



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Süßwaren, Knabberartikel und Eis und seine verschiedenen Vertriebsschienen in den USA

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / Oktober 2024

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abkürzungsverzeichnis | 4 |
| 1. Executive Summary | 5 |
| 2. Einleitung..... | 6 |
| 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick..... | 7 |
| 3.1 Länderkurzinformation | 7 |
| 3.2 Wirtschaftslage und Aussichten | 9 |
| 3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion | 10 |
| 3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren | 12 |
| 4. Die Süßwarenindustrie | 15 |
| 4.1 Einführung in den Markt..... | 15 |
| 4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)..... | 17 |
| 4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller | 17 |
| 4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbrauchsprodukten | 19 |
| 5. Die Knabberartikelindustrie | 21 |
| 5.1. Einführung in den Markt..... | 21 |
| 5.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)..... | 22 |
| 5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller | 23 |
| 5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten | 24 |
| 6. Der Speiseeismarkt..... | 27 |
| 6.1 Einführung in den Markt..... | 27 |
| 6.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)..... | 29 |
| 6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller | 30 |
| 6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten | 31 |
| 7. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt | 33 |
| 8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten | 36 |
| 8.1 Fachmessen | 36 |
| 8.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen..... | 40 |
| 8.3 Lebensmitteleinzelhandel | 45 |
| 8.4 Importeure/Großhändler | 51 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-------|---|
| % | Prozent |
| BIP | Bruttoinlandsprodukt |
| CAGR | durchschnittliche jährliche Wachstumsrate |
| EUR | Euro |
| FDA | Food and Drug Administration |
| FSIS | Food Safety and Inspection Service |
| FSMA | Food Safety Modernization Act |
| kg | Kilogramm |
| l | Liter |
| Mio. | Millionen |
| Mrd. | Milliarden |
| t | Tonnen |
| u. a. | unter anderem |
| USA | Vereinigte Staaten von Amerika |
| USD | US-Dollar |
| z. B. | zum Beispiel |

1. Executive Summary

Die Marktstudie bietet einen umfassenden Überblick über die aktuellen Trends und Prognosen in der Süßwaren-, Knabberartikel- und Speiseeisindustrie in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA). Sie untersucht die verschiedenen Marktsegmente und analysiert die relevanten Faktoren, die das Wachstum in diesem Bereich beeinflussen.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Süßwarenindustrie weiter wachsen wird. Zu den wichtigsten Trends gehören ein zunehmendes Bewusstsein für gesunde Ernährung, die Nachfrage nach innovativen Geschmackskombinationen und die wachsende Beliebtheit von nachhaltigen und biologischen Produkten. Außerdem wird die Wettbewerbslandschaft durch neue Marktteilnehmer und innovative Produktentwicklungen zunehmend dynamisch.

Insgesamt unterstreicht die Studie die wachsende Bedeutung der Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft in der Süßwarenindustrie. Unternehmen, die proaktiv auf Marktveränderungen reagieren und sich auf die Bedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher konzentrieren, werden in der Lage sein, im kommenden Jahrzehnt ab dem Jahr 2030 erfolgreich zu sein.

2. Einleitung

Die Süßwarenindustrie in den USA hat sich in den letzten Jahren zu einem dynamischen und profitablen Markt entwickelt, der von stetigem Wachstum und sich verändernden Verbraucherpräferenzen geprägt ist. Seit dem Inkrafttreten des Food Safety Modernization Act (FSMA) im Jahr 2011 sind die Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit für importierte Produkte strenger geworden, was insbesondere für deutsche Hersteller, die in den US-Markt eintreten möchten, von Bedeutung ist. Die vorliegende Marktstudie bietet eine umfassende Analyse der aktuellen Trends, Herausforderungen und Potenziale in der US-amerikanischen Süßwaren-, Knabberartikel- und Speiseeisbranche.

Die Studie erläutert die Marktstruktur und die wichtigsten Akteure. Darüber hinaus wird das erhebliche Umsatzpotenzial der Süßwarenindustrie in den USA, die im Jahr 2023 einen Gesamtumsatz von 48,8 Mrd. US-Dollar (USD) erreichte, hervorgehoben. Die Studie betrachtet die verschiedenen Segmente des Süßwarenmarktes, einschließlich Schokolade, Zuckerwaren und Kaugummi, und analysiert regionale Unterschiede sowie die sich verändernden Konsumgewohnheiten.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Knabberartikelbranche. Diese Industrie ist nicht nur von einem hohen Umsatzwachstum geprägt, sondern auch von einem steigenden Interesse an gesunden und innovativen Knabberartikelalternativen.

Schließlich wird der Speiseeismarkt betrachtet, der mit einem geschätzten Volumen von 19,03 Mrd. USD im Jahr 2024 und einem voraussichtlichen Wachstum auf 21,76 Mrd. USD bis zum Jahr 2029 großes Potenzial für deutsche Hersteller bietet.

Die vorliegende Marktstudie wird als wertvolles Instrument dienen, um deutsche Unternehmen dabei zu unterstützen, die Chancen und Herausforderungen im US-amerikanischen Lebensmittelmarkt besser zu verstehen und ihre Strategien entsprechend anzupassen. Durch eine detaillierte Analyse der Markttrends, des Konsumentenverhaltens und der regulatorischen Anforderungen wird aufgezeigt, wie deutsche Hersteller erfolgreich in diesem lukrativen Markt operieren können.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformation

Die USA sind nach Russland und Kanada flächenmäßig das drittgrößte Land der Welt. Im Norden grenzen sie an Kanada, im Süden an Mexiko, an der Ostküste an den Atlantischen Ozean und an der Westküste an den Pazifik. Das Land weist eine Vielzahl von Klimazonen und Landschaftsformen auf.

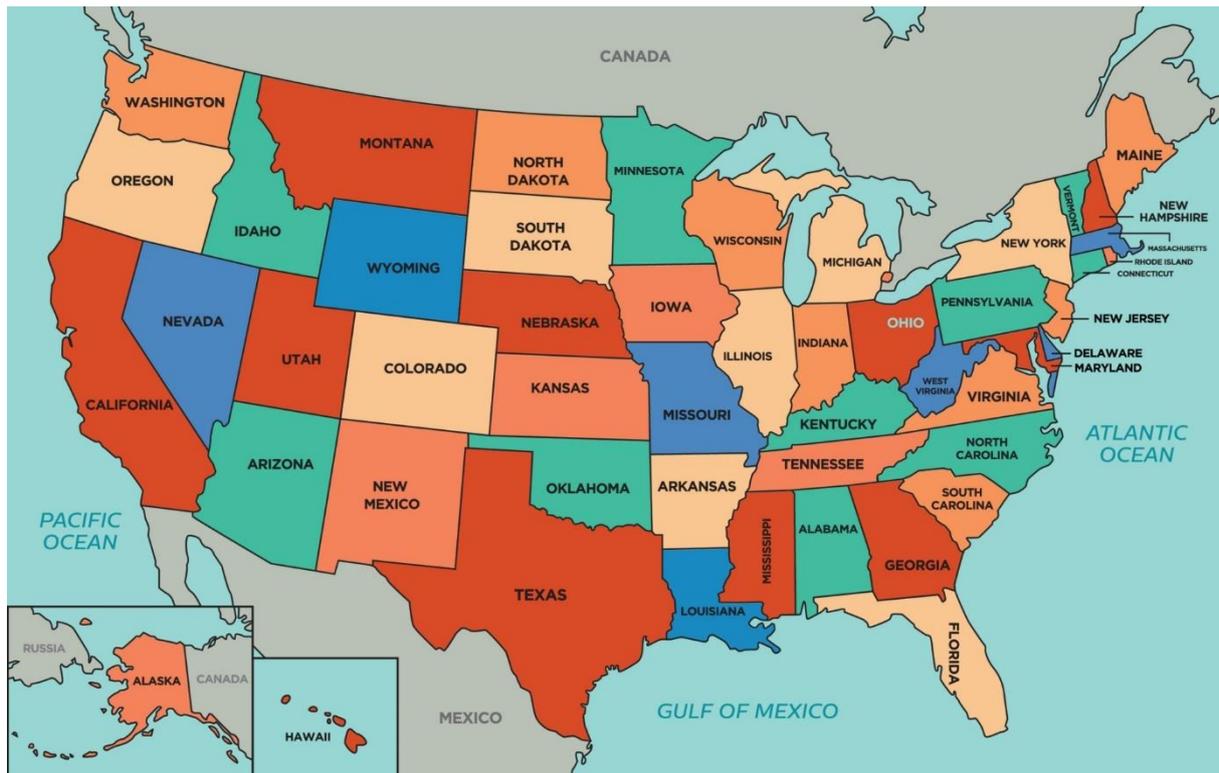


Abbildung 1: Politische Karte USA

Quelle: [de.vecteezy.com](https://www.vecteezy.com): USA Map Vektoren

Die USA bestehen aus 50 Bundesstaaten und zwei assoziierten Territorien. Von diesen Bundesstaaten liegen 48 zusammenhängend auf dem nordamerikanischen Festland, während Hawaii sowie die Territorien Puerto Rico und die Inselgruppe der Nördlichen Marianen vom Festland abgetrennt sind. Alaska befindet sich im Norden und ist durch Kanada vom restlichen Staatsgebiet getrennt.¹

Mit knapp 335 Mio. Einwohnenden sind die USA das drittbevölkerungsreichste Land der Welt. Ein Großteil der Bevölkerung lebt in städtischen Gebieten, insbesondere entlang der nordöstlichen Großen Seen, der Atlantikküste und der Pazifikküste im Westen. Fast 83 % der

¹ Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024.

US-Bevölkerung leben in Städten. Die zentralen Bundesstaaten haben hingegen eine geringere Bevölkerungsdichte.²

Der Großraum New York ist mit etwa 18,8 Mio. Menschen die bevölkerungsreichste Metropolregion in den USA. Los Angeles folgt mit rund 12,5 Mio. Einwohnenden als zweitgrößtes Ballungszentrum. Zu den weiteren bedeutenden Metropolen zählen Chicago mit einer Bevölkerung von etwa 8,8 Mio. sowie Houston (6,5 Mio.), Dallas (6,4 Mio.) und die Hauptstadt der USA, Washington, D.C., mit rund 5,4 Mio. Einwohnenden.³

Die USA zeichnen sich durch eine wohlhabende Bevölkerung aus, die von einer kulturellen Vielfalt geprägt ist. Im internationalen Vergleich gehören die Verbraucherinnen und Verbraucher in den USA zu den kaufkräftigsten der Welt. Mit einem aktuellen nominalen Pro-Kopf- Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 73.600 USD im Jahr 2023 stehen die USA weiterhin an der Spitze der globalen Wirtschaft.⁴

Die Kombination aus hoher Kaufkraft und kultureller Diversität, die durch jahrzehntelange Zuwanderung entstanden ist, schafft in den USA einen vielfältigen Markt für Süßwaren und Knabberartikel. Die Konsumgewohnheiten in den städtischen Zentren spiegeln sich oft in der ethnischen Zusammensetzung und im lokalen Einkommensniveau wider: Im Nordosten dominieren Produkte mit europäischen Einflüssen, während im Südwesten stärker hispanische Kulinarik zu finden ist. Diese regionalen Unterschiede führen zu einer breiten Palette von Angeboten, die die kulturelle und wirtschaftliche Vielfalt des Landes widerspiegeln. Darüber hinaus haben das Zuhause, die Familie und die Gemeinschaft einen hohen Stellenwert im Alltag der US-Amerikaner, weshalb Mahlzeiten wie Frühstück und Abendessen oft gemeinsam mit der Familie eingenommen werden. Besonders in ländlichen Regionen des Mittleren Westens und Südens spielt der Nationalstolz eine große Rolle im Konsumverhalten: Etwa 70 % der US-Amerikanerinnen und US-Amerikaner legen großen Wert auf Produkte „Made in the USA“.⁵

In den USA wächst das Bewusstsein der Verbraucher*innen für die Bedeutung gesunder Lebensmittel. Obwohl Bio-Produkte oft teurer sind als herkömmliche Optionen, haben Einzelhändler wie Whole Foods, die sich auf gesunde Ernährung spezialisiert haben, deren Zugänglichkeit erhöht. Gleichzeitig nimmt die Besorgnis über gentechnisch veränderte Lebensmittel und schädliche Chemikalien in der Bevölkerung zu. Dies fördert ein steigendes Interesse an den Vorteilen einer gesunden und umweltfreundlichen Ernährung.⁶

² Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024.

³ Ebenda.

⁴ Ebenda.

⁵ USDA (2021): Food Consumption. www.ers.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024

⁶ Ebenda.

