern auch für landwirtschaftliche Erzeugnisse und Lebensmittel. Besonders in den letzten Jahren waren Lieferkettenprobleme, geopolitische Spannungen und inflationsbedingte Produktionskosten ausschlaggebend für die Preisentwicklung in der Lebensmittelbranche. Der Importpreisindex für Lebensmittel, Futtermittel und Getränke in den USA zeigt von 2015 bis Januar 2025 eine dynamische Entwicklung. Im Januar 2025 erreichte der Index einen Wert von 236,0 Punkten (Basisjahr 2000 = 100). Im Dezember 2024 lag der Index bei 235,5 Punkten, im November 2024 bei 228,7 Punkten und im Oktober 2024

⁹³ Trading Economics (2024): United States Import Price: tradingeconomics.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

bei 225,2 Punkten. Diese Daten verdeutlichen eine kontinuierliche Steigerung der Importpreise in den letzten Monaten. Zukünftige Entwicklungen können durch die angekündigte Handelspolitik der neuen US-Regierung maßgeblich beeinflusst werden. Der neue Präsident Donald Trump hat Zollerhöhungen auf Importwaren, inklusive Lebensmittelprodukte aus der Europäischen Union, angekündigt. Diese Maßnahmen könnten die Importpreise weiter steigen lassen und Handelsströme neu ausrichten, was sich langfristig auf die Preisstabilität der Lebensmittelindustrie auswirken würde.⁹⁴

⁹⁴ U.S. Bureau of Labor Statistics (2025): Import Price Index (End Use): Foods, Feeds, and Beverages: [Import Price Index \(End Use\): Foods, Feeds, and Beverages \(IRO\) | FRED | St. Louis Fed](#), zuletzt aufgerufen am 27.02.2025

4.3 Distributionswege und Marktanteile

Der Lebensmitteleinzelhandel in den USA gehört zu den größten weltweit. Laut Prognosen von Coresight Research wird der Lebensmittelhandel in den USA im Jahr 2024 voraussichtlich ein nominales Wachstum von 4,2 % verzeichnen und ein Marktvolumen von über 1.000 Mrd. USD erreichen. Insgesamt bleibt der US-Lebensmittelmarkt ein zentraler Bestandteil der nationalen Wirtschaft, geprägt von hohen Umsätzen und signifikanten Konsumausgaben. Der US-amerikanische Lebensmitteleinzelhandel ist stark fragmentiert und wird zunehmend umkämpfter. Klassische Supermarktketten mit Vollsortiment, wie Kroger Co. und Albertsons Companies Inc, stehen unter erheblichem Druck, da sie von verschiedenen Seiten Konkurrenz erfahren. Supermärkte und Hypermärkte bleiben zwar der Hauptvertriebsweg für Lebensmittel, doch die stark gestiegenen Preise haben die Marktbedingungen verändert, wodurch Lebensmitteldiscounter eine größere Nachfrage erfahren.⁹⁵

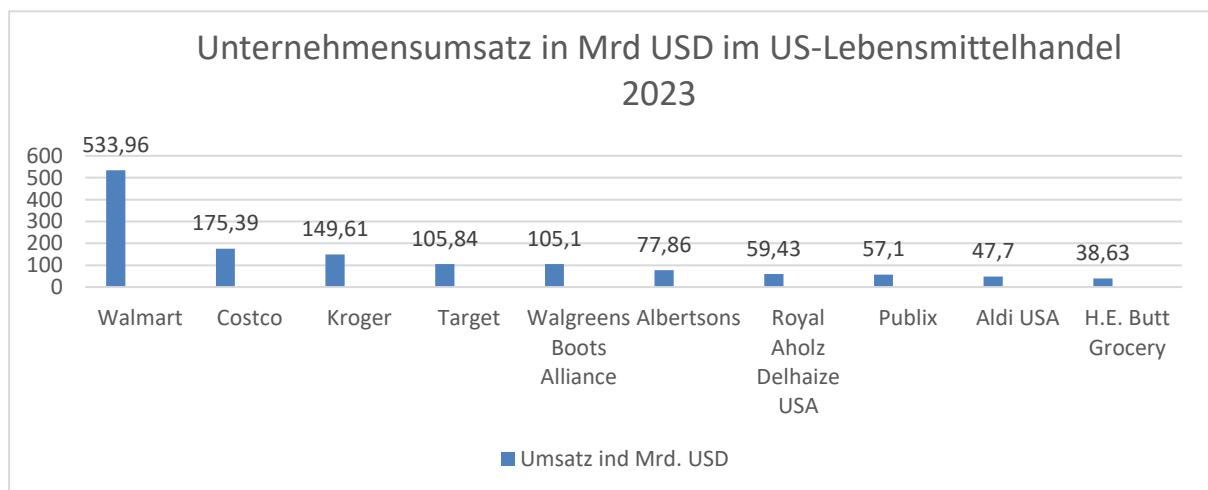


Abbildung 13: Umsatz im US-Lebensmittelhandel im Jahr 2023

Quelle: Statista (2024): Umsatz der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in den USA: de.statista.com

Die Grafiken in den Abbildungen 13 und 14 bieten eine umfassende Übersicht über die führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in den USA und deren Marktanteile am Gesamtumsatz im Jahr 2023. Walmart Inc. ist mit einem Umsatz von 533,96 Mrd. EUR und einem Marktanteil von 39,5 % klarer Marktführer und spielt eine zentrale Rolle im Einzelhandelssektor. Auf den weiteren Plätzen folgen Costco Wholesale Corporation mit 175,39 Mrd. EUR Umsatz und 12,98 % Marktanteil sowie The Kroger Co. mit 149,61 Mrd. EUR Umsatz und 11,07 %. Albertsons Companies Inc. (77,86 Mrd. EUR, 5,76 %) und Sam's Club (geschätzt 5,1 %) gehören ebenfalls zu den führenden Unternehmen und bedienen vor allem regionale Märkte sowie Großhandelskunden. Ahold Delhaize USA Inc.,

⁹⁵ GTAI (2023): Deutsche Lebensmittelhändler in den USA immer erfolgreicher: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

mit einem Umsatz von 59,43 Mrd. EUR und einem Marktanteil von 5 %, ist ebenfalls ein wichtiger Akteur und zeichnet sich durch seine internationale Präsenz aus. Weitere relevante Anbieter sind Target Corporation mit einem Umsatz von 105,84 Mrd. EUR und einem Marktanteil von 7,84 %, das sich insbesondere auf den Verkauf von Lebensmittel spezialisiert, sowie Publix Super Markets Inc. (57,1 Mrd. EUR, 4,22 %), das vor allem im Südosten der USA stark vertreten ist. Aldi Inc. USA mit 47,7 Mrd. EUR Umsatz und einem Marktanteil von 3,5 % gewinnt zunehmend an Bedeutung, insbesondere durch seine preisgünstigen Angebote und die Expansion in den USA. Dollar General Corporation, mit einem geschätzten Marktanteil von 2,1 %, fokussiert sich auf kostengünstige Produkte und bedient preissensitive Kunden. Der verbleibende Marktanteil von 3 % entfällt auf kleinere Anbieter, die durch Nischenprodukte und regionale Angebote zur Marktvelfalt beitragen. Diese Marktstruktur zeigt, dass die US-Lebensmittelindustrie von großen Ketten dominiert wird, die den Markt durch Größe, Effizienz und ein breites Produktsortiment bestimmen, während kleinere Anbieter ergänzend wirken.⁹⁶

