

Konjunkturbericht USA

Juli 2025



Der Korrespondent der GTAI hat den Bericht im Auftrag des VDMA mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt.
Der VDMA übernimmt für Inhalt und Richtigkeit keine Haftung.

Herausgeber

VDMA

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Lyoner Strasse 18

60528 Frankfurt am Main

Internet: Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen - vdma.eu - VDMA

Kontakt:

Daniel Dellemann

Telefon: 069 6603-1931

E-Mail: daniel.dellemann@vdma.eu

US-Nahrungsmittelhersteller erwarten nur geringes Wachstum

Die wirtschaftlichen Unsicherheiten in den USA dämpfen auch den Nahrungsmittelkonsum. Für 2025 rechnet die Branche mit einer Entwicklung zwischen Stagnation und minimalem Wachstum. Trumps Zollpolitik entfacht einen Investitionsboom in der US-Pharmabranche. Die US-Kosmetiknachfrage wächst moderat und verlässlich.

Gesamtwirtschaftlicher Ausblick (Stand: April 2025)

In kürzester Zeit hat sich die amerikanische Wirtschaft vom Kraftprotz zum Sorgenkind gewandelt. Die Schwäche könnte weit bis ins Jahr 2026 anhalten.

Donald Trumps [Zickzackkurs in Sachen Handelspolitik](#) schockt das Ausland und kommt auch bei der eigenen Bevölkerung nicht gut an. Bei den meisten Marktteilnehmern löst er eine Mischung aus Ratlosigkeit und Angst aus. Ökonomen sprechen auch von einer "Unsicherheitssteuer", mit welcher der US-Präsident das Land überzieht. An den US-Börsen stehen laut dem "Furcht-Gier-Index" des Nachrichtensenders CNN seit März 2025 die Zeichen durchweg auf der untersten Stufe ("extreme Angst"). Der "Fear and Greed Index" wird von Anlegern zur Bewertung der Börsenstimmung verwendet.

Gemäß einer Umfrage von CBS News und YouGov von Mitte April 2025 lehnen nahezu zwei Drittel der Bevölkerung die Zollpolitik ab. Das hat nachvollziehbare Gründe: Eine Mehrheit besitzt (zumeist über ihre Rentenversicherung) Aktien und ist durch die sinkenden Kurse seit dem Amtsantritt Trumps auf dem Papier ärmer geworden. Dieser sogenannte Vermögenseffekt wirkt sich in der Regel immer negativ auf den Konsum aus.

Verbrauchervertrauen fällt rasant

Im März 2025 entwickelte sich der Einzelhandelsumsatz zwar noch positiv. Doch dafür waren vor allem Hamsterkäufe verantwortlich. Die Haushalte legten sich aus Angst vor zollbedingten Preiserhöhungen einen Vorrat an. Nachdem Anfang April 2025 umfangreiche Zölle in Kraft traten, kam dieser Konsumtrend zum Erliegen. Der Index zum Verbrauchervertrauen der Universität Michigan fiel in diesem Monat auf den zweitniedrigsten Wert seit 1952.

Die Kurve könnte weiter nach unten gehen, denn die Amerikaner sorgen sich zunehmend um ihren Arbeitsplatz, ergab im April 2025 eine Erhebung der Notenbank von New York. Die Investmentbank Morgan Stanley erwartet, dass die Erwerbslosenquote, die zu Beginn von Trumps Amtszeit bei 4 Prozent lag, bis 2026 auf 5 Prozent steigt. Das hört sich nicht dramatisch an. Doch bei 4 Prozent herrscht nach ökonomischer Definition Vollbeschäftigung, während es bei 5 Prozent zur unfreiwilligen Arbeitslosigkeit kommt.

Steigende Inflationserwartungen

Die Verbraucher gehen zudem von stark steigenden Preisen aus. Im April rechneten sie gemäß der Universität Michigan für die nächsten zwölf Monate mit einer Inflation von fast 7 Prozent. Dabei handelt es sich um den höchsten Wert seit der Ölkrise von 1981. Tatsächlich lässt sich bereits seit Anfang April ein Inflationsschub erkennen. Einzelhändler strichen als Erstes ihre Rabatte zusammen. Das macht sich insbesondere beim [Pkw-Kauf](#) bemerkbar, berichtete der Vertreter eines deutschen Automobilkonzerns im Gespräch mit Germany Trade & Invest.

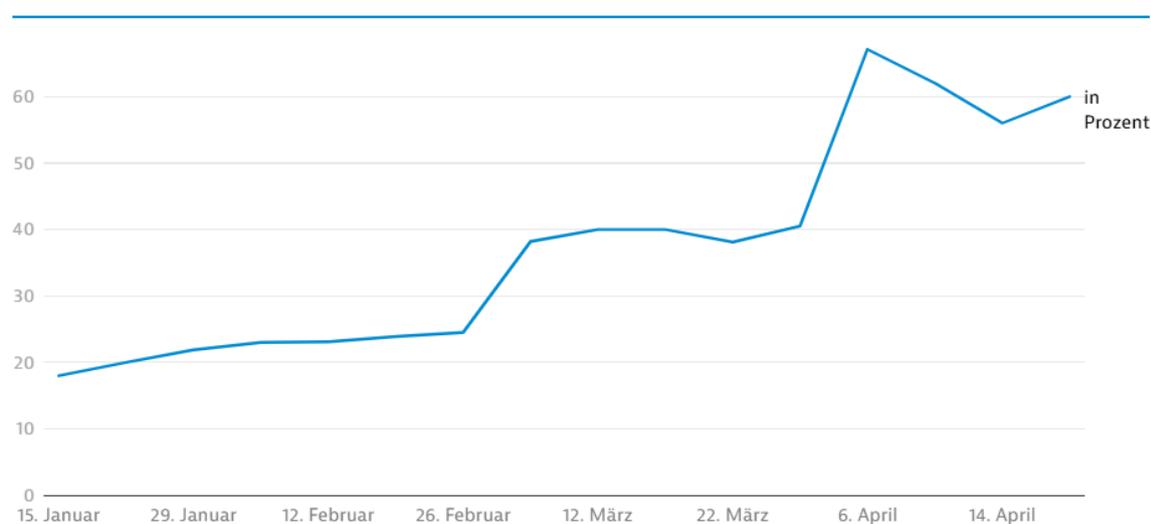
Der Privatverbrauch steuert 70 Prozent zur Verwendung des US-Bruttoinlandsprodukts (BIP) bei. Schwächelt er, reißt er die Gesamtkonjunktur mit sich. Zugleich ist von der Investitionsseite kaum Entlastung zu erwarten. Die meisten Firmen sind genauso verunsichert wie die Verbraucher. Auf welcher Grundlage sollen sie ihre Investitionsplanung durchführen, wenn niemand weiß, was nächste Woche, geschweige denn in ein bis zwei Jahren passieren wird?