Die USA sind eine föderale Präsidentschaftsrepublik mit einer deutlichen Trennung der Gewalten: Exekutive, Legislative und Judikative sind klar voneinander abgegrenzt. Alle vier Jahre wählen die Bürgerinnen und Bürger die Präsidentin oder den Präsidenten der USA. Das politische System ist von zwei dominierenden Parteien geprägt: Den Republikanern und den Demokraten, die auf nationaler und bundesstaatlicher Ebene die meisten Ämter innehaben. Seit dem 20. Januar 2021 ist Joe Biden von der Demokratischen Partei Präsident der USA. Zudem ist die Rechtsordnung in den USA stark föderal strukturiert, was bedeutet, dass je nach Bundesstaat unterschiedliche gesetzliche Regelungen und Vorschriften gelten.⁷

3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Die USA sind die größte Volkswirtschaft der Welt. Im Jahr 2023 erreichte das reale BIP der USA etwa 27.400 Mrd.USD⁸ bei einem realen Wachstum von 2,5 %. Für das Jahr 2024 wird ein reales Wachstum von 2,6 % vorausgesagt.⁹ Das reale BIP pro Kopf lag im Jahr 2023 bei rund 82.000 USD. Diese Zahlen zeigen die bedeutende wirtschaftliche Stellung der USA auf globaler Ebene.

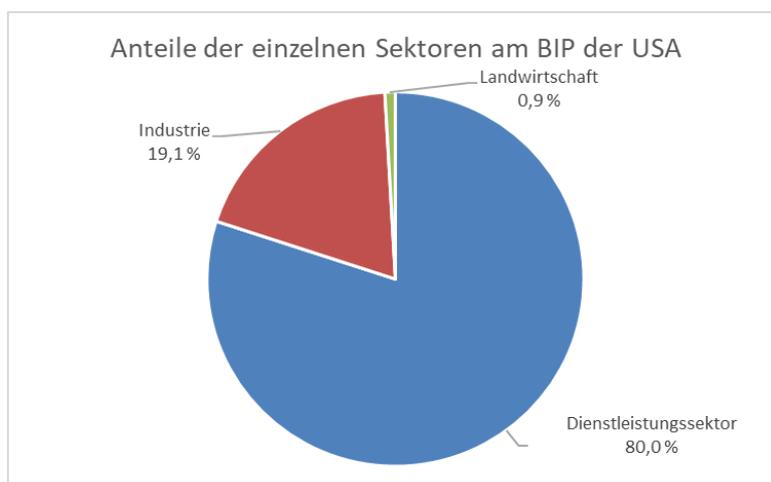


Abbildung 2: Anteile der einzelnen Wirtschaftssektoren am BIP der USA

Quelle: Central Intelligence Agency (2024)¹⁰

Der Dienstleistungssektor hat den mit Abstand größten Anteil an der Wirtschaftsleistung der USA und ist für 80 % des BIPs verantwortlich. Die Industrie folgt mit 19,1 %. Auf die Landwirtschaft entfallen lediglich 0,9 %.¹¹ Die Wirtschaft der USA ist stark diversifiziert und gehört zu den leistungsfähigsten der Welt. Laut dem Observatory of Economic Complexity

⁷ Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024.

⁸ World Bank Group (2024): United States. data.worldbank.org, zuletzt aufgerufen am 29.07.2024.

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

¹⁰ Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024.

¹¹ Ebenda.

erreichten die USA im Jahr 2022 einen Wert von 1,41 und belegten damit den zwölften Platz von 132 bewerteten Ländern.¹² Besonders hervorzuheben ist die Führungsrolle der USA in den Bereichen Technologie, Innovation und Informationstechnologie. Weitere bedeutende Sektoren sind Telekommunikation, Luft- und Raumfahrt sowie die Herstellung elektronischer Geräte. Auch die Erdöl-, Stahl-, Chemikalien-, Holz- und Konsumgüterproduktion hat in den USA eine große Bedeutung.

Die USA bieten ein wirtschaftsfreundliches Umfeld und wenig Restriktionen für Investor*innen. Zudem sind die USA neben China der größte nationale Binnenmarkt der Welt, wodurch Investitionen in einem attraktiven und stabilen Umfeld getätigt werden können. Der Arbeitsmarkt der USA ist sehr flexibel und Arbeitgebende können kurzfristig auf sich verändernde Marktgegebenheiten reagieren. Die USA verfügen über eine sehr gute Kreditwürdigkeit.¹³

3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Die Landwirtschaft in den USA spielt eine zentrale Rolle in der Wirtschaft und produziert eine Vielzahl von Agrarprodukten und Lebensmitteln selbst. Mit fruchtbarem Land und günstigen klimatischen Bedingungen ist das Land in der Lage, Nahrungsmittel in großen Mengen zu produzieren. Etwa 40 % der Landfläche, also rund 915 Mio. Hektar, werden landwirtschaftlich genutzt, darunter etwa 42,6 % Ackerland und 45,4 % Dauerweiden. Technologische Innovationen und bedeutende Investitionen haben die Produktivität der US-Landwirte erheblich gesteigert, sodass sie zu den produktivsten der Welt zählen.¹⁴

Im Jahr 2023 trugen die Landwirtschaft, die Nahrungsmittelindustrie und verwandte Branchen zusammen 5,6 % (1.530 Mrd. USD) zum BIP der USA bei und stellten 10,4 % aller Arbeitsplätze in den USA. Die landwirtschaftliche Produktion der USA trug etwa 203,5 Mrd. USD zum BIP bei, was etwa 0,7 % des gesamten BIPs entspricht. Im Jahr 2022 waren 22,1 Mio. Arbeitskräfte in der Land- und Ernährungswirtschaft beschäftigt, was 10,4 % der Gesamtbeschäftigung in den USA ausmacht. Die direkte Beschäftigung in landwirtschaftlichen Betrieben machte etwa 2,6 Mio. dieser Arbeitsplätze aus, während die Beschäftigung in landwirtschafts- und lebensmittelverwandten Branchen weitere 19,6 Mio. Arbeitsplätze bietet.¹⁵

Über die Hälfte der landwirtschaftlichen Einnahmen stammt aus der Tierproduktion. Diese Faktoren ermöglichen es den USA, die eigene Nachfrage nach landwirtschaftlichen

¹² OEC (2023): Economic Complexity: World. www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

¹³ Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: USA. www.cia.gov, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024.

¹⁴ Steiner, Olson, Boggess, Farrigan, & Grusak (2018): AGRICULTURE AND RURAL COMMUNITIES: www.nca2018.globalchange.gov, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

¹⁵ USDA (2024): Ag and Food Sectors and the Economy: www.ers.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 08.11.2024.

Erzeugnissen in vielen Bereichen weitgehend selbst zu decken und gleichzeitig einen Handelsüberschuss in der Landwirtschaft zu erzielen.¹⁶

In den USA übersteigt das Angebot an Lebensmitteln und Getränken in zahlreichen Kategorien oft die Nachfrage, was zu niedrigen Preisen für inländische Produkte führt. Diese günstige Verfügbarkeit fördert den Konsum, wodurch die US-Amerikanerinnen und -Amerikaner eine der weltweit höchsten Pro-Kopf-Konsumraten verzeichnen. Alabama verzeichnet dabei den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch, während Vermont in diesem Zusammenhang am schlechtesten abschneidet.¹⁷

Die USA haben einen bedeutenden Lebensmittelverarbeitungssektor, der mehr als 36.500 Betriebe umfasst. Kalifornien führt mit 5.731 Betrieben und ist das Zentrum dieser Industrie, gefolgt von New York mit 2.573 und Texas mit 2.273 Betrieben. Fusionen und Übernahmen größerer Unternehmen sind in diesem Sektor weit verbreitet, was zu einer Dominanz der großen Firmen geführt hat. Der Gesamtwert des Lebensmittelverarbeitungssektors liegt bei etwa 450 Mrd. Euro.¹⁸

Verarbeitete Lebensmittel spielen eine zentrale Rolle in der US-amerikanischen Ernährung. Etwa 60 % der Nahrungsmittel, die durchschnittlich konsumiert werden, gehören in diese Kategorie. Sie sind aufgrund ihrer bequemen Verfügbarkeit im ganzen Land und oft zu niedrigeren Kosten im Vergleich zu frischen Alternativen besonders beliebt. Ein Großteil der verarbeiteten Lebensmittel in den USA fällt dabei in die Gruppe der „ultra-verarbeiteten“ Produkte. Diese Nahrungsmittel werden intensiver bearbeitet, um eine längere Haltbarkeit zu gewährleisten und den Verzehr unterwegs zu erleichtern.¹⁹

In den USA werden Lebensmittel in großen Mengen angeboten, oft in größeren Packungen als in Deutschland, was auch auf die Konsumgewohnheiten der US-Amerikanerinnen und -Amerikaner zurückzuführen ist. Dies gilt besonders für Süßwaren und Knabberartikel, die in den USA eine bedeutende Rolle in der Ernährung spielen. In den USA werden jährlich über 2,8 Mio. t Süßwaren produziert, darunter Schokolade, Bonbons und Kaugummis. Bei Knabberartikeln, wie Kartoffelchips, werden pro Jahr rund 1,5 Mio. t hergestellt. Auch der Speiseeiskonsum ist enorm: Die USA produzieren jährlich etwa 6 Mrd. l Speiseeis, was einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 23 l entspricht. Diese hohen Produktionsmengen spiegeln den

¹⁶ Steiner, Olson, Boggess, Farrigan, & Grusak (2018): AGRICULTURE AND RURAL COMMUNITIES: www.nca2018.globalchange.gov, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

¹⁷ USDA (2021): Food consumption. www.ers.usda.gov/, zuletzt aufgerufen am 26.07.2024.

¹⁸ USDA (2021): Food and beverage manufacturing. <https://www.ers.usda.gov/>, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

¹⁹ Federation of American Societies for Experimental Biology (2015): Highly processed foods dominate U. S. grocery purchases: www.sciencedaily.com, zuletzt aufgerufen am 05.08.2024.

hohen Stellenwert dieser Produkte im Alltag der US-Amerikanerinnen und -Amerikaner wider.²⁰

3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Seit im Jahr 2011 der FSMA in Kraft trat, gelten für alle Lebensmittel, die in die USA importiert werden, strengere Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit. Für einige Produkte wie Zucker und zuckerhaltige Waren gibt es mengenmäßige Beschränkungen, die eine Lizenz erfordern. Viele Produkte müssen zusätzlich durch Tier- oder Pflanzengesundheitszeugnisse begleitet werden, und die exportierenden Betriebe müssen bei der Food and Drug Administration (FDA) registriert sein und ihre Registrierung alle zwei Jahre erneuern.²¹ Besondere Genehmigungspflichten betreffen Milchprodukte, Fleischwaren und Eiprodukte, für die die US-Behörde FSIS (Food Safety and Inspection Service) zuständig ist.²²

Die FDA ist in den USA für die Überwachung der Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln, einschließlich Süßwaren, Knabberartikeln und Speiseeis, zuständig. Deutsche Hersteller, die solche Produkte in die USA einführen wollen, müssen die Vorschriften der FDA einhalten, um sicherzustellen, dass ihre Produkte sicher für den US-amerikanischen Markt sind.²³

Eine ihrer Hauptaufgaben liegt in der Regulierung von Zutaten. Die FDA legt fest, welche Zutaten in Süßwaren und Knabberartikeln verwendet werden dürfen. Dazu zählen auch Farbstoffe, Aromen und Konservierungsmittel. Sie überprüft, ob diese sicher für den Verzehr sind und in welchen Mengen sie verwendet werden dürfen. Die FDA überwacht die Sicherheit von Zutaten, die Lebensmitteln direkt hinzugefügt werden, sowie von Materialien, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen, wie Verpackungen oder Behälter. Deutsche Hersteller müssen sicherstellen, dass alle in ihren Produkten verwendeten Zutaten von der FDA zugelassen oder in der „Substances Added to Food“-Datenbank der FDA aufgeführt sind. Diese Liste enthält fast 4.000 zugelassene Substanzen, einschließlich solcher, die nicht mehr erlaubt sind.²⁴

Falls neue Technologien bei der Herstellung von Süßwaren, Knabberartikeln oder Speiseeis verwendet werden, muss gewährleistet sein, dass diese Technologien den gleichen Sicherheitsanforderungen entsprechen wie herkömmliche Lebensmittelverarbeitungsmethoden. Die FDA bietet eine Pre-Market-Beratung für

²⁰ Candy USA (2024): STATE OF TREATING 2024: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 05.08.2024.; SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 05.08.2024.