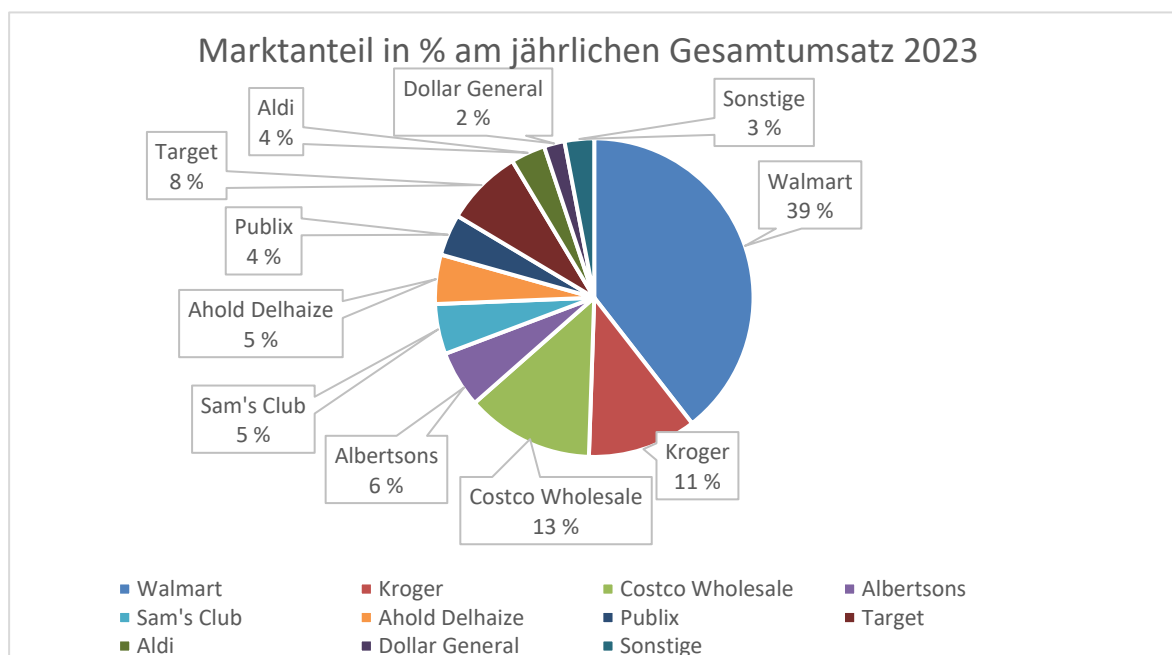


Abbildung 14: US-Lebensmittelmarktanteil in % am jährlichen Gesamtumsatz im Jahr 2023

Quelle: GTAI (2023): Deutsche Lebensmittelhändler in den USA immer erfolgreicher: gtai.de

Der Lebensmittel-E-Commerce-Markt in den USA wächst rasant und hat sich in den letzten Jahren zu einem zentralen Bestandteil des Lebensmitteleinzelhandels entwickelt. Bereits im Jahr 2021 machten Onlinekäufe 9,5 % des Gesamtumsatzes von 1,1 Mrd. US-Dollar im Lebensmitteleinzelhandel aus, was einen deutlichen Anstieg im Vergleich zu 2019 darstellt,

⁹⁶ GTAI (2023): Deutsche Lebensmittelhändler in den USA immer erfolgreicher: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

als dieser Anteil noch bei 3,4 % lag. Prognosen zufolge könnte der Anteil bis 2026 auf über 20 % steigen, was die wachsende Bedeutung dieses Vertriebskanals unterstreicht.⁹⁷

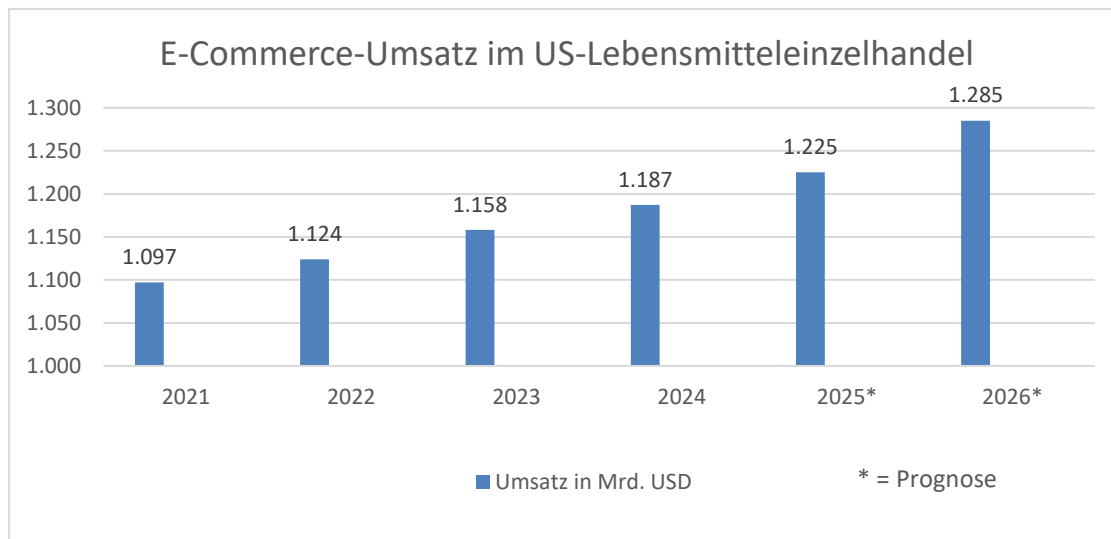


Abbildung 15: E-Commerce-Umsatz im US-Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: GTAI (2022): Lebensmitteldiscounter machen in den USA Boden gut: gtai.de

Um ihren Marktanteil zu vergrößern, setzten die großen US-Konzerne wie The Kroger Co., Target Corporation und Walmart Inc. zunehmend auf Omnikanal-Strategien, um ihren Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis zu bieten. Sie kombinieren ihre Online- und Offline-Angebote und optimieren digitale Plattformen wie Apps, um die Vorzüge von Mobile-, Online- und Ladengeschäften zu vereinen. Walmart hat im Oktober 2023 eine neue Scan-and-Go-Technologie eingeführt, die es Kunden ermöglicht, Produkte per Smartphone zu scannen und direkt in der App zu bezahlen. Diese Innovation spiegelt den Fokus auf Bequemlichkeit und Geschwindigkeit wider, der den Onlinehandel zunehmend prägt.⁹⁸

Auch Amazon.com Inc. ist ein wichtiger Akteur im US-Lebensmittel-E-Commerce und erweitert sein Angebot kontinuierlich. Mit seinen kassenlosen „Amazon Go“-Läden und den digitalen „Amazon Fresh“-Angeboten bietet das Unternehmen ein innovatives Einkaufserlebnis, das durch den Einsatz von Technologien wie aggregierten und anonymisierten Kundendaten weiter verbessert wird. Diese Daten helfen, das Kaufverhalten besser zu verstehen, Sortimente anzupassen und das Einkaufserlebnis zu personalisieren. Zum Erreichen aller Käuferschichten expandiert Amazon.com Inc. auch ins Premiumsegment mit seinen Whole-Foods-Märkten. Gleichzeitig wird die Position im expandierenden E-Commerce-Bereich gezielt ausgebaut. Im November 2023 gab Amazon.com Inc. bekannt,

⁹⁷ GTAI (2022): Lebensmitteldiscounter machen in den USA Boden gut: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

⁹⁸ Ebenda.

dass künftig auch Nicht-Prime-Kunden die Amazon-Lebensmittellieferfunktion nutzen können.⁹⁹

Neben diesen etablierten Anbietern spielen auch spezialisierte Online-Lieferdienste wie Instacart eine zentrale Rolle. Instacart bietet eine Plattform für Lebensmittellieferungen aus lokalen Supermärkten und hat während der COVID-19-Pandemie enorm an Bedeutung gewonnen. Darüber hinaus etablieren sich regionale Anbieter und Nischenplattformen, die sich auf Bio-Produkte, regionale Erzeugnisse oder schnelle Lieferungen zu späten Uhrzeiten spezialisiert haben.¹⁰⁰