Auch am Bau herrscht Flaute. In den ersten zwei Monaten 2025 stiegen die privaten Bauleistungen nominal nur um 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Real gerechnet, waren sie damit rückläufig. Selbst im bislang boomenden Fabrikbau fiel der Zuwachs mit 5 Prozent ungewöhnlich bescheiden aus. Mit anderen Worten: Trumps Zollpolitik würgt – entgegen ihrer Absicht – Investitionen im produzierenden Gewerbe ab.

Wohl keine Rezession im Jahr 2025

Eine Rezession der amerikanischen Wirtschaft zeichnet sich immer deutlicher als Möglichkeit ab. Viele Analysehäuser und Banken bewerteten die Wahrscheinlichkeit Mitte April 2025 mit rund 50 Prozent. Laut der Prognosemarktplattform Kalshi hatte sich die entsprechende Quote zwischen Mitte Januar und Anfang April von unter 20 Prozent auf zwei Drittel erhöht. Nach der teilweisen Rücknahme von Zöllen ging sie bis Mitte April 2025 wieder etwas zurück.

Rezessionserwartungen sinken ein wenig nach "Teil-Rückzieher" bei den Zöllen (Wahrscheinlichkeit einer Rezession)



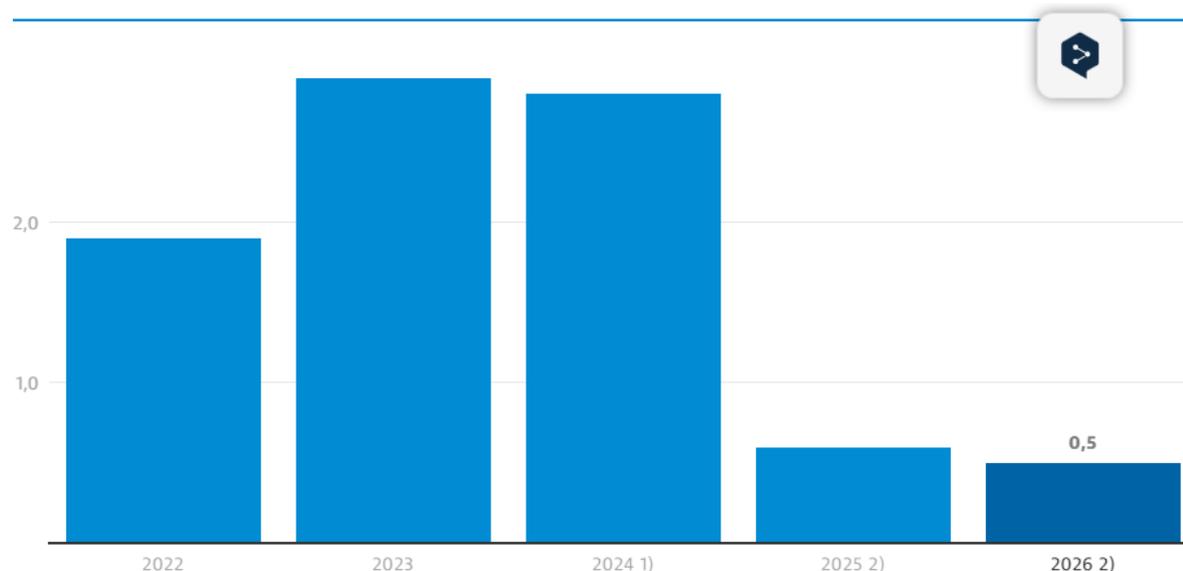
Quelle: Kalshi 2025

Allerdings bedeutet eine Rezession nach amerikanischer Lesart lediglich, dass die Wirtschaftsleistung zwei Quartale hintereinander schrumpft. Für das Gesamtjahr kann damit immer noch ein Plus herauspringen. Davon gehen – wohlgemerkt noch – die allermeisten Finanz- und Forschungsinstitute aus. Dennoch steht den Vereinigten Staaten eine harte Landung bevor, denn 2023 und 2024 war die Wirtschaftsleistung um jeweils knapp 3 Prozent gewachsen, so das Bureau of Economic Analysis.

Wahrscheinlichkeit einer Deeskalation im Zollkonflikt nur bei 5 Prozent

Für 2026 erwarten die Analysten keine durchgreifende Besserung. Der durch die Handelspolitik ausgelöste Vertrauensverlust führt ihrer Meinung nach zu einem dauerhaften ökonomischen Schaden. Dieser lasse sich selbst bei einem raschen "Deal" kaum abwenden. Zudem geht fast niemand davon aus, dass es zu einer solchen Deeskalation im Zollkonflikt kommt: Morgan Stanley schätzt die Wahrscheinlichkeit dafür auf nur 5 Prozent.