²¹ Antares Vision Group: Gesetz zur Modernisierung der Lebensmittelsicherheit (FSMA): Richtlinien, Vorschriften und Auswirkungen: www.rfxcel.com, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

²² Dr. Brill & Huckert (2021): Länderbericht USA: www.agrarexportfoerderung.de, zuletzt aufgerufen am 21.08.2024.

²³ FDA (2023): Food Ingredients & Packaging: www.fda.gov, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

²⁴ Ebenda.

Hersteller an, die innovative Lebensmitteltechnologien einsetzen, um sicherzustellen, dass sie den gesetzlichen Vorschriften entsprechen.²⁵

Hersteller tragen die Hauptverantwortung dafür, dass ihre Produkte sicher auf den Markt gebracht werden. Sie müssen sicherstellen, dass alle verwendeten Zutaten und Technologien den Anforderungen der FDA entsprechen. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, dass ihre Produkte richtig etikettiert und vermarktet werden, um den Anforderungen des US-amerikanischen Marktes zu genügen. Alle Verpackungen müssen den Vorgaben der FDA entsprechen, etwa durch genaue Angaben zu Inhaltsstoffen, Nährwerten und Allergenen.²⁶

Zudem müssen alle Lebensmittelfarbstoffe von der FDA zugelassen sein. Andere Zusatzstoffe müssen den GRAS-Standards („Generally Recognized As Safe“) entsprechen, wobei mindestens drei wissenschaftliche Studien ihre Sicherheit nachweisen müssen. Die Registrierung bei der FDA ist für Hersteller, Verpacker und Distributoren – zu denen auch Importeure zählen – verpflichtend und muss alle zwei Jahre zwischen dem 1. Oktober und dem 31. Dezember erneuert werden. Ohne gültige Registrierung darf keine Einfuhr in die USA erfolgen.²⁷

Die Kennzeichnungsbestimmungen sind strikt einzuhalten. Die Etikettierung muss auf Englisch erfolgen. Zusätzliche Sprachen wie Spanisch sind zulässig, solange die US-Vorgaben für Schriftgröße und Format eingehalten werden. Verstöße gegen diese Vorschriften können dazu führen, dass die FDA den Hersteller auf eine Liste überwachungsbedürftiger Unternehmen setzt, insbesondere, wenn der Importeur der Ware nicht eindeutig identifiziert werden kann.²⁸

Die FDA reguliert nicht nur die Lebensmittel selbst, sondern auch die Materialien, die in direkten Kontakt mit Lebensmitteln kommen, wie Verpackungen, Behälter oder auch Besteck. Diese Materialien dürfen keine schädlichen Substanzen auf die Lebensmittel übertragen und müssen daher ebenfalls den Sicherheitsstandards der FDA entsprechen.²⁹

Lebensmittelhersteller, die Produkte in die USA exportieren möchten, können von der FDA aufgefordert werden, Nachweise über die Sicherheit und Qualität ihrer Produkte zu liefern, beispielsweise durch Prüfberichte oder Zertifizierungen. Das ist besonders wichtig bei der Einführung neuer Produkte oder Technologien. Deutsche Hersteller sollten sich frühzeitig über die spezifischen Anforderungen der FDA informieren und sicherstellen, dass ihre

²⁵ FDA (2023): Food Ingredients & Packaging: www.fda.gov, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

²⁶ Ebenda.

²⁷ Dr. Brill & Huckert (2021): Länderbericht USA: www.agrarexportfoerderung.de, , zuletzt aufgerufen am 21.08.2024.

²⁸ Ebenda.

²⁹ FDA (2023): Food Ingredients & Packaging: www.fda.gov, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

Produkte und Produktionsprozesse mit diesen konform sind, um Verzögerungen bei der Markteinführung zu vermeiden.³⁰

³⁰ FDA (2023): Food Ingredients & Packaging: www.fda.gov, zuletzt aufgerufen am 01.08.2024.

4. Die Süßwarenindustrie

4.1 Einführung in den Markt

Im Jahr 2023 erreichten die Süßwarenverkäufe in den USA 48,8 Mrd. USD. Schokolade machte mit 25,9 Mrd. USD den größten Anteil aus und erzielte einen Umsatzanstieg von 5,8 %. Nicht-Schokoladenprodukte erreichten einen Umsatz von 19,2 Mrd. USD bei einem Anstieg von 12,1 %. Kaugummis kamen auf 3,7 Mrd. USD. Der Umsatzanstieg bei Schokolade und Nicht-Schokoladenprodukten wurde größtenteils durch die Inflation bedingt.³¹

Im weltweiten Vergleich werden in diesem Sektor die meisten Umsätze in den USA erzielt. Außerdem ist auch der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz mit 875,9 USD in den USA im Jahr 2022 weltweit am höchsten. Im Vergleich: In Deutschland lag dieser Wert im gleichen Jahr bei 257,2 USD. Außerdem erreichen die USA mit 29,1 Mrd. kg das größte Volumen im Jahr 2022. Im gleichen Jahr kam Deutschland auf 2,5 Mrd. kg.³²

Der US-amerikanische Süßwarenmarkt gliedert sich in drei Hauptsegmente: Zuckerwaren, Schokoladenwaren und Kaugummiwaren. Der Süßwarenmarkt in den USA ist in vier Regionen unterteilt: Süden, Westen, Mittlerer Westen und Nordosten. Der Westen, insbesondere der Bundesstaat Utah, ist der am schnellsten wachsende Markt aufgrund steigender Verkaufszahlen und einer höheren Nachfrage nach Süßwaren. In städtischen Gebieten, die von großen Unternehmen dominiert werden, wächst der Markt aufgrund der zunehmenden Urbanisierung und des besseren Zugangs zu neuen Produkten.³³

Schokoladenprodukte sind das größte Segment des Marktes und verzeichnen gleichzeitig das schnellste Wachstum. Sie sind in den USA bei allen Altersgruppen sehr beliebt.

Verbraucherinnen und Verbraucher tendieren zunehmend zu kleineren Schokoladenprodukten, um ihren Süßwarenkonsum zu reduzieren. Besonders dunkle Schokolade wird häufiger gewählt, da sie als die gesündere Option wahrgenommen wird. Die steigende Nachfrage nach Schokoladenbonbons, die bei Erwachsenen und Kindern gleichermaßen beliebt sind, treibt das Marktwachstum voran. Schokoladenbonbons sind besonders während verschiedener Feierlichkeiten wie Halloween, Diwali und zum Fest des Fastenbrechens gefragt.³⁴

³¹ Candy USA (2024): State of Treating 2024: A Bite-Sized Taste: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

³² Pham (2023): Confectionery & Snacks-market data & analysis: www.einarwillumsen.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

³³ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

³⁴ Ebenda.

Allerdings stehen dem Marktwachstum auch Hindernisse gegenüber. Der Konsum von Süßwaren ist mit gesundheitlichen Risiken wie Zahninfektionen und Fettleibigkeit verbunden, was insbesondere bei Kindern ein Problem darstellt. Hoher Schokoladenkonsum trägt wesentlich zur Gewichtszunahme bei. Neue Produktentwicklungen, insbesondere im Hinblick auf gesundheitliche Bedenken wie Diabetes und ein zunehmendes Gesundheitsbewusstsein, tragen allerdings ebenfalls zum Marktwachstum bei. Es gibt mittlerweile eine wachsende Auswahl an zuckerfreien Süßwaren, die auf die steigende Gesundheitsbewusstheit der Verbraucherinnen und Verbraucher reagieren. Dies führt zur Entwicklung von Süßwaren mit geringem oder keinem Zuckergehalt, die auch den Anforderungen an Bio-, vegane und gentechnikfreie Produkte gerecht werden.³⁵

Der Markt profitiert außerdem von der steigenden Kaufkraft und den wachsenden Ausgaben der Konsumentinnen und Konsumenten. Insbesondere Kinder und junge Menschen treiben die Nachfrage nach Süßwaren an. Große multinationale Konzerne haben in diesem Markt einen Wettbewerbsvorteil gegenüber mittelgroßen Unternehmen. Süßwaren mit weniger Zuckerzusatz bieten zudem Potenzial für zusätzliche Umsätze.³⁶

Über 98 % der US-Amerikanerinnen und -Amerikaner kauften im Jahr 2023 regelmäßig Süßigkeiten, allerdings mit sinkenden Kaufhäufigkeiten und Mengen pro Einkauf. Das Preisbewusstsein hat sich verstärkt, wobei Rabatte und Sonderangebote entscheidend für Kaufentscheidungen sind. Feiertage und besondere Anlässe spielen eine zentrale Rolle bei den Verkäufen. Sie machen 64 % des Gesamtumsatzes aus.³⁷

Die beliebtesten Einkaufskanäle für Süßwaren sind vor allem Supermärkte und Supercenter. Die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher nutzen eine Vielzahl von Kanälen, wobei 74 % der Käufer*innen in Supercentern und 68 % in Supermärkten einkaufen. Weitere relevante Kanäle sind Drogerien (33 %), Wertläden (28 %), Clubgeschäfte (28 %) und Convenience Stores (27 %). Diese Verteilung zeigt, dass Verbraucherinnen und Verbraucher oft eine Kombination von Geschäften nutzen, um ihre Süßwaren zu kaufen, wobei größere Einzelhändler eine zentrale Rolle spielen.³⁸

Der Süßwarenmarkt in den USA ist durch kontinuierliche Produktinnovationen, aggressive Markenstrategien und eine hohe Nachfrage während der Festtage geprägt ist. Gleichzeitig stellen gesundheitliche Bedenken und schwankende Rohstoffpreise Herausforderungen dar.³⁹

³⁵ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

³⁶ Ebenda.

³⁷ Candy USA (2024): State of Treating 2024: A Bite-Sized Taste: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

³⁸ Ebenda.

³⁹ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Im Jahr 2022 exportierten die USA Zucker und Süßwaren im Wert von 2,4 Mrd. USD und waren damit weltweit der siebtgrößte Exporteur. Zucker und Süßwaren waren im selben Jahr das 59. meistexportierte Produkt der USA. Die wichtigsten Zielländer für US-Exporte waren Mexiko (739 Mio. USD), Kanada (612 Mio. USD), China (158 Mio. USD), Japan (117 Mio. USD) und Neuseeland (88,9 Mio. USD)..⁴⁰

Im Jahr 2022 importierten die USA Zucker und Süßwaren im Wert von 6,03 Mrd. USD und wurden damit zum größten Importeur weltweit. Zucker und Süßwaren waren im selben Jahr das 50. meistimportierte Produkt der USA. Die wichtigsten Herkunftsländer waren Mexiko (1,82 Mrd. USD), Kanada (1,04 Mrd. USD), Deutschland (336 Mio. USD), China (260 Mio. USD) und Brasilien (253 Mio. USD). Zwischen den Jahren 2021 und 2022 wuchsen die Importe aus Mexiko (+362 Mio. USD), Kanada (+142 Mio. USD) und China (+72,7 Mio. USD) am stärksten. Im Juni 2024 erreichten die Importe von Zucker und Süßwaren 542 Mio. USD, was im Vergleich zu Juni 2023 einem Rückgang von 16,3 Mio. USD (-2,92 %) entspricht.⁴¹

In der wichtigsten Produktkategorie Schokolade lag der Exportwert im Jahr 2022 bei 1,7 Mrd. USD. Damit waren die USA der siebtgrößte Schokoladenexporteur weltweit. Die Hauptzielländer für US-Schokoladenexporte waren Kanada (706 Mio. USD), Mexiko (232 Mio. USD), Südkorea (71,1 Mio. USD), die Philippinen (45,7 Mio. USD) und Australien (44,7 Mio. USD). Zwischen den Jahren 2021 und 2022 wuchsen die Schokoladenexporte in die Philippinen (+10,8 Mio. USD), nach Kanada (+33,6 Mio. USD) und Mexiko (+9,64 Mio. USD) am schnellsten.⁴²

Im Jahr 2022 importierten die USA Schokolade im Wert von 3,81 Mrd. USD und waren damit der größte Schokoladenimporteur weltweit. Die Hauptlieferanten waren Kanada (1,9 Mrd. USD), Mexiko (599 Mio. USD), Deutschland (236 Mio. USD), Belgien (164 Mio. USD) und Polen (133 Mio. USD). Zwischen den Jahren 2021 und 2022 wuchsen die Schokoladenimporte aus Kanada (+243 Mio. USD), Mexiko (+82,2 Mio. USD) und Deutschland (+47,4 Mio. USD) am schnellsten.⁴³

4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Der US-amerikanische Süßwarenmarkt ist stark wettbewerbsorientiert, wobei Unternehmen wie Perfetti Van Melle Group BV, Mondelez International Inc., Mars Incorporated, The

⁴⁰ OEC World (2024): Sugars & Confectionary in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 21.08.2024.

⁴¹ Ebenda.