Die dynamische Entwicklung des E-Commerce-Marktes im Lebensmittelsegment zeigt, dass digitale Lösungen und Omnikanal-Strategien immer mehr zum Standard werden. Die Konsumenten sind offen für neue Technologien und schätzen die Kombination aus Komfort, Personalisierung und Effizienz, die diese Plattformen bieten. Mit weiterem Wachstum und neuen technologischen Innovationen wird der Lebensmittel-E-Commerce in den kommenden Jahren einen noch größeren Anteil am US-amerikanischen Lebensmitteleinzelhandel einnehmen.¹⁰¹

4.4 Deutschland als Handelspartner im US-Lebensmittelmarkt

Der Anteil deutscher Ausfuhren an den gesamten US-Importen von Lebensmitteln und Getränken ist zwar vergleichsweise klein, doch Deutschland bleibt ein bedeutender Handelspartner der USA. Im Jahr 2022 machten Lebensmittel, Futtermittel und Getränke etwa 9 % aller US-Importe aus, was die starke Eigenproduktion der USA unterstreicht. Als weltweit führende Exportnation für Lebens- und Futtermittel ist der Bedarf der USA an Importen in diesem Bereich begrenzt. Trotzdem sind die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und den USA beeindruckend: Im Jahr 2023 importierten die USA Waren im Wert von 157,9 Mrd. Euro aus Deutschland, was 7,9 % der gesamten US-Importe und 9,9 % der deutschen Exporte ausmacht.¹⁰²

Deutschland bezieht eine Vielzahl an landwirtschaftlichen Produkten aus den USA, wobei einige Warengruppen besonders hervorzuheben sind. Ölfrüchte führten mit einem Gesamtwert von 1,5 Mrd. EUR die Importstatistik an. Dabei handelte es sich nahezu ausschließlich um Sojabohnen. Eine weitere bedeutende Produktgruppe waren Schalen- und Trockenfrüchte, im Wert von 759 Mio. EUR. Auch der Bereich pflanzlicher Nahrungsmittel, der unter anderem Getreide, Obst, Gemüse und Hülsenfrüchte umfasst, machte mit

⁹⁹ GTAI (2022): Lebensmitteldiscounter machen in den USA Boden gut: [gtai.de](https://www.gtai.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹⁰⁰ Ebenda.

¹⁰¹ Ebenda.

¹⁰² Destatis (2024): Bedeutung der USA als Handelspartner Deutschlands hat zugenommen: [destatis.de](https://www.destatis.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

2,6 Mrd. EUR einen erheblichen Anteil der Importe aus. Zudem wurden Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, darunter Fleisch, Milchprodukte und Eier, für 218 Mio. EUR importiert. Genussmittel wie Kaffee, Kakao und Tee spielten mit 355 Mio. EUR ebenfalls eine entscheidende Rolle.

Während Deutschland eine Vielzahl an Lebensmitteln aus den USA importiert, gibt es auch bedeutende Exportmöglichkeiten für deutsche Unternehmen. Zu den wichtigsten Warengruppen gehörten Zucker und Zuckererzeugnisse, die mit 286 Mio. EUR die Liste der Exporte anführten. Kakao und Kakaoerzeugnisse folgten mit 274 Mio. EUR. Ein weiteres bedeutendes Exportgut war Kaffee, der mit 267 Mio. EUR nachgefragt wurde. Auch Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, zu denen Getreideprodukte, verarbeitete Obst- und Gemüseprodukte sowie pflanzliche Öle zählen, erreichten ein Exportvolumen von 1,4 Mrd. EUR. Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, darunter Fleisch- und Milchprodukte, wurden für 174 Mio. EUR exportiert.¹⁰³

Im US-amerikanischen Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich dieser Export vor allem durch die deutschen Discounter Aldi Inc. und Lidl US LLC, die ihre Präsenz auf dem US-amerikanischen Markt in den letzten Jahren erheblich ausgebaut haben. Aldi Inc. betreibt mittlerweile über 2.800 Filialen in den USA und plant, seine Expansion weiter voranzutreiben. Damit ist Aldi Inc. gemessen an den Neueröffnungen aktuell der am schnellsten wachsende Lebensmittelhändler in den USA. Lidl US LLC hingegen verfügt über rund 170 Filialen, ausschließlich an der Ostküste, und setzt ebenfalls auf Wachstum. Diese Expansion stärkt die wirtschaftlichen Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und den USA.¹⁰⁴

Deutsche Hersteller haben sich im US-amerikanischen Lebensmittelmarkt erfolgreich positioniert, insbesondere im Bereich verarbeiteter Lebensmittel wie Backwaren, Molkereiprodukte und Wurstwaren. Marken wie Haribo und Ritter Sport sind inzwischen fest im Markt etabliert und genießen bei den US-Verbrauchern eine große Beliebtheit. Auch Produkte der Konzerne Dr. August Oetker KG und Knorr (Teil des Unilever PLC) finden sich in US-Haushalten.¹⁰⁵

4.5 Verbrauchsnachfrage und Trends

Die Lebensmittelindustrie in den USA befindet sich im Wandel, geprägt von veränderten Verbraucherpräferenzen und aktuellen Markttrends. Nach einer spartenabhängigen rückläufigen Entwicklung 2023 wird für 2024 ein moderates Produktionswachstum von etwa

¹⁰³ BMEL (2023): Außenhandel mit den USA: www.bmel-statistik.de, zuletzt aufgerufen am 26.02.2025

¹⁰⁴ GTAI (2023): Deutsche Lebensmittelhändler in den USA immer erfolgreicher: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹⁰⁵ Ebenda.

1 % erwartet.¹⁰⁶ US-Verbraucher legen zunehmend Wert auf gesunde Ernährung, was die Nachfrage nach frischen und natürlichen Lebensmitteln steigert. Tierische Produkte wie Fleisch und Käse bleiben beliebt, wobei ein Trend zu mageren und proteinreichen Varianten erkennbar ist. Auch der Konsum von Backwaren, Knabberartikel und Süßwaren bleibt hoch, wobei auch in dieser Kategorie gesündere Alternativen an Bedeutung gewinnen.¹⁰⁷

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit wächst, und Verbraucher bevorzugen zunehmend lokal produzierte und Bio-Lebensmittel. Dies fördert den Trend zu regionalen Produkten und umweltfreundlichen Verpackungen. Unternehmen reagieren darauf mit Investitionen in nachhaltige Praktiken und lokale Beschaffung. In den USA gewinnt zudem das Sortiment an Tierersatzprodukten an Bedeutung. Neben vegetarischen und veganen Alternativen steigt auch die Nachfrage nach laktosefreien, glutenfreien, halal und koscheren Produkten. Diese Entwicklung spiegelt ein wachsendes Bewusstsein für Gesundheit, Nachhaltigkeit und ethische Ernährung wider. Die Vielfalt der Ernährungspräferenzen in den USA sorgt dafür, dass Hersteller ihr Angebot stetig erweitern. Mit innovativen und an spezifische Bedürfnisse angepassten Produkten können sie neue Märkte erschließen und auf die wachsenden Anforderungen der Verbraucher reagieren.¹⁰⁸ Steigende Lebensmittelpreise haben jedoch einen starken Einfluss auf das Kaufverhalten der US-Verbraucher. Preisbewusste Kunden greifen vermehrt zu günstigen Alternativen, was dem Discounter-Segment und Eigenmarken zugutekommt. Auch größere Verpackungseinheiten sind gefragt, da sie im Verhältnis günstiger sind und seltener nachgekauft werden müssen. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach preiswerten Fertigprodukten und Fast-Food-Angeboten, die eine schnelle und bequeme Mahlzeitenlösung bieten. Tiefkühlgerichte, Instant-Produkte und Kombi-Menüs gewinnen dabei an Beliebtheit.¹⁰⁹ In den USA bleiben Erfrischungsgetränke wie Cola weiterhin stark verbreitet und gehören zu den meistkonsumierten Getränken. Gleichzeitig zeigt sich ein klarer Trend hin zu gesünderen Alternativen, wie zuckerreduzierten Softdrinks, funktionalen Getränken und pflanzlichen Optionen. Besonders die jüngere Generation konsumiert zunehmend weniger Alkohol, was die Getränkeindustrie vor neue Herausforderungen und Chancen stellt. Alkoholfreie Alternativen wie Mocktails, alkoholfreie Biere und Kombucha-basierte Drinks gewinnen an Beliebtheit und könnten die Branche langfristig prägen.¹¹⁰

Um gestiegene Kosten aufzufangen und effizienter zu produzieren, investieren US-Nahrungsmittelhersteller verstärkt in Automatisierung, moderne Technologien und den Online-Vertrieb. Dies ermöglicht es, Produktionskapazitäten zu erhöhen und den aktuellen

¹⁰⁶ GTAI (2024): US-Nahrungsmittelhersteller können die Produktion wieder steigern: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹⁰⁷ GTAI (2024): US-Nahrungsmittelhersteller können die Produktion wieder steigern: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹⁰⁸ Ebenda.