So sieht eine harte Landung aus - Wachstum der US-Wirtschaft (reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr, in Prozent)



1) dritte offizielle Schätzung;

2) Prognose.

Quelle: Bureau of Economic Analysis 2025; Morgan Stanley 2025

Längere Phase niedrigen Wachstums bei hoher Inflation möglich

Damit treten die USA womöglich in eine Phase, die Ökonomen als Stagflation bezeichnen. Sie ist gekennzeichnet durch ein niedriges Wachstum, zugleich steigen Arbeitslosigkeit und Inflation. Eigentlich wird sie durch externe Schocks ausgelöst – wie die Ölkrisen in den 1970er- und 1980er-Jahren. Dass auch eine erratische Zollpolitik eine Stagflation initiieren kann, dürfte den Erfahrungsschatz der Wirtschaftswissenschaften bereichern.

Verfasser des o.g. Berichts: Roland Rohde, GTAI Washington, D.C.

Markttrends Ernährungswirtschaft

Fleisch und Molkereierzeugnisse erweisen sich als Lichtblicke. Sich verändernde Konsumgewohnheiten stellen die Hersteller von Süßwaren und Snacks hingegen vor Herausforderungen.

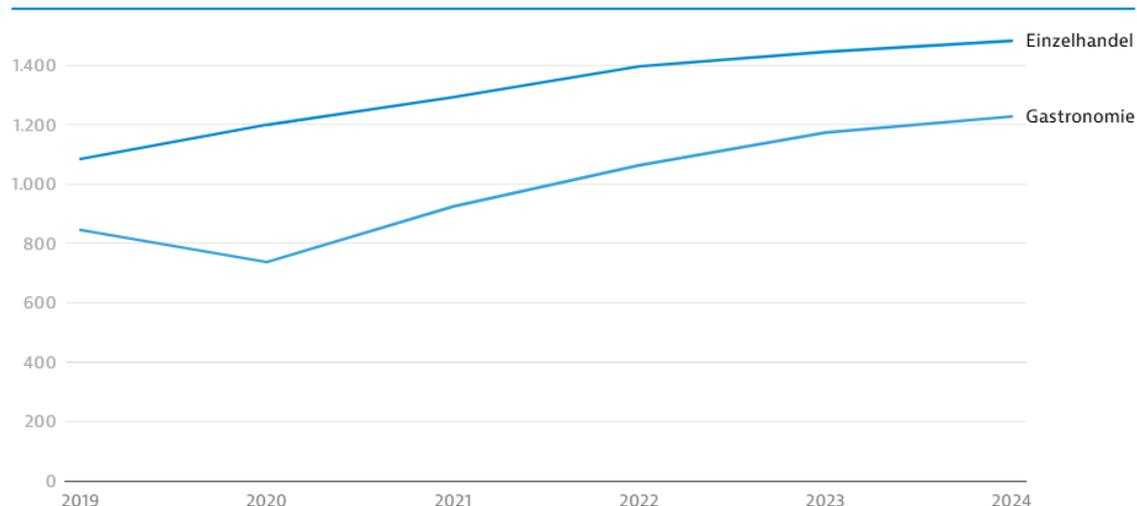
Wie in den Vorjahren dürfte die Nahrungsmittelindustrie in den USA ihre Umsätze erneut durch Preiserhöhungen steigern, zumal höhere Kosten infolge der Zollpolitik der US-Regierung an die Verbraucher weitergegeben werden. Das eigentliche Ziel der Unternehmen ist jedoch ein anderes: Eine höhere mengenmäßige Produktion, denn nur über steigende Verkaufsvolumina lassen sich Marktanteile ausbauen und neue Kundengruppen erschließen.

Inwieweit dies gelingt, ist fraglich. Nachdem die Nahrungsmittel- und Getränkehersteller im Vorjahr eine mengenmäßige Steigerung von etwa 1,1 Prozent erzielen konnten, wagt das Marktforschungsinstitut Circana für 2025 nur eine unsichere Prognose mit einer Bandbreite von 0 bis 1 Prozent.

Über 50 % der täglichen Kalorienzunahme besteht in den USA aus stark verarbeiteten Nahrungsmitteln.

Ende 2024 lagen die Lebensmittelpreise in den USA laut Circana um 31 Prozent über dem Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019, wodurch viele Konsumenten an ihre Belastungsgrenze kamen. Durch die unberechenbare Zollpolitik von US-Präsident Trump wird ein Wiederaufflammen der Inflation befürchtet. Laut dem US Department of Agriculture (USDA) dürfte die Teuerungsrate für Nahrungsmittel im Jahresdurchschnitt 2025 ein Niveau von 3,5 Prozent erreichen, was die Nachfrage nach Lebensmitteln voraussichtlich dämpfen wird.

Konsumausgaben für Nahrungsmittel und Getränke in den USA (in Milliarden US-Dollar)



Quelle: Federal Reserve Bank 2025

Fleisch und Käse stärker nachgefragt

Leichte Zuwächse verzeichnet die Fleischproduktion – laut Prognosen von USDA wird für 2025 ein Anstieg um rund 0,5 Prozent auf 49,1 Millionen Tonnen erwartet. Je nach Marktsegment fällt die Entwicklung jedoch unterschiedlich aus. Bei Rindfleisch dürfte es einen Rückgang geben auf 12,1 Millionen Tonnen (-1,1 Prozent). Nach einer längeren Dürre müssen die Farmer in von Viehzucht geprägten Bundesstaaten wie Nebraska, Oklahoma und Texas ihre Rinderherden erst wieder aufstocken, weshalb es an Schlachtvieh für die lokale Verarbeitung mangelt.