⁴² OEC World (2024): Chocolate in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 22.08.2024.

⁴³ Ebenda.

Hershey Company und Nestlé SA eine bedeutende Marktstellung einnehmen. Neue Produkteinführungen und Marktexpansionen durch Fusionen und Übernahmen sind wichtige Strategien, um wettbewerbsfähig zu bleiben.⁴⁴

Im Jahr 2023 waren führende Unternehmen wie die IKEA Group (7.270 t, Storck (3.400 t) und Walmart (209 t) maßgeblich an der Einfuhr von Zucker und Süßwaren in die USA beteiligt.⁴⁵

Die Perfetti Van Melle Group BV ist ein Kaugummi- und Süßwarenhersteller. Die Gruppe erzielt weltweit einen Umsatz von etwa 2,5 Mrd. Euro und ist besonders für Marken wie Mentos und Chupa Chups bekannt. Das Unternehmen hat im Oktober 2023 das Kaugummigeschäft von Mondelez International Inc. für den US-Markt übernommen. Diese Übernahme stärkt die Marktpräsenz des Unternehmens, das bereits stark im Kaugummi- und Bonbonsegment vertreten ist.⁴⁶

Mondelez International Inc. erzielte im Jahr 2023 einen Umsatz von 31,5 Mrd. USD. Das Unternehmen hat sich von seinem Kaugummigeschäft getrennt und konzentriert sich nun auf für sich profitablere Kategorien wie Schokolade und Kekse. Zu den umsatzstärksten Marken gehören Oreo, Milka und Toblerone. Der US-Markt macht etwa 25 % des Gesamtumsatzes von Mondelez International Inc. aus, wobei das Unternehmen in der Schokoladenkategorie besonders stark ist.⁴⁷

Mars Incorporated erzielte im Jahr 2023 einen geschätzten Umsatz von 45 Mrd. USD, davon ein erheblicher Anteil aus dem Süßwarenssegment. In den USA ist Mars Incorporated führend in den Bereichen Schokolade und Kaugummi, mit bekannten Marken wie M&M's, Snickers und Skittles. Der US-amerikanische Markt ist für Mars Incorporated besonders wichtig, da das Unternehmen hier einen großen Teil seines Gesamtumsatzes generiert.⁴⁸

The Hershey Company ist mit einem Umsatz von etwa 10 Mrd. USD im Jahr 2023 einer der größten Süßwarenhersteller in den USA. Etwa 85 % dieses Umsatzes stammen aus dem US-Markt. The Hershey Company dominiert den Schokoladenmarkt in den USA mit Produkten wie The Hershey Company und Reese's und setzt auf kontinuierliches Wachstum in diesem Segment.⁴⁹

⁴⁴ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

⁴⁵ OEC World (2024): Sugars & Confectionary in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 21.08.2024.

⁴⁶ Rundschau (2022): Mondelēz International veräußert Kaugummigeschäft: www.rundschau.de, zuletzt aufgerufen am 23.08.2024.; Market Screener (2023): Die Perfetti Van Melle Group B.V. hat die Übernahme des Kaugummigeschäfts von Mondelez International, Inc. abgeschlossen.: de.marketscreener.com, zuletzt aufgerufen am 23.08.2024.

⁴⁷ Rundschau (2022): Mondelēz International veräußert Kaugummigeschäft: www.rundschau.de, zuletzt aufgerufen am 23.08.2024.

⁴⁸ Mordor Intelligence (2024): Süßigkeiten Marktanteil: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 24.08.2024.

⁴⁹ Ebenda.

Nestlé SA erzielte im Jahr 2023 einen globalen Umsatz von 104 Mrd. USD, wobei der Süßwarenanteil stetig abnimmt. In den USA ist Nestlé vor allem durch Marken wie KitKat und Crunch vertreten. Der Süßwarenssektor macht einen geringeren Anteil des Gesamtumsatzes aus, da Nestlé verstärkt auf gesündere Lebensmittel setzt. Dennoch ist das Unternehmen weiterhin ein bedeutender Akteur im US-Süßwarenmarkt, besonders durch seine Schokoladenprodukte.⁵⁰

4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbrauchsprodukten

Der US-amerikanische Süßwarenmarkt zeigt ein erhebliches Wachstumspotenzial, das deutschen Herstellern von Verbrauchsprodukten und Halbfabrikaten zahlreiche Chancen bietet. Die geschätzte jährliche Wachstumsrate (CAGR) von 3,82 % deutet auf eine nachhaltige Nachfrage und eine stabile Marktumgebung hin, die deutsche Unternehmen nutzen können, um ihre Marktanteile zu erhöhen.⁵¹

Die USA verzeichnen ein Volumen von 29,1 Mrd. kg im Jahr 2022. Dies liegt deutlich höher als in Deutschland mit 2,5 Mrd. kg. Dies unterstreicht die enorme Marktnachfrage und das Potenzial für deutsche Hersteller, insbesondere in den Bereichen Schokolade und zuckerfreie Produkte, die aufgrund des steigenden Gesundheitsbewusstseins immer beliebter werden.⁵²

Der US-Süßwarenmarkt ist in mehrere Segmente unterteilt, wobei Schokoladenprodukte das größte und am schnellsten wachsende Segment darstellen. Die Nachfrage nach dunkler Schokolade und kleineren Portionen steigt, da diese als gesündere Alternativen wahrgenommen werden. Deutsche Hersteller, bekannt für ihre hochwertigen Schokoladenprodukte, können von diesem Trend profitieren und gezielt dunkle Schokoladenprodukte und kleinere Verpackungsgrößen anbieten, um die Marktnachfrage zu decken.⁵³

Der Trend zu gesünderen Alternativen wie zuckerfreien, Bio-, veganen und gentechnikfreien Süßwaren zeigt, dass es Möglichkeiten gibt, die potenziellen Hindernisse für das Marktwachstum durch gesundheitliche Bedenken hinsichtlich des Konsums von Süßwaren zu überwinden. Deutsche Hersteller, die bereits in diesen Nischenmärkten aktiv sind, können ihre Präsenz ausbauen und ihre Produktlinien erweitern, um diese wachsende Nachfrage zu bedienen.⁵⁴

⁵⁰ Mordor Intelligence (2024): Süßigkeiten Marktanteil: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 24.08.2024.

⁵¹ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

⁵² Pham (2023): Confectionery & Snacks-market data & analysis: www.einarwillumsen.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

⁵³ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.

⁵⁴ Ebenda.

Der Export- und Importmarkt für Zucker und Süßwaren in den USA zeigt ebenfalls vielversprechende Perspektiven für deutsche Hersteller. Die USA importierten im Jahr 2022 Zucker und Süßwaren im Wert von 6,03 Mrd. USD, wobei Deutschland einer der wichtigsten Lieferanten war. Besonders im Schokoladensegment sind die USA der größte Importeur weltweit, was deutschen Herstellern von Premium-Schokolade erhebliche Chancen bietet. Die kontinuierliche Steigerung der Importe aus Deutschland zeigt eine bereits bestehende Nachfrage, die weiter ausgebaut werden kann.⁵⁵

Die Marktkonzentration im US-amerikanischen Süßwarenmarkt ist hoch, mit führenden Unternehmen wie Mars Incorporated, The Hershey Company und Mondelez International Inc., die den Markt dominieren. Dennoch gibt es Raum für neue Marktteilnehmer und innovative Produkte. Deutsche Hersteller können durch Produktinnovationen und gezielte Markenstrategien Marktanteile gewinnen. Insbesondere in Nischenmärkten wie zuckerfreien oder gesunden Süßwaren können deutsche Hersteller durch ihre Qualitätsstandards und ihre Innovationskraft punkten.

Insgesamt bietet der US-amerikanische Süßwarenmarkt trotz einiger Herausforderungen erhebliche Wachstumschancen für deutsche Hersteller. Durch die Fokussierung auf gesunde Alternativen, innovative Produktentwicklungen und gezielte Exportstrategien können deutsche Unternehmen ihre Präsenz in diesem lukrativen Markt stärken und von der steigenden Nachfrage profitieren.

⁵⁵ OEC World (2024): Sugars & Confectionary in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 14.08.2024.; OEC World (2024): Chocolate in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 21.08.2024.

5. Die Knabberartikelindustrie

5.1. Einführung in den Markt

Die Snackbranche macht 27 % des gesamten Lebensmittel- und Getränkemarktes in den USA aus und verzeichnet einen Gesamtumsatz von 186,4 Mrd. USD für Knabberartikel und zu diesen ähnlichen Produkten. Diese Industrie hat auch erhebliche wirtschaftliche Auswirkungen, da sie rund 395.000 Menschen beschäftigt, jährlich 15 Mrd. USD an Gehältern zahlt und 11 Mrd. USD zur Steuererhebung in den USA beiträgt.⁵⁶

Im Bereich der salzigen Knabberartikel wurde im Jahr 2023 ein Wachstum von 6,9 % verzeichnet, was einem Umsatz von über 31,1 Mrd. USD entspricht. Der Gesamtmarkt für Knabberartikel, inklusive Keksen und Crackern, erreichte einen Umsatz von 51,7 Mrd. USD, was einem Wachstum von 4,6 % entspricht.⁵⁷

In den einzelnen Snackkategorien zeigen sich ebenfalls interessante Entwicklungen. Der Absatz von Brezeln stieg um 2,3 %, während der Umsatz in diesem Bereich um 17,5 % wuchs. Knabberartikel aus Mais, die aufgrund ihrer würzigen Geschmacksrichtungen und ihres gesunden Rufs erfolgreich sind, verzeichneten ein Absatzplus von 3,6 % und ein Umsatzwachstum von 21,1 %. Tortillachips mit scharfen, herzhaften und originellen Aromen erlebten einen leichten Anstieg im Absatz von 0,7 %, wobei der Umsatz um 16,6 % im Jahresvergleich stieg.⁵⁸

Einige Kategorien waren stärker von den Preissteigerungen betroffen als andere. So sanken etwa die Verkäufe von Knabberartikel auf Fruchtbasis und bestimmten Müsliriegeln aufgrund großer Preisanstiege. Andere Riegelarten verzeichneten jedoch sowohl ein Umsatz- als auch ein Absatzwachstum, da sie den gestiegenen Mobilitätsbedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten gerecht wurden.⁵⁹

Gesunde salzige Knabberartikel, sogenannte „Better-for-You“-Knabberartikel, erzielten ein moderates Wachstum von 3,3 % und erreichten einen Umsatz von über 6,6 Mrd. USD. Besonders stark wuchs der Umsatz von Maisknabberartikeln, welcher einen Anstieg von 19,5 % verzeichnete.⁶⁰

⁵⁶ SNAC International (2023): SNAC International Releases 2023 State of the Industry Report: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁵⁷ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁵⁸ SNAC International (2023): SNAC International Releases 2023 State of the Industry Report: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁵⁹ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁶⁰ Ebenda.

Verbraucherpräferenzen zeigen, dass mehr als ein Viertel der Konsumentinnen und Konsumenten jeden Nachmittag Knabberartikel verzehrt, während weitere 25 % am Abend zu Knabberartikeln greifen. Herzhafte Knabberartikel dominieren den Markt und machen 57 % des Gesamtumsatzes der Knabberartikel aus, was 58,3 Mrd. USD entspricht. Süße Knabberartikel generieren einen Umsatz von 30,4 Mrd. USD.⁶¹

Innovation spielt in der Knabberartikelindustrie eine zentrale Rolle, da 88 % der Konsumentinnen und Konsumenten angeben, dass der Geschmack entscheidend für ihre Knabberartikelauswahl sei. Hersteller suchen weltweit nach neuen, interessanten Geschmacksrichtungen, um die wachsende Nachfrage nach innovativen Produkten zu bedienen.⁶²

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten und gestiegener Preise bleibt die Nachfrage nach salzigen Knabberartikeln hoch. Preis und Wert spielen für Verbraucherinnen und Verbraucher eine große Rolle, insbesondere wenn es um ungewöhnliche Geschmacksrichtungen und Gesundheitsversprechen geht. Aufgrund der anhaltenden Inflation achten Konsumentinnen und Konsumenten vermehrt auf ihre Ausgaben. Diese Entwicklungen führten zu einer Stagnation im Absatz und Volumen in den meisten Knabberartikelkategorien. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher kaufen weniger, wechseln zu kleineren Packungsgrößen oder greifen zu Mehrfachpackungen, um Vorräte länger zu strecken. Zudem hat sich das Einkaufsverhalten geändert, da einige Konsumentinnen und Konsumenten seltener zu bestimmten Knabberartikelkategorien greifen oder neue Einkaufsorte bevorzugen.⁶³

5.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Für die Kategorie „Knabberartikel“ sind nur wenige Daten über den Import und Export zugänglich, weshalb exemplarisch die Warengruppen „zubereitete Kartoffeln (ausgenommen gefrorene oder in Essig eingelegt)“ und „Knäckebrot“ betrachtet werden.