¹⁰⁹ Ebenda.

¹¹⁰ Ebenda.

Marktanforderungen gerecht zu werden. Insgesamt passt sich die US-Lebensmittelindustrie den veränderten Verbraucherbedürfnissen an, mit einem klaren Fokus auf Gesundheit, Nachhaltigkeit und Komfort.¹¹¹

¹¹¹ GTAI (2024): US-Nahrungsmittelhersteller können die Produktion wieder steigern: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

5. Rahmenbedingungen zum Import

5.1 Importbestimmungen, Zollverfahren und Umsatzsteuersätze

In den USA sind Importeure für die Sicherheit der von ihnen eingeführten Lebensmittel verantwortlich. Die rechtlichen Vorgaben zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit sind im Food Safety Modernization Act (FSMA) festgelegt. Ein zentrales Element des FSMA ist das Foreign Supplier Verification Program, das Importeure verpflichtet, sicherzustellen, dass ihre ausländischen Lieferanten die US-amerikanischen Standards für Lebensmittelsicherheit erfüllen. Ein wesentlicher Bestandteil dieser Vorschriften ist die Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln. Die verantwortliche Behörde Food and Drug Administration (FDA) hat hierzu die Food Traceability Final Rule erlassen, die zusätzliche Aufzeichnungspflichten für bestimmte Lebensmittel festlegt. Diese Regelung soll eine schnelle Identifizierung und Entfernung potenziell kontaminierter Lebensmittel vom Markt ermöglichen, um lebensmittelbedingte Erkrankungen zu reduzieren.¹¹²

Beim Import von Lebensmitteln in die USA gelten spezifische steuerliche und zollrechtliche Bestimmungen. In den USA werden auf importierte Waren, einschließlich Lebensmittel, Zölle und Einfuhrabgaben erhoben. Die Höhe dieser Abgaben richtet sich nach dem Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS), der auf dem internationalen harmonisierten System basiert. Die ersten sechs Stellen des HTSUS-Codes entsprechen dem globalen Standard, während die weiteren Stellen spezifische Unterkategorien für die USA definieren. Die endgültige Festlegung des zutreffenden Zollsatzes obliegt der U.S. Customs and Border Protection (CBP). Die Zollsätze variieren je nach Produktkategorie und Ursprungsland. Für Lebensmittelimporte aus der Europäischen Union (EU) liegen die Zollsätze in der Regel zwischen 0 % und 5 % des Warenwerts. Die Berechnung der Zölle und Abgaben erfolgt auf Basis des Warenwerts, der Versandkosten und gegebenenfalls der Versicherungskosten. Der Gesamtwert dient als Grundlage für die Anwendung des entsprechenden Zollsatzes gemäß HTSUS. Es ist wichtig, die genaue Warennummer (Tarifcode) des Produkts zu ermitteln, um den zutreffenden Zollsatz bestimmen zu können.¹¹³

Die USA erheben keine landesweit einheitliche Mehrwertsteuer (VAT). Stattdessen existiert ein System der Umsatzsteuer (Sales Tax), die auf Bundesstaaten- und lokaler Ebene variieren kann. Diese Steuer wird in der Regel auf den Verkauf an Endverbraucher erhoben und nicht direkt auf importierte Waren. Importierte Lebensmittel unterliegen somit den jeweiligen Umsatzsteuergesetzen des Bundesstaates, in dem sie verkauft werden. Es ist wichtig zu

¹¹² FDA (2024): FSMA Final Rule on Requirements for Additional Traceability Records for Certain Foods: [fda.gov](https://www.fda.gov), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹¹³ CBP (2024): Determining Duty Rates: [cbp.gov](https://www.cbp.gov), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

beachten, dass bestimmte Lebensmittelkategorien in einigen Bundesstaaten von der Umsatzsteuer befreit sein können, während sie in anderen besteuert werden.¹¹⁴

Es empfiehlt sich, das Online-Tool der HTSUS-Webseite zur Ermittlung von Zöllen und Handelsvorschriften zu verwenden. Dieses wird von der U.S. International Trade Commission (USITC) bereitgestellt und bietet umfassende Informationen zu Zöllen, Tarifen und Handelsregeln für den Import und Export von Waren in die und aus den USA. Nutzer können die Zolltarifnummer (HS-Code) eingeben, um die entsprechenden Zollsätze und Abgaben für ihre Produkte zu finden. Die Plattform ermöglicht außerdem eine detaillierte Navigation durch verschiedene Warenkategorien, um die richtigen Tarife zu ermitteln. Darüber hinaus bietet das Tool Informationen über Handelsabkommen der USA, die Zollsätze und Einfuhrbestimmungen beeinflussen können, sowie Angaben zu Zusatzabgaben, Antidumping-Maßnahmen oder Zollkontingenten, die für bestimmte Produkte gelten. Die HTSUS-Datenbank ist über die Webseite der USITC frei zugänglich.¹¹⁵ Ergänzend dazu stellt die CBP das Portal ACE (Automated Commercial Environment) bereit, das Importeure und Exporteure bei der Einhaltung von Zollvorschriften und der elektronischen Abwicklung von Handelsprozessen unterstützt. Dieses System hilft Unternehmen, ihre Handelsaktivitäten effizienter und regelkonform zu gestalten.¹¹⁶ Beide Plattformen sind essenziell für Unternehmen, die in den US-amerikanischen Markt einsteigen oder ihre Handelsaktivitäten optimieren möchten. Weitere Informationen sind über die Webseiten der USITC und der CBP abrufbar: [HTSUS Online-Tool](#) und [CBP Automated Systems](#).

5.2 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Seit der Einführung des FSMA im Jahr 2011 wurden die Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit für alle in die USA importierten Produkte deutlich verschärft. Für bestimmte Waren, wie Zucker und zuckerhaltige Produkte, gelten mengenmäßige Importbeschränkungen, die den Erwerb spezieller Lizenzen erfordern. Darüber hinaus müssen viele Lebensmittelimporte durch Gesundheitszeugnisse für Tiere oder Pflanzen begleitet werden, um den hohen Standards des US-Marktes gerecht zu werden. Exportierende Betriebe sind für den Erhalt einer Zulassung für den US-Markt verpflichtet, sich bei der FDA zu registrieren und diese Registrierung im zweijährigen Rhythmus zu erneuern. Ohne diese Registrierung dürfen Produkte nicht in die USA eingeführt werden. Die FDA reguliert streng, welche Zutaten in Lebensmitteln zugelassen sind, darunter auch Farbstoffe, Aromen und Konservierungsmittel. Sie prüft nicht nur die Sicherheit dieser Stoffe, sondern definiert auch die maximal zulässigen Mengen für ihre Verwendung. Darüber