Die Produktion von Schweine- und Geflügelfleisch steigt hingegen auf 12,7 Millionen Tonnen (+1,0 Prozent) beziehungsweise 23,9 Millionen Tonnen (+1,1 Prozent). Der Appetit auf Fleisch bleibt in den USA erhalten. Nach USDA-Prognosen dürfte der jährliche Prokopfverbrauch bis 2034 auf rund 107 Kilogramm ansteigen – ein Plus von 2,9 Prozent gegenüber 2024.

Auch die Molkereiwirtschaft setzt ihren Aufwärtstrend fort. Die Milchproduktion wird für 2025 auf 103 Millionen Tonnen geschätzt – und soll laut USDA bis 2030 um durchschnittlich etwa 2,1 Prozent pro Jahr ansteigen. Zwar geht die Menge getrunkenen Milch kontinuierlich zurück, dafür steigt die Nachfrage nach Molkereierzeugnissen wie Käse, Butter und Joghurt. Die US-Käseherstellung dürfte 2025 mit rund 6,6 Millionen Tonnen (+1,6 Prozent) einen Rekordwert erreichen.

Die Euphorie um pflanzliche Alternativprodukte zu tierischen Eiweißen aus Fleisch, Fisch, Milch und Eiern erlebte hingegen zum zweiten Mal in Folge einen Dämpfer. Laut Studien des Good Food Institute gab es 2024 einen mengenmäßigen Rückgang um etwa 5 Prozent. Auch beim Umsatz ging es bergab, mit -4 Prozent auf rund 8,1 Milliarden US-Dollar (US\$).

Hersteller von Backwaren und Snacks müssen sich neuen Essgewohnheiten stellen

Die Produzenten solcher Produkte stehen vor einer gemeinsamen Herausforderung: Die wachsende Nachfrage nach GLP-1-basierten Abnehmspritzen beschleunigt in den USA einen Trend zu gesünderer Ernährung. Laut einer Anfang 2025 von Ernst & Young veröffentlichten Studie könnte der Konsum von Süßwaren und salzigen Snacks bis 2034 um etwa 3 Prozent sinken, was den Herstellern bis zu 12 Milliarden US\$ an jährlichem Umsatz kosten könnte. GLP-1-Nutzer berichten demnach von einem Rückgang des Konsums von Snacks und Süßwaren um 40 bis 60 Prozent.

Appetitzügler auf dem Vormarsch: Krempeln Abnehmspritzen den Markt für Nahrungsmittel um?

Rund 40 Prozent der US-Bevölkerung gelten als übergewichtig. Da verwundert es nicht, dass sich Medikamente wie Zepbound und Wegovy zum Verkaufsschlager entwickeln. Die neuen Wunderwaffen gegen Übergewicht wurden ursprünglich zur Behandlung von Diabetes entwickelt und basieren auf dem Wirkstoff Semaglutid. Dieser ahmt das Hormon GLP-1 nach, welches ein Gefühl der Sättigung erzeugt.

Laut Studien von Ernst & Young Parthenon nutzten 2024 bereits 0,5 Prozent der US-Bevölkerung GLP-1-basierte Medikamente. Bis 2030 könnte dieser Anteil auf 13 bis 21 Prozent steigen, was je nach Entwicklung zwischen 30 und 50 Millionen Menschen entsprechen würde. Eine Richtung, die Vorteile für die öffentliche Gesundheit verspricht, aber mit tiefgreifenden Veränderungen im Konsumverhalten einhergehen dürfte.

Trend 1: Nutzer solcher Medikamente essen deutlich weniger. Laut einer KPMG-Analyse aus dem Jahr 2024 sinken die monatlichen Ausgaben von GLP-1-Nutzern für Lebensmittel im Schnitt um 31 Prozent. Auf das Jahr hochgerechnet entspricht das einem potenziellen Rückgang der US-weiten Ausgaben für Nahrungsmittel und Getränke um etwa 48 Milliarden US\$. Auch Impact Analytics rechnet mit einem rückläufigen Lebensmittelkonsum: Laut dem Marktforschungsinstitut könnte der durchschnittliche tägliche Kalorienkonsum pro erwachsener Person in den USA bis 2030 auf 2.800 bis 3.500 Kalorien sinken – ausgehend von derzeit etwa 3.600 Kalorien pro Tag.