Im Jahr 2022 exportierten die USA zubereitete Kartoffeln im Wert von 339 Mio. USD und waren damit der zweitgrößte Exporteur dieser Kategorie weltweit. Die Hauptabnehmerländer waren Kanada (148 Mio. USD), Mexiko (40,6 Mio. USD), die Vereinigten Arabischen Emirate (17 Mio. USD), die Philippinen (16 Mio. USD) und Japan (8,48 Mio. USD). Hauptkonkurrenten der USA im Export zubereiteter Kartoffeln im Jahr 2022 waren die Niederlande (412 Mio. USD) und Belgien (287 Mio. USD).⁶⁴

⁶¹ SNAC International (2023): SNAC International Releases 2023 State of the Industry Report: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁶² Ebenda.

⁶³ Candy & Snack Today (2024): Circana's Lyons Wyatt Has Insights On The State Of Snacking: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

⁶⁴ OEC World (2024): Prepared Potatoes (Excludes Frozen/Vinegar) in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

Auf der Importseite führten die USA im Jahr 2022 zubereitete Kartoffeln im Wert von 310 Mio. USD ein und waren damit der weltweit größte Importeur dieser Produktkategorie. Die wichtigsten Lieferländer waren Kanada (153 Mio. USD), Mexiko (119 Mio. USD), das Vereinigte Königreich (7,22 Mio. USD), Spanien (3,89 Mio. USD) und Irland (2,83 Mio. USD). Der Import aus Kanada stieg vom Jahr 2021 zum Jahr 2022 um 18,8 Mio. USD, aus Mexiko um 14,5 Mio. USD und aus Honduras um 1,58 Mio. USD. Hauptkonkurrenten der USA im Import zubereiteter Kartoffeln im Jahr 2022 waren Frankreich (246 Mio. USD) und Deutschland (224 Mio. USD).⁶⁵

Zwischen den Jahren 2021 und 2022 wuchsen die Exportmärkte der USA für Knäckebrot am schnellsten in Kanada (+364.000 USD), Saudi-Arabien (+106.000 USD) und Trinidad und Tobago (+94.700 USD). Im Jahr 2022 waren die Hauptkonkurrenten der USA im Export von Knäckebrot Deutschland (114 Mio. USD), Thailand (111 Mio. USD) und Schweden (86,8 Mio. USD).⁶⁶

Im Jahr 2022 importierte die USA Knäckebrot im Wert von 56,5 Mio. USD und waren damit der weltweit größte Importeur dieser Produktkategorie. Die wichtigsten Lieferländer waren Kanada (22,9 Mio. USD), Thailand (8,64 Mio. USD), Deutschland (5,51 Mio. USD), Norwegen (4,93 Mio. USD) und Italien (3,83 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte für Knäckebrot zwischen 2021 und 2022 waren Kanada (+4,37 Mio. USD), Norwegen (+2,19 Mio. USD) und Thailand (+1,27 Mio. USD). Bei den Importen von Knäckebrot konkurrierten die USA hauptsächlich mit den Niederlanden (53,8 Mio. USD) und Frankreich (37,4 Mio. USD).⁶⁷

5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Im Jahr 2023 waren Kekse mit einem Umsatz von 11,7 Mrd. USD die umsatzstärkste Knabberartikelkategorie. Diese Kategorie hatte einen Marktanteil von 17,0 %. Es folgen Cracker mit einem Umsatz von 9,4 Mrd. USD und einem Marktanteil von 13,8 %. Auf Platz drei stehen Kartoffelchips mit einem Umsatz von 8,6 Mrd. USD und einem Marktanteil von 12,6 %. Es folgen Riegel mit 7,1 Mrd. USD bei einem Marktanteil von 10,3 % sowie Tortilla-Chips mit einem Umsatz von 6,9 Mrd. USD und einem Marktanteil von 10,1 %.⁶⁸

Betrachtet man den Marktanteil nach verkauften Einheiten, so führen nach wie vor Kekse den Markt mit 3,0 Mio. verkauften Einheiten an. Es folgen Kartoffelchips mit

⁶⁵ OEC World (2024): Prepared Potatoes (Excludes Frozen/Vinegar) in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

⁶⁶ OEC World (2024): Crispbread in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

⁶⁷ Ebenda.

⁶⁸ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

2,7 Mio. verkauften Einheiten, Cracker mit 2,4 Mio. verkauften Einheiten, Tortilla-Chips mit 1,9 Mio. verkauften Einheiten und Riegel mit 1,4 Mio. verkauften Einheiten.⁶⁹

In der umsatzstärksten Kategorie, den Keksen, ist Nabisco die größte Marke mit einem Umsatz von 3,9 Mrd. USD und einem Anteil am Markt für Kekse von 33,0 %. Es folgen Eigenmarken mit 2,4 Mrd. USD und einem Marktanteil von 20,6 %. Danach folgen mit Abstand Little Debbie mit einem Umsatz von 840 Mio. USD und einem Marktanteil von 7,2 %, Pepperidge Farm mit einem Umsatz von 583 Mio. USD und einem Marktanteil von 5,0 % und BelVita mit einem Umsatz von 470 Mio. USD und einem Marktanteil von 4,0 %.⁷⁰

Die zweitumsatzstärkste Kategorie sind Cracker mit einem Umsatz von 9,4 Mrd. USD. Hier liegt ebenfalls die Marke Nabisco vorn. Sie erzielte einen Umsatz von 1,5 Mrd. USD bei einem Marktanteil von 16,1 %. Es folgen Pepperidge Farm mit einem Umsatz von 840 Mio. USD und einem Marktanteil von 14,0 % sowie Cheez-It mit einem Umsatz von 1,2 Mrd. USD und einem Marktanteil von 13,2 %. Mit einigem Abstand sind dahinter Eigenmarken mit einem Umsatz von 652 Mio. USD und einem Marktanteil von 6,9 % und Kellogg's mit einem Umsatz von 530 Mio. USD und einem Marktanteil von 5,6 % vertreten.⁷¹

Bei den Kartoffelchips mit einem Umsatz von 8,6 Mrd. USD im Jahr 2023 wird der Markt von der Marke Lay's angeführt. Diese erreichte im Jahr 2023 einen Umsatz von 3,4 Mrd. USD und einen Marktanteil von knapp 40 %. Es folgen Ruffles mit 1,4 Mrd. USD und einem Marktanteil von knapp über 20 %, Pringles mit 1,1 Mrd. USD und einem Marktanteil von rund 16 %, Eigenmarken mit 866 Mio. USD und einem Marktanteil von rund 10 % sowie Cape Cod mit 378 Mio. USD und einem Marktanteil von rund 4 %.⁷²

5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten

Der Knabberartikelmarkt in den USA stellt für deutsche Hersteller ein bedeutendes Potenzial dar. Der Markt ist riesig, wird von vielfältigen Konsumentenpräferenzen geprägt und bietet durch zunehmende Trends wie gesunde Knabberartikel, Nachhaltigkeit und Internationalisierung neue Chancen.

Der US-amerikanische Markt für Knabberartikel ist einer der größten der Welt. Konsumentinnen und Konsumenten greifen immer häufiger zu Knabberartikeln als Alternative zu Hauptmahlzeiten, was das Wachstum in diesem Segment befeuert. Die US-Verbraucherinnen und Verbraucher tendieren zunehmend zu Knabberartikeln für unterwegs, besonders morgens, da viele Menschen nach der Covid-19-Pandemie wieder ins

⁶⁹ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁷⁰ Ebenda.

⁷¹ Ebenda.

⁷² Ebenda.

Büro zurückkehren. Dies eröffnet deutschen Herstellern die Möglichkeit, Produkte wie gesunde Snackriegel oder Protein-basierte Knabberartikel anzubieten, die einfach mitzunehmen sind und einen Mehrwert wie pflanzliche Inhaltsstoffe oder proteinreiche Optionen bieten.⁷³

Die zunehmende Nachfrage nach innovativen und qualitativ hochwertigen Produkten schafft eine attraktive Grundlage für den Eintritt neuer, internationaler Hersteller, einschließlich deutscher Firmen. Traditionell große Marken sind zwar dominant, aber Konsumentinnen und Konsumenten suchen zunehmend nach neuen Geschmacksrichtungen und Produkten aus dem Ausland, was eine Chance für deutsche Unternehmen darstellt.⁷⁴

Ein bedeutender Trend im US-amerikanischen Markt ist das zunehmende Bewusstsein für gesunde Ernährung. Konsumentinnen und Konsumenten bevorzugen Knabberartikel, die als gesund oder natürlich gelten, wie Nüsse, Trockenfrüchte und pflanzenbasierte Alternativen. Deutsche Hersteller, die sich auf biologische oder gesundheitsbewusste Produkte konzentrieren, können von dieser Entwicklung profitieren. Da deutsche Marken für ihre Qualität und Nachhaltigkeit bekannt sind, können sie sich in diesem wachsenden Segment als führend etablieren.⁷⁵

Ein weiterer Wachstumstreiber im Knabberartikelmarkt der USA ist das Premiumsegment, das Produkte wie Gourmet-Chips, handgemachte Knabberartikel und einzigartige Geschmacksrichtungen umfasst. Deutsche Hersteller, die auf qualitativ hochwertige, handwerklich hergestellte Produkte spezialisiert sind, können hier Fuß fassen. Der US-amerikanische Markt ist zunehmend offen für internationale Geschmacksrichtungen, was es deutschen Marken ermöglicht, traditionelle deutsche Knabbereien wie Brezeln oder außergewöhnliche Geschmacksrichtungen einzuführen.⁷⁶ Kombinationen aus Geschmack und Textur, wie sie etwa bei Tortilla-Chips erfolgreich sind, sind ein Bereich, der Wachstumspotenzial bietet.⁷⁷

Kategorien wie „Corn Snacks“ und „Tortilla-Chips“ verzeichnen ein starkes Wachstum und könnten interessante Nischen für deutsche Hersteller sein, insbesondere durch innovative Produkte mit verschiedenen Texturen und Geschmacksrichtungen. Die soziale Medienlandschaft, in der neue Knabberartikelprodukte eine große Rolle spielen, könnte ein Hebel für Marketingkampagnen sein.⁷⁸

⁷³ Candy & Snack Today (2024): Circana's Lyons Wyatt Has Insights On The State Of Snacking: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁷⁶ SNAC International (2023): SNAC International Releases 2023 State of the Industry Report: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁷⁷ Candy & Snack Today (2024): Circana's Lyons Wyatt Has Insights On The State Of Snacking: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

⁷⁸ Ebenda.

Ein weiterer Vorteil für deutsche Hersteller besteht im wachsenden E-Commerce-Sektor. Viele Konsumentinnen und Konsumenten bestellen ihre Knabberartikel online, was die Hürden für den Markteintritt senkt. Durch Online-Plattformen und spezialisierte Lebensmittelhändler können deutsche Firmen ihre Produkte einem breiten Publikum zugänglich machen, ohne auf traditionelle Einzelhändler angewiesen zu sein. E-Commerce bietet zudem die Möglichkeit, Konsumentinnen und Konsumenten gezielt anzusprechen und eine direkte Kundenbindung aufzubauen.⁷⁹

Inflation und wirtschaftliche Unsicherheiten haben das Konsumverhalten verändert, und viele Verbraucherinnen und Verbraucher entscheiden sich für kleinere Packungen oder Multipacks, um ihr Budget zu schonen. Deutsche Hersteller könnten in diesem Bereich ansetzen, indem sie kosteneffiziente, aber dennoch qualitativ hochwertige Knabberartikel anbieten und in den aufstrebenden Kanälen wie Club- und Dollar-Stores aktiv werden.⁸⁰

Trotz des Potenzials gibt es Herausforderungen, insbesondere der starke Wettbewerb und die Notwendigkeit, auf die spezifischen Bedürfnisse des US-Markts einzugehen. Deutsche Hersteller müssen ihre Produkte den lokalen Geschmackspräferenzen anpassen und Marketingstrategien entwickeln, die den Konsumentinnen und Konsumenten klarmachen, warum ihre Produkte einzigartig sind. Außerdem hilft das Eingehen von Partnerschaften mit lokalen Vertriebskanälen sowie von strategischen Allianzen mit Partnern vor Ort.

⁷⁹ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 02.09.2024.

⁸⁰ Candy & Snack Today (2024): Circana's Lyons Wyatt Has Insights On The State Of Snacking: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 03.09.2024.