¹¹⁴ Yonda (2024): A Guide to US Import Sales Tax: [yondatag.com](#), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹¹⁵ HTS (2024): 2024 HTS Revision 10: [hts.usitc.gov](#), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹¹⁶ CBP (2024): ACE and Automated Systems: [cbp.gov](#), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

hinaus kontrolliert die FDA Materialien, wie Verpackungen und Behälter, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen, um sicherzustellen, dass keine schädlichen Substanzen auf die Lebensmittel übergehen. Ergänzend müssen Produktions- und Verfahrenstechnologien angegeben werden und den US-Standards entsprechen. Wenn bei der Produktion von Lebensmitteln neue Technologien eingesetzt werden, müssen diese die gleichen Sicherheitsstandards erfüllen wie etablierte Verfahren in der Lebensmittelverarbeitung und eine zusätzliche Prüfung durchlaufen, bevor die Produkte auf dem US-Markt vertrieben werden können. Die FDA bietet Herstellern eine Pre-Market-Beratung an, um die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sicherzustellen.¹¹⁷

Für deutsche Hersteller, die ihre Produkte in den USA verkaufen möchten, ist es essenziell, dass alle verwendeten Technologien und Inhaltsstoffe den Vorgaben der FDA entsprechen. Dazu müssen die Zutaten entweder ausdrücklich von der FDA zugelassen oder in der „Substances Added to Food“-Datenbank aufgeführt sein. Diese umfassende Liste enthält nahezu 4.000 Substanzen, einschließlich solcher, die aufgrund neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse mittlerweile nicht mehr erlaubt sind.¹¹⁸ Besonders strenge Vorschriften gelten für tierische Produkte wie Milchprodukte, Fleisch- und Fischwaren sowie Eiprodukte. Diese Produkte unterliegen der Kontrolle des Food Safety and Inspection Service (FSIS) des USDA, der für die Überprüfung der Produktionsstandards und die Genehmigung der Importe zuständig ist. Ergänzend müssen Betriebe nachweisen, dass sie die umfassenden Hygienestandards und Sicherheitsanforderungen erfüllen, bevor ihre Produkte in den US-Markt gelangen dürfen. Diese Zulassung für europäische fleischverarbeitende Betriebe ist oft aufwendig und teuer.¹¹⁹ Die Zertifizierung von Bioprodukten erfolgt auch über das USDA im Rahmen des National Organic Program, das Anforderungen an Anbau, Verarbeitung und Kennzeichnung regelt. Dank eines seit 2012 bestehenden Äquivalenzabkommens zwischen der EU und den USA können biologisch zertifizierte Produkte gegenseitig als Bio anerkannt und vermarktet werden.¹²⁰ Alkoholische Getränke hingegen dürfen nur von Importeuren eingeführt werden, die über eine gültige Einfuhrgenehmigung (Federal Basic Importer's Permit) des Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau verfügen und als zugelassene Importeure registriert sind (Alcohol Dealer Registration).¹²¹ Neben diesen spezifischen Regelungen schreibt der FSMA präventive Maßnahmen vor, wie die Einführung von „Hazard Analysis and Critical Control Points“-Systemen in Produktionsprozessen. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird durch regelmäßige Inspektionen und Audits seitens der US-Behörden überwacht.¹²²

¹¹⁷ FDA (2023): Food Ingredients & Packaging: www.fda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹¹⁸ Ebenda.

¹¹⁹ Dr. Brill & Huckert (2021): Länderbericht USA: www.agrarexportfoerderung.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹²⁰ GTAI (2024): US-Nahrungsmittelhersteller können die Produktion wieder steigern: gtai.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹²¹ Ebenda.

¹²² Antares Vision Group: Gesetz zur Modernisierung der Lebensmittelsicherheit (FSMA): Richtlinien, Vorschriften und Auswirkungen: www.rfxcel.com, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

5.3 Kennzeichnungsvorschriften

In den USA unterliegen Lebensmittel im Einzelhandel spezifischen Kennzeichnungsvorschriften, die von der FDA und USDA festgelegt werden.

Pflichtangaben auf Lebensmittelverpackungen in den USA:

- **Produktbezeichnung:** Der genaue Name des Lebensmittels muss klar und deutlich auf der Verpackung angegeben sein.
- **Zutatenliste:** Alle Inhaltsstoffe sind in absteigender Reihenfolge ihres Gewichtsanteils aufzuführen. Im Gegensatz zur EU werden Zusatzstoffe in den USA nicht mit E-Nummern, sondern mit ihren spezifischen Namen deklariert.
- **Allergenkennzeichnung:** Die USA erkennen neun Hauptallergene an, darunter auch Sesam. Allergene können direkt in der Zutatenliste oder in einer separaten „Contains“-Erklärung angegeben werden. Eine besondere Hervorhebung ist nicht erforderlich.
- **Nettofüllmenge:** Die genaue Menge des Inhalts muss in den entsprechenden Maßeinheiten (z. B. Unzen, Pfund) angegeben werden.
- **Nährwertkennzeichnung:** Die USA verlangen die Angabe von 15 Nährwerten, darunter Kalorien, Gesamtfett, Zucker. Die Darstellung erfolgt in einem spezifischen Format.
- **Hersteller- oder Importeurangaben:** Name und Anschrift des verantwortlichen Unternehmens müssen auf dem Etikett vermerkt sein.
- **Mindesthaltbarkeitsdatum:** Obwohl nicht in allen US-Bundesstaaten gesetzlich vorgeschrieben, wird die Angabe eines Mindesthaltbarkeitsdatums von Handelspartnern und Verbrauchern erwartet.
- **Sprache:** Alle Pflichtangaben müssen in englischer Sprache erfolgen.
- **Schriftgröße:** Die FDA legt spezifische Mindestschriftgrößen von 8 für verschiedene Angaben fest, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.
- **Farbstoffe und Zusatzstoffe:** In den USA sind bestimmte Farb- und Zusatzstoffe zugelassen, die in der EU nicht erlaubt sind – und umgekehrt.¹²³

Für deutsche Hersteller, die Produkte in die USA exportieren möchten, ist es essenziell, die spezifischen US-Vorschriften zu befolgen. Wenn gegen diese Vorschriften verstoßen wird, kann die FDA den Hersteller auf eine Liste von Unternehmen setzen, die einer verstärkten Überwachung unterliegen. Dies gilt insbesondere in Fällen, in denen der Importeur der Waren nicht eindeutig zugeordnet werden kann.¹²⁴

¹²³ IHK (2024): Lebensmittelkennzeichnung: EU versus USA: [ihk.de](https://www.ihk.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹²⁴ Dr. Brill & Huckert (2021): Länderbericht USA: www.agrarexportfoerderung.de, zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

In den USA existieren zudem verschiedene Kennzeichnungen, die Verbrauchern Informationen über Qualität, Herkunft, Produktionsmethoden und Nachhaltigkeit von Lebensmitteln bieten.