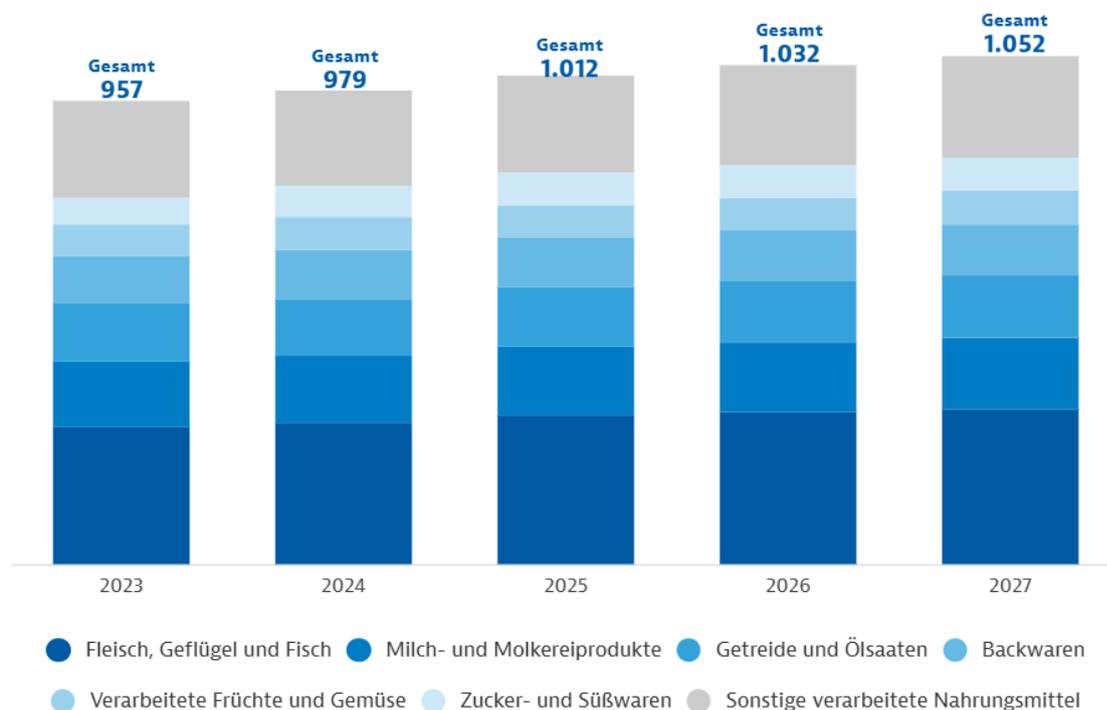
Trend 2: Nutzer von Abnehmspritzen essen nicht nur weniger – sie essen auch anders: Der Appetit auf Süßes, salzige Snacks, Backwaren oder Softdrinks schwindet, während frisches Obst, Gemüse, Joghurt, Eier und proteinreiche Snacks wie Nüsse an Beliebtheit gewinnen. Laut Studien legt der Verzehr von Proteinprodukten um bis zu 65 Prozent zu, bei Obst und Gemüse könnten es sogar 80 Prozent sein.

Wie reagieren die Unternehmen? Einige Lebensmittelhersteller – allen voran Conagra Brands – reagieren früh auf den GLP-1-Boom und entwickeln gezielt eigene Labels, die Nutzer von Abnehmmitteln ansprechen sollen. Seit Januar 2025 versieht Conagra Brands bestimmte Produkte seiner Healthy-Choice-Reihe mit einem Label, das diese als "GLP-1 friendly" kennzeichnet – insbesondere solche, die einen hohen Proteingehalt und niedrige Kalorien aufweisen. Auch General Mills bewirbt proteinhaltige Produkte gezielt bei GLP-1-Konsumenten. Danone richtet die Vermarktung von proteinreichen Produkten wie Oikos gezielt auf den neuen Kundenkreis aus. Ebenso brachte Nestlé mit Vital Pursuit eine spezielle Produktlinie heraus.

Vor diesem Hintergrund zielt auch Mars mit der geplanten Übernahme von Kellanova auf eine breitere Produktpalette ab – um neben klassischen Süßwaren verstärkt gesündere Alternativen wie proteinreiche Snacks anzubieten. Diese sind insbesondere bei der Generation Z und den Millennials beliebt. Beobachter sprechen von einer regelrechten "Snackification", die bei jüngeren Menschen besonders stark ausgeprägt sei. Klassische Mahlzeiten werden dabei immer häufiger durch gesunde, praktische Zwischenmahlzeiten ersetzt.

Das proteinreiche und funktionale Snacks im Trend liegen, macht sich auch bei den Backwaren bemerkbar. Der Prokopfverbrauch von Weizenmehl lag 2024 bei 58,5 Kilogramm – ein Rückgang von 12 Prozent innerhalb der vergangenen zehn Jahre. Wachstum entsteht dadurch nur noch durch den Bevölkerungsanstieg, nicht mehr durch höheren Einzelkonsum. Aufgrund veränderter Frühstücksgewohnheiten geht vor allem die Nachfrage nach Zerealien zurück.

Nachfrageentwicklung für verarbeitete Lebensmittel (in Milliarden US-Dollar)



Quelle: The Freedonia Group 2025

Umwälzungen im Getränkemarkt

Auch auf dem Markt für alkoholische Getränke sorgen sich verändernde Konsumgewohnheiten für Bewegung. Jüngere wie die Generation Z trinken weniger Alkohol und lassen sich vor allem nicht mehr als loyale Bier- oder Weintrinker kategorisieren.

Der Bierverbrauch dürfte 2024 den niedrigsten Stand seit 40 Jahren erreicht haben. Laut Prognosen von S&D Insights soll es 2025 einen weiteren volumenmäßigen Rückgang um 2,1 Prozent geben. Der Weinkonsum dürfte mit 3,9 Prozent noch stärker sinken. Während auch klassische Spirituosen rückläufig sind, sorgen junge Konsumenten mit ihrem Wunsch nach Vielfalt für Wachstum bei Ready-to-Drink-Cocktails und Hard Seltzers – das hält den Gesamtmarkt für Spirituosen 2025 voraussichtlich stabil (+0,2 Prozent).

Das mengenmäßige Marktvolumen für alkoholfreie Getränke dürfte 2025 laut der Beverage Marketing Corporation um 0,5 bis 1,5 Prozent zulegen. Steigendes Gesundheitsbewusstsein sorgt jedoch auch hier für Veränderungen. Produkte mit hohem Zucker- oder Süßstoffgehalt wie kohlenensäurehaltige Softdrinks und Fruchtsäfte verlieren an Zuspruch. Das Wachstum wird vor allem durch eine höhere Nachfrage nach abgefülltem Trinkwasser getragen (+2 bis 3 Prozent). Mit einem erwarteten Zuwachs von 3 bis 4 Prozent floriert auch das Geschäft mit Energydrinks. Auch funktionelle Getränke mit gesundheitsfördernden Zusätzen wie Vitaminen oder Ballaststoffen bieten Potenzial.

Branchenstruktur Ernährungswirtschaft

Trumps Zollpolitik belastet das Investitionsklima, aber einzelne Produkte wie Käse können weiter zulegen. Viele Unternehmen reagieren mit Automatisierung auf steigende Kosten.