6. Der Speiseeismarkt

6.1 Einführung in den Markt

Der US-amerikanische Speiseeismarkt ist ein bedeutender und wachsender Sektor mit einem geschätzten Marktvolumen von 19,03 Mrd. USD im Jahr 2024, das voraussichtlich bis zum Jahr 2029 auf 21,76 Mrd. USD ansteigen wird. Dieses Wachstum entspricht einer CAGR von 2,72 % im Zeitraum vom Jahr 2024 bis 2029, was eine Beschleunigung gegenüber der CAGR von 2,04 % zwischen den Jahren 2017 und 2023 darstellt.⁸¹

Die Nachfrage nach innovativen und internationalen Geschmacksrichtungen steigt, wobei Premium-Eisorten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern zunehmend beliebter werden. Diese Entwicklung hat zu einem Anstieg des Pro-Kopf-Verbrauchs geführt, der im Jahr 2022 um 1,3 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen ist. Gesundere Alternativen wie kalorienreduziertes oder zuckerfreies Eis gewinnen ebenfalls an Bedeutung. Der Konsum von normaler Eiscreme ging bis zum Jahr 2021 um 9 % zurück, während der Konsum von fettarmen Eisorten um 20 % zunahm.⁸²

Beliebte Geschmacksrichtungen bleiben Vanille, Schokolade und Erdbeere, wobei Schokolade im Jahr 2021 mit 17 % die bevorzugte Geschmacksrichtung war. Die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten kauft Eis in größeren Packungen, wie z. B. halben Gallonen (ca. 1,9 l), wobei rund 87 % der US-Bevölkerung stets Eiscreme in ihrem Gefrierfach vorrätig haben.⁸³

Es gibt ein wachsendes Interesse an pflanzenbasierten Eiscremesorten, insbesondere bei Millennials und einkommensstärkeren Verbraucherinnen und Verbrauchern. Während ältere Generationen weiterhin vorwiegend milchbasierte Produkte konsumieren, treiben jüngere Generationen die Nachfrage nach veganen und umweltfreundlichen Produkten voran. Die beliebtesten Konsummomente für Eiscreme sind abends, wobei Genuss, Geschmack, Entspannung und Wohlbefinden die Hauptgründe für den Verzehr sind.⁸⁴

Nicht-milchbasierte Eiscreme erfährt in den USA eine steigende Nachfrage, was sich in einem Anstieg der Produkteinführungen im Jahr 2021 zeigt. Rund 80 % aller neuen Produkteinführungen in Nordamerika sind zwar weiterhin milchbasiert, aber die pflanzenbasierten Optionen nehmen stärker zu. Besonders beliebt sind Alternativen auf

⁸¹ Mordor Intelligence (2024): United States Ice Cream Market Size – Industry Report on Share, Growth Trends & Forecasts Analysis Up to 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁸² Ebenda.

⁸³ Ebenda.

⁸⁴ Innova Market Insights (2024): Ice Cream Market Trends in the US and Canada: www.innovamarketinsights.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

Basis von Kokos- und Hafermilch, während klassische Zutaten wie Buttermilch, Molke und süße Buttercreme bei traditionellen Eiscremes an Beliebtheit gewinnen.⁸⁵

Ein wachsender Trend sind auch ethische und nachhaltige Attribute, etwa in Bezug auf vegane, pflanzenbasierte und umweltfreundliche Verpackungen. Besonders jüngere Verbraucherinnen und Verbraucher legen Wert auf nachhaltige und natürliche Inhaltsstoffe ohne künstliche Zusätze, wobei gleichzeitig der Genuss im Mittelpunkt steht.⁸⁶

Die Durchdringung des Marktes für milchbasierte Eiscreme in den USA liegt bei 58 %, während sie für nicht-milchbasierte bei 14 % liegt. Es gibt Potenzial, den Marktanteil von milchbasierter Eiscreme zu erhöhen, indem Marktanteile von anderen Dessertkategorien übernommen werden. Gleichzeitig gibt es eine starke Wachstumschance im nicht-milchbasierten Segment, insbesondere durch die Ansprache von Millennials und Gen Z mit Produkten, die Umweltfreundlichkeit und ethische Aspekte betonen.⁸⁷

Der Off-Trade-Sektor, zu dem Super- und Hypermärkte zählen, dominiert den Vertrieb von Eiscreme in den USA und hielt im Jahr 2023 einen Wertanteil von 93,92 %. Dieser Kanal wird auch das schnellste Wachstum verzeichnen, mit einer prognostizierten CAGR von 2,73 % bis zum Jahr 2029. Während der COVID-19-Pandemie stieg die Bedeutung des Online-Handels erheblich an, unterstützt durch einen Zuwachs der Smartphone-Nutzung und die verstärkte Nutzung digitaler Einkaufsmöglichkeiten. Supermärkte bleiben jedoch der bevorzugte Ort für den Eiskauf, und große Einzelhandelsketten haben in den letzten Jahren stark in Liefer- und Abholservices investiert.⁸⁸

Neben der Nachfrage nach Premium-Produkten spielen auch technologische Innovationen eine Rolle. In den USA boomt der Online-Eiscremehandel, angetrieben durch den Komfort von Lieferdiensten und Online-Bestellungen, was den Zugang zu einer breiten Produktpalette vereinfacht. Eiscreme wird zunehmend über Online-Plattformen und Food-Delivery-Dienste bezogen, was besonders während der Hauptsaison von März bis Juli wichtig ist, da diese Monate den größten Umsatz für Eiscreme generieren.⁸⁹

Der Markt erholt sich weiterhin von den pandemiebedingten Herausforderungen, insbesondere im On-Trade-Segment, das durch den Rückgang von 14 % im Jahr 2020 hart getroffen wurde. Die starke Zunahme der Online-Einkäufe und die Neuausrichtung des

⁸⁵ Innova Market Insights (2024): Ice Cream Market Trends in the US and Canada: www.innovamarketinsights.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁸⁶ Ebenda.

⁸⁷ Ebenda.

⁸⁸ Mordor Intelligence (2024): United States Ice Cream Market Size – Industry Report on Share, Growth Trends & Forecasts Analysis Up to 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁸⁹ Grand View Research: GVR Report cover Ice Cream Market Size, Share & Trends Report By Product (Cartons, Tubs), By Type (Dairy & Water-based, Vegan), By Flavor, By Distribution Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2024 – 2030: www.grandviewresearch.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

Handels auf personalisierte Preisstrategien und verbesserten Lieferketten stärken jedoch die Branche.⁹⁰

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Speiseeismarkt kontinuierlich wächst. Das Segment Off-Trade, die Nachfrage nach Premium- und gesunden Eissorten sowie die zunehmende Digitalisierung des Handels tragen wesentlich zu diesem Wachstum bei. Unilever PLC bleibt der dominante Akteur, aber andere Marktteilnehmer wie Froneri International Limited und Wells Enterprises gewinnen ebenfalls an Einfluss.⁹¹

6.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Im Jahr 2022 exportierten die USA Speiseeis im Wert von 268 Mio. USD und waren damit der siebtgrößte Speiseeis-Exporteur weltweit. Hauptabnehmerländer waren Mexiko (64,7 Mio. USD), Saudi-Arabien (24,9 Mio. USD), Australien (21 Mio. USD), Kanada (20,4 Mio. USD) und Südkorea (18,4 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte zwischen den Jahren 2021 und 2022 waren Mexiko (+6,12 Mio. USD), Australien (+5,68 Mio. USD) und Saudi-Arabien (+1,78 Mio. USD).⁹²

Im Jahr 2022 importierten die USA Speiseeis im Wert von 350 Mio. USD und waren damit der viertgrößte Speiseeis-Importeur weltweit. Die Importe kamen hauptsächlich aus Italien (52,1 Mio. USD), Südafrika (32,1 Mio. USD), Kanada (27,8 Mio. USD), den Niederlanden (26,2 Mio. USD) und Mexiko (25,4 Mio. USD). Zwischen den Jahren 2021 und 2022 wuchsen die Importe aus den Niederlanden (+22,9 Mio. USD), Mexiko (+19,9 Mio. USD) und Spanien (+18,1 Mio. USD) am stärksten.⁹³

Zwischen Juni 2023 und Juni 2024 stiegen die Exporte von Speiseeis vor allem aufgrund der erhöhten Ausfuhren nach Mexiko (+710.000 USD; 18,8 %), China (+474.000 USD; 168 %) und Kanada (+417.000 USD; 36,6 %). Gleichzeitig waren die größten Zuwächse bei den Importen aus den Niederlanden (+3,82 Mio. USD; 24.100 %), Spanien (+2,38 Mio. USD; 920 %) und Kanada (+1,35 Mio. USD; 75,5 %) zu verzeichnen.⁹⁴

Im Jahr 2023 führten Unternehmen wie LG Electronics, IKEA Group und Conair am meisten Speiseeis in die USA ein. Das Land hat ein hohes Exportpotenzial nach Kanada mit einer Exportlücke von 3,67 Mio. USD sowie ein hohes Importpotenzial aus Deutschland mit einer Importlücke von 7,53 Mio. USD.⁹⁵

⁹⁰ Mordor Intelligence (2024): United States Ice Cream Market Size – Industry Report on Share, Growth Trends & Forecasts Analysis Up to 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁹¹ Ebenda.

⁹² OEC World (2024): Ice Cream in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁹³ Ebenda.

⁹⁴ Ebenda.

⁹⁵ Ebenda.

6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

In den USA dominieren Unilever PLC und Froneri International Limited den Markt, insbesondere durch bekannte Marken wie Ben & Jerry's, Magnum und Häagen-Dazs. Unilever PLC bietet dabei eine breite Palette an milch- und pflanzenbasierten Produkten an. Froneri International Limited ist in rund 60 Märkten tätig. Daneben sind regionale Akteure wie Blue Bell und Danones pflanzenbasierte Marke So Delicious wichtige Marktteilnehmer. Insbesondere Danones Fokus auf pflanzenbasierte Alternativen ist in den USA von wachsender Bedeutung.⁹⁶

Private Label-Marken, vor allem in Supermärkten, gewinnen ebenfalls an Bedeutung, da sie häufig kostengünstigere Optionen bieten, die bei preisbewussten Verbraucherinnen und Verbrauchern beliebt sind.⁹⁷

Unilever PLC dominiert den Markt mit einem Anteil von 20,73 % im Jahr 2022. Zertifizierungen und eine breite Produktpalette tragen dazu bei, dass das Unternehmen seine führende Position behält. Froneri International Limited folgt als zweitgrößter Anbieter mit 13,72 % Marktanteil, während Wells Enterprises Inc. mit 2,85 % den dritten Platz belegt. Der Markt ist dabei moderat konsolidiert, mit den fünf größten Anbietern, die insgesamt 40,61 % des Marktes kontrollieren.⁹⁸

Unilever PLC ist der größte und führende Player auf dem US-Eiscrememarkt. Das Unternehmen hat eine breite Palette an bekannten Marken im Bereich von gefrorenen Desserts, die sowohl milchbasierte als auch pflanzenbasierte Produkte umfassen. Im Januar 2021 verstärkte Unilever PLC seine Position, indem es zahlreiche erfolgreiche Produkte unter Marken wie Breyers, Good Humor, Klondike, Magnum, Popsicle und Talenti einführte.⁹⁹

Breyers ist bekannt für cremige und luxuriöse Eiscremes, Klondike hingegen für Eiscreme-Sandwiches. Magnum zeichnet sich durch Eiscreme am Stiel aus, das von einer Schokoladenhülle überzogen ist. Popsicle ist eine beliebte Marke für Fruchteis am Stiel.¹⁰⁰

Diese Vielfalt an Marken ermöglicht es Unilever, verschiedene Marktsegmente zu bedienen, von preisbewussten Verbraucherinnen und Verbrauchern bis hin zu jenen, die nach

⁹⁶ Innova Market Insights (2024): Ice Cream Market Trends in the US and Canada: www.innovamarketinsights.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁹⁷ Ebenda.

⁹⁸ Mordor Intelligence (2024): United States Ice Cream Market Size – Industry Report on Share, Growth Trends & Forecasts Analysis Up to 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

⁹⁹ imarc (2024): Ice Cream Market Report by Flavor (Vanilla, Chocolate, Fruit, and Others), Category (Impulse Ice Cream, Take-Home Ice Cream, Artisanal Ice Cream), Product (Cup, Stick, Cone, Brick, Tub, and Others), Distribution Channel (Supermarkets/Hypermarkets, ...: www.imarcgroup.com, zuletzt aufgerufen am 18.09.2024.

¹⁰⁰ Ebenda.