Die wichtigsten Labels auf Lebensmitteln in den USA sind:

- USDA Organic: Dieses Siegel kennzeichnet Produkte, die gemäß den Richtlinien des USDA biologisch produziert wurden. Es garantiert, dass mindestens 95 % der Inhaltsstoffe aus ökologischem Anbau stammen und ohne den Einsatz synthetischer Pestizide oder gentechnisch veränderter Organismen hergestellt wurden.
- Certified Vegan (Vegan Action): Dieses Label wird von der Organisation Vegan Action vergeben und kennzeichnet Produkte, die frei von tierischen Inhaltsstoffen sind.
- Non-GMO Project Verified: Dieses Label weist darauf hin, dass ein Produkt keine gentechnisch veränderten Organismen enthält.
- Fair Trade Certified: Dieses Siegel steht für Produkte, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt und bei deren Produktion soziale, ökologische und ökonomische Standards eingehalten wurden.
- Certified Humane: Dieses Label bestätigt, dass bei der Tierhaltung humane Praktiken angewendet wurden. Es stellt sicher, dass Tiere unter artgerechten Bedingungen leben und behandelt werden.
- Dolphin Safe: Dieses Siegel findet sich hauptsächlich auf Fisch- und Meeresfrüchteleprodukten und garantiert, dass beim Fang keine Delfine verletzt oder getötet wurden.
- Gluten-Free Certification: Dieses Label zeigt an, dass ein Produkt kein Gluten enthält und für Menschen mit Glutenunverträglichkeit oder Zöliakie geeignet ist.
- Kosher Certification: Dieses Siegel bestätigt, dass ein Lebensmittel den jüdischen Speisegesetzen entspricht und unter rabbinischer Aufsicht hergestellt wurde.
- Halal Certification: Dieses Label weist darauf hin, dass ein Produkt den islamischen Ernährungsvorschriften entspricht und für muslimische Verbraucher geeignet ist.¹²⁵

Diese Kennzeichnungen helfen Verbrauchern in den USA Entscheidungen beim Lebensmittelkauf zu treffen, indem sie Transparenz hinsichtlich der Produktionsmethoden, Inhaltsstoffe und ethischen Standards bieten.¹²⁶

¹²⁵ IHK (2024): Lebensmittelkennzeichnung: EU versus USA: [ihk.de](https://www.ihk.de), zuletzt aufgerufen am 08.01.2025

¹²⁶ Ebenda.

6. SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
- Zweitgrößter Markt weltweit - Hohe Kaufkraft der Konsumenten - Hohe Diversität der Produktpalette - Starke Nachfrage nach gesunden, biologischen und nachhaltigen Produkten - Hohe Produktinnovationskraft, Forschung und Entwicklung im Lebensmittelsektor - Globalisierung durch Handel, Investitionen und Konzessionen - Umfangreiches Lieferantennetzwerk - Exportorientierte Großunternehmen - Hervorragende Infrastruktur	- Hoher Wettbewerb durch US-Anbieter - Starke Regularien - Teilweise hohe Besteuerung und Schutzzölle auf eingeführte Lebensmittel - Mangel an qualifizierten Arbeitskräften - Schwache Kennzeichnung und Regularien von Inhaltsstoffen - Monopolstellung großer Konzerne - Hohes Maß an Rückrufaktionen auf dem US-Markt
Chancen	Risiken
- Abhängigkeit des US-Marktes von Lebensmittelimporten - Technologiebedarf innovativer Unternehmen - „Made in Germany“ mit positiver Assoziierung verbunden - Wachsendes Bewusstsein und höhere Nachfrage bei pflanzlicher und Bio-Ernährung und Nachhaltigkeitstrends - Zunehmende Bedeutung des Online-Vertriebs - Öffnung des Marktes für innovative Produkte	- Wassermangel in weiten Teilen des Landes - Volatile Rohstoffpreise - Beliebtheit lokaler Produkte und traditioneller Methoden - Steigende Inflation gefährdet Kaufkraft - Neuer US-Präsident; könnte maßgebliche Veränderungen vornehmen - Regulatorische Veränderungen und weitere US-Schutzzölle kurzfristig möglich

Quelle: GTAI (2023): Dienstleistungssektor dominiert die Wirtschaft

7. Adressmaterial

7.1 Fachmessen

EATS: The Equipment, Automation and Technology Show for the Food & Beverage	
Adresse / Website	McCormick Place Convention Center Chicago 2301 South King Drive, Chicago, IL 60616, USA www.process-expo.us.messefrankfurt.com/us/
Kontakt	E-Mail: info@fpsa.org Tel.: +1-703-761-2600
Profil	EATS, ehemals Process Expo, ist eine der größten Messen in den USA für alle Bereiche der Lebensmittel- und Getränkeverarbeitung sowie -verpackung. Alle zwei Jahre nehmen 400 Aussteller aus der ganzen Welt an der Messe teil. Neben Nahrungsmitteln und Getränken werden auch Maschinen und Zubehör präsentiert.
Termin	Turnus: zweijährlich Oktober 2025

IFT FIRST: Annual Event and Expo	
Adresse / Website	Institute of Food Technologists 525 West. Van Buren Suite 1000 Chicago, Illinois 60607 USA www.iftevent.org
Kontakt	E-Mail: info@ift.org Tel.: +1-800-438-3663
Profil	Die IFT FIRST ist die größte B2B-Messe für Lebensmittelinnovationen. FIRST steht für „Food Improved by Research, Science, and Technology“. Die Messe bringt Wissenschaftler, Ingenieure und Unternehmer zusammen, um die Zukunft der Branche zu diskutieren und neue Produkte sowie Zutaten vorzustellen.
Termin	Turnus: jährlich Juli 2025

Sweets & Knabberartikel Expo	
Adresse / Website	Indiana Convention Center, South Capitol Avenue 100 Indianapolis USA www.sweetsandKnabberartikel.com
Kontakt	Tel.: +1-725-204-9776
Profil	Die Sweets & Knabberartikel Expo ist die größte Messe für Süßwaren und Knabberartikel in Nordamerika. Auf dieser Veranstaltung werden verschiedene Produkte ausgestellt, darunter Schokolade, Bonbons, Kaugummi, salzige Knabberartikel, Kekse, Popcorn, Frühstücksknabberartikel, Müsliriegel, Fleisch- und Fruchtknabberartikel, Granola und Nüsse. Die Messe richtet sich an Einkäufer, Großhändler und Einzelhändler.
Termin	Turnus: jährlich Mai 2025

Winter Fancy Food Show	
Adresse / Website	Las Vegas Convention Center (LVCC), 3150 Paradise Road, Nevada 89109 Las Vegas, Nevada, USA www.specialtyfood.com
Kontakt	Tel.: +1-212-482-6440
Profil	Die Winter Fancy Food Show ist eine bedeutende Messe für Speisen und Getränke, die jedes Jahr im Las Vegas Convention Center stattfindet. Als eine der größten Messen an der Westküste bietet sie eine Plattform für Hersteller, Einkäufer und Interessierte, um eine breite Vielfalt an Produkten zu entdecken. Hier werden Spezialitäten wie Fleisch, Wein, Käse, Schokolade, Kaffee, Backwaren und vieles mehr vorgestellt.
Termin	Turnus: jährlich Januar 2025

7.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

Deutsche Botschaft: Department for Food & Agriculture	
Adresse / Website	4645 Reservoir Road, North West Washington D.C. 20007 USA www.germany.info
Kontakt	N.N. Landwirtschaftsattaché E-Mail: la-1@wash.diplo.de Tel.: +1-202-298-4347
Profil	Die Deutsche Botschaft in Washington setzt sich für die politischen und wirtschaftlichen Interessen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft ein, insbesondere durch die Delegierten des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.

Eurofoods Regulatory Advisors LLC	
Adresse / Website	42 Lehigh Lane Hicksville, New York 11801 - 3313 USA www.eurofoodsreg.com
Kontakt	Frau Margaret Eckers Präsidentin E-Mail: eckert@eurofoodsreg.com Tel.: +1-516-433-4864
Profil	Eurofoods Regulatory Advisors LLC hat sich auf die Unterstützung und Beratung in Fragen der Lebensmittelkennzeichnung und -einfuhr spezialisiert. Die Agentur verfügt über jahrelange Erfahrung in der Zusammenarbeit mit deutschen Lebensmittelherstellern.

Food and Drug Administration (FDA)	
Adresse / Website	10903 New Hampshire Avenue Silver Spring, Maryland 20993-0002 USA www.fda.gov
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-888-723-3366
Profil	Die FDA ist für die Überwachung der Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln zuständig. Unter anderem legt sie fest, welche Zutaten in Lebensmitteln verwendet werden dürfen. Dazu zählen auch Farbstoffe, Aromen und Konservierungsmittel. Die FDA überprüft, ob diese sicher für den Verzehr sind und in welchen Mengen sie verwendet werden dürfen.