Bevölkerungswachstum und steigende Einkommen führen in den USA zu einem langfristig höheren Nahrungsmittelverbrauch. Trotz leicht rückläufiger Nettozuwanderung rechnet das Congressional Budget Office damit, dass die Bevölkerung bis 2030 auf rund 359 Millionen wächst – von etwa 341 Millionen im Jahr 2024.

Investitionsklima kühlt sich 2025 ab

Lebensmittelhersteller investieren deshalb fortlaufend in ihre Anlagen, auch wenn sich das Tempo verlangsamt. Laut dem 2025 Capital Spending Outlook des Fachmagazins Food Processing planen die 31 größten börsennotierten Nahrungsmittel- und Getränkehersteller der USA Investitionen in Höhe von insgesamt 19,3 Milliarden US-Dollar. "Mit einem Minus von 1,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr ist dies der erste Rückgang der geplanten Investitionstätigkeit seit 2009", erklärte Dave Fusaro, Chefredakteur von Food Processing bei der Vorstellung des Reports. Darin spiegeln sich auch Unsicherheiten über die Zollpolitik der Trump-Regierung wider.

Aber es gibt auch Wachstumsfelder. Ein Bereich, der Investitionen anzieht, ist beispielsweise die Käseherstellung. Über die vergangenen zehn Jahre ist der Käsekonsum in den USA um fast 20 Prozent gestiegen. Hersteller, insbesondere in Wisconsin, Kalifornien, Texas, Minnesota und Idaho bauen ihre Anlagen aus, um die steigende Nachfrage nach Cheddar, Mozzarella und anderen Käsespezialitäten zu bedienen. Unternehmen wie Danone und Chobani berichten zudem über ein steigendes Interesse an Joghurt – weshalb Chobani rund 1,7 Milliarden US\$ in den USA investieren will.

Auch die Getränkeindustrie expandiert. Der Spirituosenhersteller Diageo investiert 415 Millionen US\$ in Montgomery, Alabama. In Elsmere, Kentucky entsteht bis 2026 eine Abfüllanlage für Trinkwasser für 130 Millionen US\$ von Niagara Bottling. Die Kapazitätsauslastung in der Ernährungswirtschaft ist weiterhin hoch. Sie lag im Jahr 2024 mit 79,7 Prozent leicht über dem Durchschnitt der vorherigen zehn Jahre (2013 bis 2023: 78,3 Prozent).

Ausgewählte Investitionsprojekte der Ernährungswirtschaft in den USA (in Millionen US-Dollar)

Akteur	Investitions-summe	Projektstand	Anmerkungen
Chobani	1.200	geplante Inbetriebnahme Ende 2026	Bau einer Molkerei in Rome, New York mit einer Produktionskapazität von mehr als 450.000 t pro Jahr – größter Standort in der Firmengeschichte
Chobani	500	geplante Inbetriebnahme 2026	Erweiterung der Molkerei in Twin Falls, Idaho. Produktionssteigerung um 50%
Daisy Brand	626	geplante Inbetriebnahme 2026	Bau einer Molkerei in Boone, Iowa, zur Herstellung von Sauerrahm und Hüttenkäse
Reyes Coca-Cola	500	geplante Inbetriebnahme 2026	Ausbau einer Getränkeabfüllanlage in Rancho Cucamonga, Kalifornien
Electrolit	400	geplante Inbetriebnahme 2026	Bau einer hochautomatisierten Produktionsstätte für Hydrationsgetränke in Waco, Texas (erstes Werk in den USA)
Yakult USA	305	geplante Inbetriebnahme 2026	Bau einer Produktionsstätte für probiotischen Joghurt in White, Georgia

Bridor	250	geplante Inbetriebnahme 2026	Bau einer Bäckereiproduktion für Brotspezialitäten und Viennoiserie in Brigham City, Utah
Bauducco Foods	200 +	geplante Inbetriebnahme: 1. Phase: 2026 2. Phase: 2028 3. Phase: 2030	Bau einer Bäckereiproduktion für Kekse, Waffeln und Panettone in Zephyrhills, Florida
Irresistible Foods Group	180	geplante Inbetriebnahme 2026/2027	Bau einer Produktionsstätte für Backwaren der Marke King's Hawaiian in Taylorsville, Illinois
Keurig Dr. Pepper	100	geplante Inbetriebnahme 2027	Bau einer Kaffeerösterei in Spartanburg, South Carolina

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

Automatisierung steht im Fokus

Stark gestiegene Inputkosten und Arbeitskräftemangel sorgen dafür, dass bei vielen Unternehmen Effizienzsteigerungen und Automatisierung im Fokus stehen. "In unserem 2025 Manufacturing Outlook Survey steht erstmals seit 24 Jahren nicht die Lebensmittelsicherheit, sondern die Kostenkontrolle an erster Stelle der Prioritäten", erklärt Dave Fusaro.

Insbesondere große Schlachthöfe setzen zur Kostenreduzierung stark auf Robotik, zum Beispiel zur Entbeinung. Tyson Food hat seit 2022 bereits über 1 Milliarde US\$ für Automatisierung ausgegeben. Cargill will im Rahmen der Initiative Factory-of-the-Future bis 2026 rund 700 Millionen US\$ in die Automatisierung stecken.

Auch Bäckereien automatisieren. Rund die Hälfte der Unternehmen will nach einer Umfrage von Baking & Snacks die Investitionsausgaben im Jahr 2025 erhöhen. Etwa 71 Prozent aller Befragten nennen dabei Systemverbesserungen wie Automatisierung als Schwerpunkt. Verpackungsmaschinen stehen dabei ganz oben auf der Agenda.