Premium-Produkten suchen. Besonders erfolgreich ist Unilever PLC auch im wachsenden Markt für pflanzenbasierte und vegane Eiscremesorten.¹⁰¹

Froneri International Limited ist ein führender Eiscremehersteller, der im Jahr 2016 als Joint Venture zwischen Nestlé und dem britischen Eiscremeunternehmen R&R Ice Cream gegründet wurde. Das Unternehmen ist in über 60 Ländern aktiv und der zweitgrößte Eiscremehersteller weltweit. Sein Hauptsitz befindet sich in Großbritannien, aber die USA sind ein wichtiger Markt für Froneri International Limited.¹⁰²

In den USA ist Froneri International Limited vor allem durch den Vertrieb der Nestlé-Marken sowie im Premiumsegment der Eismarke Häagen-Dazs präsent. Diese Marken sind weit verbreitet und haben eine starke Marktstellung im Einzelhandel.¹⁰³

Froneri International Limited konzentriert sich in den USA auf die Herstellung und den Vertrieb von Marken im Premiumsegment. Das Unternehmen hat sich auf dem US-Markt durch die Übernahme bekannter Marken etabliert und setzt auf eine Mischung aus bewährten Produkten und neuen Entwicklungen.¹⁰⁴

6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten

Der US-Eiscrememarkt bietet deutschen Herstellern große Potenziale, insbesondere durch die wachsende Nachfrage nach Premiumprodukten und gesünderen Alternativen. Der Markt soll bis zum Jahr 2029 auf 21,76 Mrd. USD wachsen, was auf eine steigende Nachfrage hinweist, die deutsche Hersteller nutzen können.¹⁰⁵

Die USA haben den größten Konsum von Eiscreme weltweit, was eine große Konsumbereitschaft für internationale Produkte eröffnet. Kooperationen mit gehobenen Gastronomiebetrieben oder spezialisierten Einzelhändlern könnten für deutsche Marken erfolgversprechend sein.

Die US-Verbraucherinnen und Verbraucher bevorzugen zunehmend hochwertige, handwerklich hergestellte Eiscreme mit natürlichen Zutaten und innovativen Aromen. Deutsche Hersteller, die für Qualität und handwerkliche Tradition bekannt sind, könnten hier

¹⁰¹ imarc (2024): Ice Cream Market Report by Flavor (Vanilla, Chocolate, Fruit, and Others), Category (Impulse Ice Cream, Take-Home Ice Cream, Artisanal Ice Cream), Product (Cup, Stick, Cone, Brick, Tub, and Others), Distribution Channel (Supermarkets/Hypermarkets, ...: www.imarcgroup.com, zuletzt aufgerufen am 18.09.2024.

¹⁰² Froneri, Our Company History: www.froneri.com, zuletzt aufgerufen am 18.09.2024.

¹⁰³ Froneri: About us: www.froneri.com, zuletzt aufgerufen am 18.09.2024.

¹⁰⁴ Ebenda.

¹⁰⁵ Mordor Intelligence (2024): GRÖSSE UND ANTEILSANALYSE DES Eiscrememarkts in den Vereinigten Staaten – WACHSTUMSTRENDS UND PROGNOSEN BIS 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 18.09.2024.

durch die Einführung von Premiumprodukten punkten. Besonders Nischenprodukte mit europäischen Aromen haben gute Chancen.¹⁰⁶

Außerdem nimmt die Nachfrage nach gesünderen Alternativen wie veganer, biologischer und zuckerfreier Eiscreme zu. Deutsche Hersteller, die sich auf natürliche Zutaten und „Clean Label“-Produkte spezialisieren, könnten in diesem Segment stark wachsen.¹⁰⁷

Städtische Zentren wie New York und San Francisco bieten attraktive Markteintrittspunkte mit wohlhabenden, aufgeschlossenen Verbrauchern. Der wachsende E-Commerce-Markt bietet zudem Chancen, ohne auf traditionelle Einzelhandelsstrukturen angewiesen zu sein.¹⁰⁸

Logistik, vor allem der Transport tiefgekühlter Produkte über lange Distanzen, sowie der hohe Wettbewerb durch etablierte US-Marken stellen Herausforderungen dar.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Innova Market Insights (2024): Ice Cream Market Trends in the US and Canada: www.innovamarketinsights.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

¹⁰⁷ Markets&Data: Global Ice Cream Market Assessment, By Type [Dairy Based, Non-Dairy Based], By Category [Impulse Ice Cream, Take-home Ice Cream, Artisanal Ice Cream], By Package Size [Less than 100 ml, 100 to 500 ml, More than 500 ml], By Packaging Type [Cones, Cups, ...: www.marketsandata.com, zuletzt aufgerufen am 18.09.2024.

¹⁰⁸ Ebenda.

¹⁰⁹ Mordor Intelligence (2024): GRÖSSE UND ANTEILSANALYSE DES Eiscrememarkts in den Vereinigten Staaten – WACHSTUMSTRENDS UND PROGNOSEN BIS 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 11.09.2024.

7. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Der US-amerikanische Süßwarenmarkt bietet deutschen Herstellern von Verbraucherprodukten erhebliche Wachstumsmöglichkeiten. Mit einer geschätzten CAGR von 3,82 % zeigt der Markt eine nachhaltige Nachfrage und eine stabile Marktumgebung, die Unternehmen nutzen können, um ihre Marktanteile zu vergrößern.¹¹⁰

Der Knabberartikelmarkt ist besonders stark ausgeprägt und durch vielfältige Konsumentenpräferenzen gekennzeichnet. Immer mehr US-Verbraucherinnen und Verbraucher greifen zu Knabberartikeln als Alternative zu Hauptmahlzeiten, was das Wachstum in diesem Segment antreibt. Insbesondere die Rückkehr ins Büro nach der Covid-19-Pandemie fördert die Nachfrage nach Knabberartikeln für unterwegs, wodurch Möglichkeiten für gesunde Snackriegel und proteinreiche Optionen entstehen. Deutsche Hersteller können hier durch innovative Produkte mit pflanzlichen Inhaltsstoffen punkten.¹¹¹

Zusätzlich zeigt sich ein bedeutender Trend hin zu gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln. Konsument*innen bevorzugen Knabberartikel, die als natürlich und gesund gelten, wie Nüsse, Trockenfrüchte und pflanzenbasierte Alternativen. Deutsche Marken, bekannt für ihre Qualität und Nachhaltigkeit, können sich in diesem Segment als führend etablieren. Das Premiumsegment, das Gourmet-Chips und handgemachte Knabberartikel umfasst, bietet ebenfalls Potenzial. Deutsche Hersteller könnten durch qualitativ hochwertige, handwerklich hergestellte Produkte Fuß fassen. Die Offenheit der US-Verbraucherinnen und Verbraucher für internationale Geschmäcker eröffnet Chancen, um traditionelle deutsche Knabbereien wie Brezeln einzuführen.¹¹²

Die soziale Medienlandschaft spielt eine wichtige Rolle bei der Vermarktung neuer Knabberartikel. Marketingkampagnen, die auf innovative Produkte abzielen, können durch virale Inhalte verstärkt werden. Zudem wächst der E-Commerce-Sektor, wodurch viele Konsument*innen ihre Knabberartikel online bestellen. Dies senkt die Hürden für den Markteintritt und ermöglicht es deutschen Herstellern, ihre Produkte breiter zu vermarkten, ohne sich ausschließlich auf traditionelle Einzelhändler verlassen zu müssen. E-Commerce bietet zudem die Möglichkeit, gezielte Marketingstrategien zu entwickeln und Kundenbindung aufzubauen.¹¹³

¹¹⁰ SkyQuest (2024): U.S. Candy Market: www.skyquestt.com, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

¹¹¹ SNAC International (2024): Official state of the industry: www.snacintl.org, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

¹¹² Ebenda.

¹¹³ Markets&Data: Global Ice Cream Market Assessment, By Type [Dairy Based, Non-Dairy Based], By Category [Impulse Ice Cream, Take-home Ice Cream, Artisanal Ice Cream], By Package Size [Less than 100 ml, 100 to 500 ml, More than 500 ml], By Packaging Type [Cones, Cups, ...: www.marketsandata.com, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

Inflation und wirtschaftliche Unsicherheiten haben das Konsumverhalten verändert, was viele Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bringt, kleinere Packungen oder Multipacks zu kaufen, um ihr Budget zu schonen. Deutsche Hersteller könnten in diesem Bereich mit kosteneffizienten, aber dennoch hochwertigen Knabberartikeln punkten. Hier bieten sich auch Chancen in aufstrebenden Vertriebskanälen wie Club- und Dollar-Stores.¹¹⁴

Die steigende Nachfrage nach dunkler Schokolade und kleineren Portionen, die als gesündere Alternativen angesehen werden, bietet deutschen Herstellern die Möglichkeit, gezielt in diesen Bereichen zu investieren. Da der Trend zu gesünderen Alternativen wie zuckerfreien, Bio-, veganen und gentechnikfreien Süßwaren zunimmt, können deutsche Hersteller in diesen Nischenmärkten expandieren und ihre Produktlinien anpassen, um die wachsende Nachfrage zu bedienen.¹¹⁵

Die Importe von Zucker und Süßwaren in die USA, die im Jahr 2022 bei einem Wert von 6,03 Mrd. USD lagen, zeigen, dass Deutschland einer der wichtigsten Lieferanten ist. Insbesondere im Schokoladensegment sind die USA der größte Importeur weltweit, was deutschen Herstellern von Premium-Schokolade erhebliche Chancen bietet. Der hohe Wettbewerb im US-Markt, dominiert von großen Marken wie Mars Incorporated, The Hershey Company und Mondelez International Inc., lässt dennoch Raum für innovative Produkte und neue Marktteilnehmer. Durch Produktinnovationen und gezielte Markenstrategien können deutsche Hersteller Marktanteile gewinnen.¹¹⁶

Der US-Eiscrememarkt stellt ein weiteres attraktives Segment mit einem erwarteten Wachstum auf 21,76 Mrd. USD bis zum Jahr 2029 dar. Die USA sind der größte Konsument von Eiscreme weltweit, was ein großes Potenzial für internationale Produkte bietet. Deutsche Hersteller, die für ihre Qualität bekannt sind, können durch die Einführung von Premiumprodukten und innovativen, gesunden Alternativen punkten. In städtischen Zentren wie New York und San Francisco, wo die Nachfrage nach hochwertigen, handwerklich hergestellten Eiscremes wächst, bieten sich attraktive Markteintrittschancen. Die Herausforderungen liegen jedoch in der Logistik, insbesondere beim Transport tiefgekühlter Produkte, sowie im starken Wettbewerb durch etablierte US-Marken.¹¹⁷

Insgesamt bietet der US-amerikanische Süßwarenmarkt, trotz gewisser Herausforderungen, erhebliche Wachstumschancen für deutsche Hersteller. Durch die Fokussierung auf gesunde Alternativen, innovative Produktentwicklungen und gezielte Exportstrategien können

¹¹⁴ Candy & Snack Today (2024): Circana's Lyons Wyatt Has Insights On The State Of Snacking: www.candyusa.com, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

¹¹⁵ USDA (2021): Food Consumption. www.ers.usda.gov, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

¹¹⁶ OEC World (2024): Sugars & Confectionary in United States: www.oec.world, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

¹¹⁷ Mordor Intelligence (2024): United States Ice Cream Market Size – Industry Report on Share, Growth Trends & Forecasts Analysis Up to 2029: www.mordorintelligence.com, zuletzt aufgerufen am 26.09.2024.

deutsche Unternehmen ihre Präsenz in diesem lukrativen Markt stärken und von der steigenden Nachfrage profitieren.