National Association of State Department of Agriculture (NASDA)	
Adresse / Website	4350 Fairfax Drive, Suite 910 Arlington, Virginia 22203 USA www.nasda.org
Kontakt	E-Mail: contact@nasda.org Tel.: +1-202-296-9680
Profil	Die NASDA ist eine Vereinigung der Landwirtschaftsministerien der US-Bundesstaaten und -Territorien. Die Organisation fördert die Zusammenarbeit zwischen den Bundesstaaten und der Bundesregierung und setzt sich für die Interessen der Landwirtschaft, der Nahrungsmittelproduktion und -sicherheit sowie für den Handel mit landwirtschaftlichen Produkten ein. Die NASDA unterstützt die Einhaltung von Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit auf bundesstaatlicher Ebene. Dies umfasst die Überwachung der Produktionsstandards, um sicherzustellen, dass alle Produkte sicher für den Verzehr sind. Außerdem ist die NASDA für die Umsetzung und Überwachung von Kennzeichnungsvorschriften zuständig, die sicherstellen, dass Verbraucher umfassende Informationen über Inhaltsstoffe, Allergene und Nährwerte erhalten.

SNAC International	
Adresse / Website	1300 17th Street North, Suite 540, Arlington, Virginia 22209 USA www.snacintl.org
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-800-628-1334
Profil	Die SNAC International, gegründet 1937 als Snack Food Association, ist eine führende internationale Handelsvereinigung der Knabberartikelindustrie. Sie repräsentiert über 400 Unternehmen weltweit, darunter Zulieferer, Vermarkter und Hersteller. Die SNAC International fokussiert sich auf drei zentrale Säulen: Bildung, Interessenvertretung und Networking. Sie unterstützt aktiv die Vernetzung und den Austausch von Wissen und Innovationen in der Branche, u. a. durch selbst veranstaltete Messen wie die SNAXPO.

U.S. Department of Agriculture (USDA)	
Adresse / Website	1280 Maryland Avenue South West, Washington D.C. 20250 USA www.usda.gov
Kontakt	E-Mail: askusda@usda.gov Tel.: +1-202-720-2791
Profil	Das USDA spielt eine wesentliche Rolle bei der Regulierung und Förderung der Lebensmittelproduktion. Es überwacht die Lebensmittelsicherheit durch den FSIS. Das USDA ist besonders bei der Inspektion von Zutaten tierischen Ursprungs, wie Gelatine, Milchprodukte und Fleischbestandteile, involviert. Das USDA entwickelt in Zusammenarbeit mit der FDA Ernährungsrichtlinien, wie die „Dietary Guidelines for Americans“, die Empfehlungen zu Zucker- und Fettobergrenzen enthalten. Diese setzen auch Standards für die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln, um Verbraucher besser zu informieren.

7.3 Lebensmitteleinzelhandel

7-Eleven Inc.	
Adresse / Website	3200 Hackberry Road, Irving, Texas 75063 USA www.7-eleven.com
Kontakt	E-Mail: contact@7-11.com Tel.: +1-800-255-0711
Umsatz	42 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	135.000 (2023, weltweit)
Profil	7-Eleven Inc. ist eine landesweit bekannte Convenience-Store-Kette mit Tausenden von Standorten in den USA. Der Fokus liegt auf Fertigprodukten und somit auch auf kleineren, praktischen Süßwaren, Knabberartikeln und Convenienceprodukten. 7-Eleven Inc. hat derzeit etwa 85.000 Filialen in 19 Ländern.

ALDI Inc.	
Adresse / Website	1200 North Kirk Road, Batavia, Illinois 60510, USA www.aldi.us
Kontakt	E-Mail: contact@aldi.us Tel.: +1-630-879-8100
Umsatz	50 Mrd. Euro (2023, weltweit); 18 Mrd. USD (2023, USA)
Mitarbeiterzahl	25.000 (2023)
Profil	ALDI Inc. hat eine starke Präsenz in den USA mit über 2.300 Filialen. Das Unternehmen bietet ein reduziertes Sortiment, das sich auf preiswerte Eigenmarkenprodukte konzentriert, wobei die Qualität der Produkte hoch bleibt. Für deutsche Hersteller ist Aldi Inc. aufgrund seiner Bekanntheit für deutsche Produkte ein idealer Partner.

Costco Wholesale Corp.	
Adresse / Website	999 Lake Drive, Issaquah, Washington 98027 USA www.costco.com
Kontakt	E-Mail: isinfo@costco.com Tel.: +1-888-426-7826
Umsatz	241,2 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	328.000 (2023, weltweit)
Profil	Die Costco Wholesale Corp. ist ein führender Club- und Großhandelsmarkt mit über 850 Standorten weltweit, davon die Mehrheit in den USA. Das Unternehmen setzt auf Großpackungen und ein begrenztes, aber hochwertiges Sortiment. Bei Costco Wholesale Corp. ist für den Einkauf eine Mitgliedschaft erforderlich.

H-E-B LP	
Adresse / Website	4625 Windfern Road, Houston, Texas 77041, USA www.heb.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite
Umsatz	38,9 Mrd. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	145.000 (2023)
Profil	H-E-B LP ist ein texanischer Einzelhändler mit über 400 Standorten, der für seine hochwertigen Eigenmarken und internationalen Produkte bekannt ist. Das Unternehmen hat eine loyale Kundenbasis und bietet oft spezialisierte und importierte Lebensmittel an, was deutsche Hersteller anziehen könnte, die in den südlichen USA Fuß fassen wollen.

Kroger Co.	
Adresse / Website	1014 Vine Street Cincinnati, Ohio USA www.kroger.com
Kontakt	E-Mail: customerservice@kroger.com Tel.: +1-800-576-4377
Umsatz	148 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	420.000 (2023)
Profil	Kroger Co. ist der zweitgrößte Lebensmitteleinzelhändler in den USA mit über 2.700 Filialen in verschiedenen Regionen in 35 Bundesstaaten. Das Unternehmen bietet eine vielfältige Auswahl an Markenprodukten sowie regionale Anpassungen des Produktsortiments und ist auch für internationale Spezialitäten bekannt. Deutsche Produkte könnten hier aufgrund des breiten Kundenstamms und der Präsenz in vielen US-Bundesstaaten gut positioniert werden.

Lidl US LLC	
Adresse / Website	3500 South Clark Street, Arlington, Virginia 22202 USA www.lidl.com
Kontakt	E-Mail: info@lidl.us Tel.: +1-844-747-5435
Umsatz	1,1 Mrd. USD (2023, USA)
Mitarbeiterzahl	3.000 (2023)
Profil	Lidl US LLC, ursprünglich in Deutschland gegründet, hat seit dem Jahr 2017 auch in den USA Fuß gefasst. Das Unternehmen betreibt in den USA rund 170 Filialen und ist bekannt für sein Discounter-Modell, das auf niedrige Preise und eine hohe Produktqualität setzt. Das Unternehmen konzentriert sich stark auf Eigenmarkenprodukte, was einen Großteil seines Angebots ausmacht. Neben Lebensmitteln bietet Lidl auch Non-Food-Artikel an.

Publix Corp	
Adresse / Website	1936 George Jenkins Boulevard. Lakland, Florida 33815-3760 USA www.publix.com
Kontakt	Tel.: +1-800-242-122
Umsatz	54,5 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	250.000 (2023)
Profil	Publix Corp. ist ein regionaler Lebensmittelhändler im Südosten der USA mit über 1.300 Filialen. Das Unternehmen hat eine starke Kundenbasis und bietet vor allem Premiumprodukte an. Für deutsche Hersteller, die Produkte wie Fleisch, Schokolade oder Milchprodukte anbieten, könnte Publix Corp. eine interessante Option sein.