Fleischindustrie ist stark konzentriert

Bei Rindfleisch halten die vier größten Anbieter Tyson Food, JBS USA, Cargill und National Beef einen Anteil von ungefähr 85 Prozent. JBS USA kündigte 2025 an, rund 200 Millionen US\$ in den Ausbau der Standorte Cactus in Texas sowie Greeley in Colorado zu investieren, um seine Marktposition zu stärken. Bei Schweinefleisch dominieren die vier größten Hersteller, angeführt von Smithfield Foods, etwa zwei Drittel des Marktes.

Um den Wettbewerb anzukurbeln, hatte das U.S. Department of Agriculture (USDA) während der Amtszeit von Joe Biden über das Meat and Poultry Processing Expansion Program (MPPEP) 325 Millionen US\$ für 74 Projekte von kleineren und mittleren Fleischproduzenten vergeben. Hinzu kommen 56 Millionen US\$, die über das Local Meat Capacity Grant Program ausgeschüttet wurden.

Einige der geförderten Projekte werden erst im Lauf der nächsten Jahre umgesetzt. Das Unternehmen Producer Owned Beef will in Amarillo, Texas rund 670 Millionen US\$ investieren. Die hochmoderne Anlage soll ab 2027 eine Leistung von 3.000 Rindern pro Tag erreichen. Ein weiteres Großprojekt plant die Cattlemen's Heritage Beef Company in Iowa: Der Bau ihrer 520 Millionen US\$ teuren Anlage in Des Moines soll 2025 starten und pro Tag rund 2.000 Rinder verarbeiten.

Zoll-Zick-Zack erhöht Kosten und belastet Exporte

Die amerikanische Nahrungsmittelindustrie ist durch starken Wettbewerb geprägt. Die USA sind nach China und Indien der weltweit drittgrößte Lebensmittelproduzent und können sich weitgehend selbst versorgen. Dennoch stieg der Importanteil bei verarbeiteten Nahrungsmitteln und Getränken zwischen 2008 und 2022 von 12,4 Prozent auf 17,3 Prozent an. Trotz starker Exportsektoren wie Fleisch und Molkereiprodukte wiesen die USA 2024 zum dritten Mal in Folge ein Handelsdefizit im Nahrungsmittelsektor auf – hauptsächlich wegen gestiegener Obst- und Gemüseimporte.

Welche Folgen hat die US-Zollpolitik für die amerikanische Nahrungsmittelindustrie?

Die Branche verfügt in den USA über eine breite Produktionsbasis – ein Schutz vor dem trumpschen Zickzackkurs ist dies jedoch nur bedingt. Denn viele Zutaten und Produktionsmittel stammen aus dem Ausland und werden zum Kostenfaktor. Gegenzölle wiederum erschweren den Export.

1. Höhere Kosten für importierte Nahrungsmittel und Zutaten

Zwar verfügen die USA über große Agrarflächen, aber viele benötigte Zutaten für verarbeitete Lebensmittel wachsen dort schlicht nicht: Bananen, Vanille, Kakao, Pfeffer oder auch Avocados müssen importiert werden. Da Zölle auch auf Produkte ohne lokale Bezugsalternative erhoben werden, sind steigende Kosten kaum vermeidbar. Der amerikanische Schokoladenhersteller Hershey befürchtet beispielsweise, dass durch Zölle auf den Import von Kakao im Jahr 2025 zusätzliche Belastungen von bis zu 100 Millionen US\$ entstehen.

2. Höhere Kosten für importierte Betriebsmittel

Auch importierte Betriebsmittel verteuern sich durch die Zollpolitik. Viele haltbare Lebensmittel – etwa Fisch, Fleisch, Früchte oder Getränke – werden in Dosen abgefüllt und sind dadurch von den Sonderzöllen in Höhe von 25 Prozent auf Aluminium und Stahl betroffen. Nur rund 30 Prozent des für Konservendosen benötigten Weißblechs stammen aus heimischer Produktion. Etwa zwei Drittel des in den USA verwendeten Primäraluminiums – das unter anderem für Getränkedosen eingesetzt wird – werden aus Kanada importiert. Steigende Materialkosten könnten dazu führen, dass Bier vermehrt in Glasflaschen abgefüllt wird, während bei Erfrischungsgetränken der Anteil an PET-Flaschen zunehmen dürfte. Auch bei Maschinen besteht in der Nahrungsmittelindustrie ein hoher Importbedarf. Laut der Association for Packaging and Processing Technologies (PMMI) liegt der Importanteil bei Verpackungsmaschinen bei rund 24 Prozent.

3. Geringere Exporte aufgrund von Gegenzöllen

In einigen Bereichen, insbesondere bei Molkereiprodukten und Fleisch, erzeugen die USA Überschüsse – die in Zeiten von Handelskonflikten deutlich schwieriger exportiert werden können. Hier fallen insbesondere die von China verhängten Gegenzölle ins Gewicht, da die Volksrepublik bislang ein Hauptabnehmer von amerikanischen Nahrungsmitteln war.

Am 12. Mai 2025 haben die Vereinigten Staaten und China eine vorübergehende Einigung erzielt, ihre gegenseitigen Zölle für einen Zeitraum von 90 Tagen deutlich zu senken: Die US-Regierung reduziert ihre Zölle auf chinesische Importe von 145 Prozent auf 30 Prozent, während China seine Zölle auf US-Waren von 125 Prozent auf 10 Prozent senkt.