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

8.1 Fachmessen

| EATS: The Equipment, Automation and Technology Show for the Food & Beverage | |
|--|---|
| Adresse / Website | McCormick Place Convention Center Chicago 2301 S 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. Jedes Jahr 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 W. Van Buren Suite 1000 Chicago, IL 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 Forschende, Wissenschaftler*innen, Ingenieur*innen und Unternehmer*innen zusammen, um die Zukunft der Branche zu diskutieren und neue Produkte und Zutaten vorzustellen. |
| Termin | Turnus: jährlich Juli 2025 |

| Salon du Chocolat New York | |
|-----------------------------------|--|
| Adresse / Website | Jacob K. Javits Convention Center, 655 West 34th Street, 10001 New York, New York, USA www.salonduchocolatnyc.com |
| Kontakt | E-Mail: sdinfo@usa.messefrankfurt.com Tel.: +1-678-369-6069 |
| Profil | Der Salon du Chocolat, gegründet 1995 in Paris, hat sich zu einem zentralen Treffpunkt für Schokoladeninteressierte und Expert*innen entwickelt. Chocolatiers, Konditoren und Kakaoproduzenten aus der ganzen Welt kommen zusammen, um ihre Kreationen und Ideen einem internationalen Publikum zu zeigen. |
| Termin | Turnus: jährlich November 2024 |

| SNAXPO | |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Orange County Convention Center, P.O. Box 691509 Orlando, Florida 32869-1509 USA www.snaxpo.com |
| Kontakt | Frau Christina Briones Programm- und Registrierungsmanagement E-Mail: cbriones@snacintl.org Tel.: +1-703-836-4500 206 |
| Profil | Die SNAXPO wird von SNAC International organisiert. Der Fokus der SNAXPO liegt auf den Lieferketten der Knabberartikelindustrie. Sie bietet eine umfassende Plattform für Knabberartikelhersteller und Zulieferer aus der Branche, die nach den neuesten Innovationen suchen. Auf der Messe werden u. a. die Bereiche Co-Manufacturing-Dienstleistungen, Zutaten und Aromen, Verpackungsequipment sowie Forschung und Entwicklung abgedeckt. |
| Termin | Turnus: zweijährlich März 2025 |

| SNX | |
|----------------------|---|
| Adresse / Website | Hyatt Regency Dallas 300 Reunion Boulevard Dallas, Texas 75207 USA www.snxevent.com |
| Kontakt | Frau Christina Briones Programm- und Registrierungsmanagement E-Mail: cbriones@snacintl.org Tel.: +1-703-836-4500 ext. 206 |
| Profil | Die SNX wird genauso wie die SNAXPO von SNAC International organisiert. Die beiden Messen finden abwechselnd statt. Der Fokus der SNX liegt auf Geschäftstreffen zwischen Knabberartikelherstellern und Zulieferern. In einer interaktiven „Experience Zone“ wird informelles Networking gefördert. Dort sind die Zulieferer in verschiedene Kategorien des Knabberartikelproduktionsprozesses unterteilt. Anstelle traditioneller Messestände präsentieren sich die Aussteller in Kiosken. |
| Termin | Turnus: zweijährlich April 2024 |

| Sweets & Snacks Expo | |
|---------------------------------|---|
| Adresse / Website | Indiana Convention Center, South Capitol Avenue 100 Indianapolis USA www.sweetsandsnacks.com |
| Kontakt | Tel.: +1-725-204-9776 |
| Profil | Die Sweets & Snacks 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, NV89109 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 Knabberartikel, Käse, Schokolade, Kaffee, Backwaren und vieles mehr vorgestellt. |
| Termin | Turnus: jährlich Januar 2025 |

8.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

| Deutsche Botschaft: Department for Food & Agriculture | |
|--|---|
| Adresse / Website | 4645 Reservoir Road, NW Washington, DC 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 Delegierte des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. |

| Eurofoods Regulatory Advisors LLC | |
|--|--|
| Adresse / Website | 42 Lehigh Lane Hicksville, NY 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, MD 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, einschließlich Süßwaren und Knabberartikeln. Unter anderem legt sie fest, welche Zutaten in Süßwaren und Knabberartikeln 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. |

| German Sweets e. V. | |
|----------------------------|--|
| Adresse / Website | Schumannstraße 4-6 53113 Bonn Deutschland www.germansweets.de |
| Kontakt | E-Mail: germansweets@germansweets.de Tel.: +49 228 2600764 |
| Profil | German Sweets e. V. ist eine Plattform, die deutsche Süßwarenhersteller mit internationalen Käufern, Importeuren und Distributoren zusammenbringt. Sie erleichtert den Export von Produkten wie Schokolade, Gebäck und Knabberartikeln in verschiedene Märkte, einschließlich den USA. |

| 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 | <p>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.</p> <p>NASDA unterstützt die Einhaltung von Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit auf bundesstaatlicher Ebene, die auch die Herstellung und den Vertrieb von Süßwaren und Knabberartikeln betreffen. Dies umfasst die Überwachung der Produktionsstandards, um sicherzustellen, dass alle Produkte sicher für den Verzehr sind. Außerdem ist NASDA für die Umsetzung und Überwachung von Kennzeichnungsvorschriften zuständig, die sicherstellen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher umfassende Informationen über Inhaltsstoffe, Allergene und Nährwerte erhalten.</p> |

| National Confectioners Association (NCA) | |
|---|--|
| Adresse / Website | 1101 30th Street NW Suite 200 Washington, DC 20007 USA www.candyusa.com |
| Kontakt | E-Mail: info@CandyUSA.com Tel.: +1-202-534-1440 |
| Profil | Die NCA ist der führende Verband für die Süßwarenindustrie in den USA. Sie bietet Informationen zu Markttrends, eine politische Interessenvertretung sowie Netzwerkveranstaltungen wie die Süßwarenmesse Sweets & Snacks Expo. Die Mitglieder sind Hersteller, Einzelhändler und Zulieferer. |

| SNAC International | |
|---------------------------|---|
| Adresse / Website | 1300 17th Street N, Suite 540, Arlington, VA 22209 USA www.snacintl.org |
| Kontakt | E-Mail: Kontaktformular auf Webseite Tel.: +1-800-628-1334 |
| Profil | 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. SNAC International fokussiert sich auf drei zentrale Säulen: Bildung, Interessenvertretung und Networking. SNAC International 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 Ave SW, Washington, DC 20250 USA www.usda.gov |
| Kontakt | E-Mail: askusda@usda.gov Tel.: +1-202-720-2791 |
| Profil | <p>Das USDA spielt eine wesentliche Rolle bei der Regulierung und Förderung der Lebensmittelproduktion, einschließlich Süßwaren und Knabberartikeln. Die USDA überwacht die Lebensmittelsicherheit durch die Food Safety and Inspection Service (FSIS). Auch wenn die primäre Zuständigkeit für verarbeitete Lebensmittel wie Knabberartikeln und Süßwaren oft bei der Food and Drug Administration (FDA) liegt, ist die USDA bei der Inspektion von Zutaten tierischen Ursprungs, wie Gelatine, Milchprodukten und Fleischbestandteilen, involviert.</p> <p>Das USDA entwickelt in Zusammenarbeit mit der FDA Ernährungsrichtlinien, wie die „Dietary Guidelines for Americans“, die Empfehlungen zu Zucker- und Knabberartikelkonsum enthalten. Sie setzen auch Standards für die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln, um Verbraucherinnen und Verbraucher besser zu informieren.</p> |

8.3 Lebensmitteleinzelhandel

| 7-Eleven Inc. | |
|----------------------|---|
| Adresse / Website | 3200 Hackberry Road, Irving, TX 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 Convenience-Produkten und somit auch auf kleineren, praktischen Süßwaren und Knabberartikelprodukten. 7-Eleven Inc. hat derzeit etwa 85.000 Filialen in 19 Ländern. |

| Aldi Inc. | |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | 1200 N Kirk Rd, Batavia, IL 60510, USA www.aldi.us |
| Kontakt | E-Mail: contact@aldi.us Tel.: +1-630-879-8100 |
| Umsatz | 50 Mrd. Euro (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 aufgrund seiner Bekanntheit für deutsche Produkte ein idealer Partner. Das Sortiment umfasst oft Knabberartikel, Süßwaren und Tiefkühlprodukte, was den Einstieg erleichtern könnte. |

| Costco Wholesale Corp. | |
|-------------------------------|--|
| Adresse / Website | 999 Lake Drive, Issaquah, WA 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. Deutsche Süßwaren und Knabberartikel, besonders in größerer Verpackungsgröße, sowie Premium-Eisprodukte, könnten hier gut platziert werden. Bei Costco Wholesale Corp. ist für den Einkauf eine Mitgliedschaft erforderlich. |

| H-E-B LP | |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | 4625 Windfern Rd, Houston, TX 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. H-E-B 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 | |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | 3500 South Clark Street, Arlington, VA 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, 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 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. Lidl USA bietet eine breite Auswahl an Süßwaren und Knabberartikeln an, darunter auch internationale und spezielle Produkte, oft unter seinen Eigenmarken. |

| Publix Corp. | |
|---------------------|--|
| Adresse / Website | 1936 George Jenkins Blvd. Lakland, FL 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. Publix Corp. hat eine starke Kundenbasis und bietet vor allem Premiumprodukte an. Für deutsche Hersteller, die Produkte wie Gourmet-Süßwaren oder besondere Knabberartikel anbieten, könnte Publix Corp. eine interessante Option sein. |

| Safeway Inc. | |
|---------------------|--|
| Adresse / Website | 5918 Stoneridge Mall Road, Pleasanton, CA 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, einer der größten Lebensmitteleinzelhändler in den USA mit über 2.200 Filialen. Albertsons/Safeway Inc. bietet eine breite Palette an Lebensmittelprodukten 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, MN 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 Billigsegment erfolgreich. Target Corp. expandiert seine Lebensmittelsparte und bietet eine Mischung aus Mainstream- und Premium-Produkten an, was deutschen Herstellern von Süßwaren und Speiseeis Potenzial bietet, insbesondere im Premium-Segment. |

| Trader Joe's | |
|---------------------|---|
| Adresse / Website | 800 S. 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 Verbraucherinnen und Verbraucher etabliert. Deutsche Hersteller, die auf ein Nischenpublikum abzielen, könnten hier Fuß fassen. |

| Walmart, Inc. | |
|----------------------|---|
| Adresse / Website | 702 S.W. 8th St. Bentonville, Arkansas, AK 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, welche eine starke Preisorientierung haben, darunter auch importierte Produkte. Walmart, Inc. bietet eine vielfältige Auswahl an Knabberartikel und Süßwaren, einschließlich vieler internationaler Produkte, was es zu einer attraktiven Option für deutsche Hersteller macht. |

| Whole Foods Market Inc. | |
|--------------------------------|--|
| Adresse / Website | 550 Bowie Street Austin, TX 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. Whole Foods Market Inc. richtet sich insbesondere an qualitätsbewusste Verbraucherinnen und Verbraucher und ist vor allem in gehobenen Vierteln und urbanen Zentren zu finden. Deutsche Hersteller, die hochwertige oder biozertifizierte Produkte, wie z. B. Bio-Knabberartikel und Premium-Eisprodukte, anbieten, könnten hier auf eine passende Zielgruppe stoßen. |

8.4 Importeure/Großhändler

| Bimbo Bakeries USA Inc. | |
|--------------------------------|---|
| Adresse / Website | 255 Business Center Drive Horsham, PA 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, MD 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 den Leistungen gehören die Durchführung der FDA-Registrierung, die Erstellung des „Foreign Supplier Verification Program“, Dienstleistungen als „Importer of Record“ und Start-up-Beratung. |

| Euro-American Brands LLC | |
|---------------------------------|---|
| Adresse / Website | 95 NJ-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, darunter auch Süßwaren, aus Deutschland und anderen europäischen Ländern. Das Unternehmen verfügt über ein eigenes nationales Verkaufsnetz sowie über ein ausgedehntes Netz von Handelsvertretern. |

| European Imports, Inc. | |
|-------------------------------|--|
| Adresse / Website | 600 E Brook Drive Arlington Heights, IL, 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, darunter auch Konditoreiprodukte, hochwertige Schokolade, Süßwaren und Knabberartikeln. Das Unternehmen verfügt über drei Distributionszentren in Arizona, Georgia und Texas. |

| GermanShop24 | |
|---------------------|--|
| Adresse / Website | 313 Tallulah Falls GA 30573 USA www.germanshop24.com |
| Kontakt | E-Mail: stefan@germanshop24.com Tel.: +1-916-273-6029 |
| Profil | GermanShop24 USA ist ein US-amerikanisches Unternehmen, das deutsche Lebensmittel- und Spezialitätenprodukte vertreibt und importiert. Das Angebot umfasst auch Süßwaren und Knabberartikel. Die Waren können in den USA im Einzelhandel oder über E-Commerce erworben werden. |

| KeHE Distributors | |
|--------------------------|--|
| Adresse / Website | 1245 E Diehl Rd Ste 200 Naperville, IL 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 Knabberartikeln und Süßwaren aus dem Premium-Segment. |

| The Taste of Germany | |
|-----------------------------|---|
| Adresse / Website | 615 Lofstrand Lane Rockville, MD 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 und ein US-amerikanischer Distributor und Importeur deutscher Lebensmittel und Spezialitäten. Die Produktpalette umfasst u. a. Süßwaren (insbesondere Schokolade). 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 und Knabberartikeln in den USA. Das Unternehmen beliefert verschiedene Einzelhändler und Lebensmittelketten im ganzen Land. |

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

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

STAND

Oktober 2024

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Christin Lola/stock.adobe.com

TEXT

enviacon GmbH
Schloßstraße 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Melanie Otto

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 BMEL gestattet.

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

Diese Publikation wird vom BMEL 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.bmel.de
www.bmel.de/social-media
www.agrarexportfoerderung.de