Safeway Inc.	
Adresse / Website	5918 Stoneridge Mall Road, Pleasanton, California 94588 USA www.safeway.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-877-723-3929
Umsatz	77,6 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	290.000 (2023)
Profil	Safeway Inc. ist Teil der Albertsons-Kette, einem der größten Lebensmitteleinzelhändler in den USA mit über 2.200 Filialen. Albertsons/Safeway Inc. bietet eine breite Palette an Lebensmittel an und ist offen für internationale Marken. Die Filialen bieten sowohl viele Eigenmarken als auch Markenartikel in allen Produktkategorien an.

Target Corp.	
Adresse / Website	1000 Nicollet Mall, Minneapolis, USA www.target.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-612-304-6073
Umsatz	109 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	450.000 (2023)
Profil	Target Corp. ist ein großer Einzelhändler mit mehr als 1.900 Standorten in den USA, der sich zunehmend auf Lebensmittel und spezialisierte Lebensmittelmarken konzentriert. Das Unternehmen ist besonders im kostengünstigen Segment erfolgreich. Target Corp. expandiert seine Lebensmittelsparte und bietet eine Mischung aus Mainstream- und Premium-Produkten an, was deutschen Herstellern Potenzial bietet, insbesondere im Premium-Segment.

Trader Joe's	
Adresse / Website	800 South Shamrock Ave Monrovia, California 91017-7149 USA www.traderjoes.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktform auf Webseite
Umsatz	16,5 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	50.000 (2023)
Profil	Trader Joe's ist ein spezialisierter Einzelhändler mit Fokus auf einzigartige und internationale Lebensmittel, oft als Eigenmarken. Somit bietet er exklusive, hochwertige Produkte zu erschwinglichen Preisen. Trader Joe's wurde 1979 von Aldi Nord übernommen, agiert jedoch unabhängig von den Aldi-Filialen in den USA und behält eine eigenständige Marke und Unternehmensstruktur bei. Das Unternehmen betreibt rund 530 Filialen in den USA und hat sich als Ort für preisbewusste, aber qualitätsorientierte Verbraucher etabliert. Deutsche Hersteller, die auf ein Nischenpublikum abzielen, könnten hier Fuß fassen.

Walmart Inc.	
Adresse / Website	702 SouthWest 8th Street Bentonville, Arkansas, 72716, USA www.walmart.com
Kontakt	Tel.: +1-800-925-6278
Umsatz	611,3 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	2,1 Mio. (2023, weltweit); 1,6 Mio. (2023, USA)
Profil	Walmart Inc. ist der größte Einzelhändler der Welt mit über 4.700 Filialen in den USA, der im Einzel- und Großhandel tätig ist. Walmart Inc. bietet eine breite Palette von Lebensmitteln an, die eine starke Preisorientierung haben, darunter auch importierte Produkte.

Whole Foods Market Inc.	
Adresse / Website	550 Bowie Street Austin, Texas 78703 USA www.wholefoodsmarket.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-844-936-8255
Umsatz	16,03 Mrd. USD (2017)
Mitarbeiterzahl	105.000 (2023)
Profil	Whole Foods Market Inc. ist ein Premium-Lebensmitteleinzelhändler, der sich auf biologische und natürliche Produkte spezialisiert hat und von Amazon übernommen wurde. Das Unternehmen richtet sich insbesondere an qualitätsbewusste Verbraucher und ist vor allem in gehobenen Vierteln und urbanen Zentren zu finden. Deutsche Hersteller, die hochwertige oder biozertifizierte Produkte anbieten, könnten hier auf eine passende Zielgruppe stoßen.

7.4 Importeure

Bimbo Bakeries USA Inc.	
Adresse / Website	255 Business Center Drive Horsham, Pennsylvania 19044 USA www.bimbobakeriesusa.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-800-984-0989
Umsatz	4,6 Mrd. USD (2022)
Mitarbeiterzahl	20.000 (2022)
Profil	Bimbo Bakeries USA Inc. ist die US-Niederlassung der Grupo Bimbo, ein internationaler Bäckereikonzern aus Mexiko. Es ist das größte Bäckereiunternehmen in den USA, das Backwaren liefert und im Großhandel und Vertrieb von u. a. Chips, Tortillas, Keksen und Gebäck tätig ist. Bimbo Bakeries USA Inc. beliefert Kunden in allen US-Bundesstaaten.

CMA Global Partners – German Foods	
Adresse / Website	7809 Green Twig Road Bethesda, Maryland 20817 USA www.cmaglobalpartners.com
Kontakt	E-Mail: info@cmaglobalpartners.com Tel.: +1-301-365-5043
Profil	CMA Global Partners ist eine Agentur, die Hersteller aus Deutschland beim Import von Lebensmitteln in die USA unterstützt. Zu ihren Leistungen gehören die Durchführung der FDA-Registrierung, die Erstellung des „Foreign Supplier Verification Program“ sowie Dienstleistungen als „Importer of Record“ und Start-up-Beratung.

Euro-American Brands LLC	
Adresse / Website	95 New Jersey -17, Paramus, New Jersey 07652, USA www.euroamericanbrands.com
Kontakt	Tel.: +1-201-368-2512
Umsatz	7,6 Mio. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	38 (2023)
Profil	Euro-American Brands LLC ist Exklusivimporteur verschiedener bekannter Marken aus Deutschland und anderer europäischer Länder. Das Unternehmen verfügt über ein eigenes nationales Verkaufsnetz sowie über ein ausgedehntes Netz von Handelsvertretern.

European Imports Inc.	
Adresse / Website	600 East Brook Drive Arlington Heights, Illinois, 60005-4622 USA www.eiltd.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-800-323-3464
Profil	European Imports Inc. ist ein führender Importeur und Vertreiber von Feinkost- und Spezialitätenprodukten aus Europa. Das Unternehmen verfügt über drei Distributionszentren in Arizona, Georgia und Texas.

KeHE Distributors	
Adresse / Website	1245 East Diehl Road Ste 200 Naperville, Illinois 60563 USA www.kehe.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite
Mitarbeiterzahl	5.500
Profil	KeHE Distributors ist auf den Vertrieb von natürlichen und biologischen Lebensmitteln spezialisiert. Das Unternehmen importiert auch internationale Marken und vertreibt sie in den USA. Relevant sind KeHE Distributors für deutsche Hersteller insbesondere für den Vertrieb von Lebensmitteln aus dem Premium-Segment.

The Taste of Germany	
Adresse / Website	615 Lofstrand Lane Rockville, Maryland 20850 USA www.thetasteofgermany.com
Kontakt	E-Mail: contact@thetasteofgermany.com Tel.: +1-800-881-6419
Profil	The Taste of Germany ist Teil von CMA Global Partners. Das Unternehmen ist ein US-amerikanischer Distributor und Importeur deutscher Lebensmittel und Spezialitäten. Die Produkte können in den USA im Einzelhandel oder über E-Commerce erworben werden.

United Natural Foods Inc. (UNFI)	
Adresse / Website	313 Iron Horse Way, Providence, Rhode Island 02908 USA www.unfi.com
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf Webseite
Umsatz	28 Mrd. USD (2023)
Mitarbeiterzahl	30.000
Profil	UNFI ist einer der größten Importeure und Distributoren von Lebensmitteln in den USA. Das Unternehmen beliefert verschiedene Einzelhändler und Lebensmittelketten im ganzen Land.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Landwirtschaft,
Ernährung und Heimat (BMLEH)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmleh.bund.de

STAND

Februar 2025

UMSCHLAGGESTALTUNG

BMLEH

BILDNACHWEIS

Christin Lola/stock.adobe.com

TEXT

enviacon international
eine Marke der enviacon GmbH
Schlossstraße 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Svantje Jensen
Laura Lehmann

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon GmbH keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon GmbH und zweitens die Förderung durch das BMLEH gestattet.

Das BMLEH ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMLEH unentgeltlich abgegeben. Die Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter
www.bmleh.de
www.bmleh.de/social-media
www.agrarexportfoerderung.de