Dies verschafft der amerikanischen Fleischindustrie eine dringend benötigte Atempause. Zuvor hatten die Einfuhrabgaben auf amerikanisches Fleisch durch die chinesischen Vergeltungszölle dramatische Höhen erreicht. Nach Angaben der US Meat Export Federation galten für Rindfleisch 147 Prozent, für Schweinefleisch fielen sogar 172 Prozent an. Hätten solche Zölle für längere Zeit Bestand, würde der dadurch bedingte Nachfrageeinbruch zu großen finanziellen Einbußen führen: Bei Rindfleisch wäre mit Mindereinnahmen von 4 Milliarden US\$ pro Jahr zu rechnen, bei Schweinefleisch mit 1 Milliarde US\$.

Mit mehr als 22.000 Unternehmen weist die heimische Nahrungsmittelindustrie einen hohen Diversifizierungsgrad auf. Gemessen an der Wertschöpfung ist die Fleischverarbeitung mit einem Anteil von

26 Prozent das größte Segment, gefolgt von der Milchwirtschaft (13 Prozent), der Getränkeindustrie (11 Prozent) und der Getreide-/Ölsaatenindustrie (10 Prozent).

Produktion ausgewählter Nahrungsmittel und Getränke in den USA (Produktionsindizes *)

Sparte	2021	2022	2023	2024
Fleisch und Fleischwaren	102,7	104,8	103,8	103,9
Milch- und Molkereiprodukte	105,3	105,2	105,0	103,3
Backwaren	104,1	103,3	103,1	104,8
Verarbeitete Früchte und Gemüse	100,8	101,0	95,8	95,5
Zucker- und Süßwaren	105,4	106,3	102,0	102,8
Getränke	107,9	109,2	112,0	109,9
Bier	99,6	95,8	91,3	86,9
Softdrinks	92,8	99,2	109,4	111,2

* saisonbereinigt, Jahresdurchschnitt, 2017 = 100. Quelle: Federal Reserve 2025

Auch geografisch ist die Branche breit aufgestellt. Laut dem US Census Bureau gab es im Jahr 2021 (zuletzt verfügbare Angabe zu Redaktionsschluss) insgesamt 41.080 Produktionsstätten, in denen Nahrungsmittel und Getränke hergestellt werden. Das mit Abstand wichtigste Cluster befindet sich mit rund 6.300 Anlagen in Kalifornien. Der Bundesstaat produziert mehr als 60 Prozent des in den USA angebauten Obstes und Gemüses. Gleichzeitig hält Kalifornien auch die Spitzenposition in der Milchwirtschaft. Weitere Hochburgen befinden sich in Texas (2.800 Betriebe), New York (2.700 Betriebe), Pennsylvania (1.800 Betriebe) und Illinois (1.600 Betriebe).

Wichtige Branchenunternehmen in Nordamerika (Umsatz in Milliarden US-Dollar)

Unternehmen	Sparte	Umsatz 2023 *)
PepsiCo	Getränke, Snacks	55,6
Tyson Foods	Fleischwaren, Snacks	50,4
Nestlé	Backzutaten, Tiefkühlkost, Fertiggerichte, Getränke	38,6
JBS USA	Fleischwaren	31,0
Kraft Heinz	Fleischwaren, Fertiggerichte, Käse, Kartoffelprodukte, Snacks, Soßen, Tiefkühlkost etc.	20,3
General Mills	Backwaren, Desserts, Fertiggerichte, Zerealien	17,1
The Coca-Cola Company	Alkoholische und alkoholfreie Getränke	16,7
Anheuser Bush InBev	Bier, alkoholische Getränke	15,1
Cargill	Fleischwaren, Lebensmittelzutaten	15,0
Mars	Süßwaren und Kaugummiprodukte	15,0
Smithfield Foods	Schweinefleischprodukte	14,2

* USA und teilweise Kanada. Quelle: Food Processing 2024

Pharma

Neue Zölle auf Arzneimittel sind noch gar nicht in Kraft, da kündigt sich bereits ein Verlagerungsboom an. Pharmaunternehmen in den USA überbieten sich mit Investitionsplänen.

Die erste Salve von Trumps Zolloffensive traf vor allem Aluminium, Stahl und die Autoindustrie – die Pharmabranche hingegen wurde zunächst geschont, spezifische Sonderzölle blieben aus. Jedoch stellte Trump klar, dass dies nicht von Dauer sein werde. Bereits die bloße Ankündigung, dass auch auf importierte Arzneimittel sektorspezifische Sonderzölle in Höhe von 25 Prozent geplant sind, löst in der amerikanischen Pharmaindustrie einen beispiellosen Investitionsboom aus.

Spezialmedikamente sorgen für Wachstum im US-Pharmamarkt

Die USA unterstreichen ihre Vorreiterrolle bei innovativen Therapien. Dadurch steigt der Pharmaumsatz bis 2028 um insgesamt 29 Prozent auf etwa 562 Milliarden US-Dollar an.

Pharmakonzerne nehmen Milliarden in die Hand

Seit dem Amtsantritt von US-Präsident Donald Trump am 20. Januar 2025 haben Pharmaunternehmen in den USA Investitionen von über 180 Milliarden US-Dollar (US\$) angekündigt. Den ersten Aufschlag machte der amerikanische Konzern Eli Lilly im Februar 2025. Insgesamt sollen 27 Milliarden US\$ in den Bau von vier Produktionslinien gesteckt werden. Drei der Anlagen sollen der Herstellung von pharmazeutischen Grundstoffen (Active Pharmaceutical Ingredients, API) dienen, während die vierte Anlage auf die Produktion von injizierbaren Arzneimitteln ausgerichtet sein soll.

Die Anlagen sollen innerhalb von fünf Jahren in Betrieb genommen werden. Diese Investitionen ergänzen die zuvor angekündigten 23 Milliarden US\$, die hauptsächlich für die Produktion von GLP-1-basierten Medikamenten zur Gewichtsreduktion wie Mounjaro und Zepbound vorgesehen sind.

Im März 2025 folgte Johnson & Johnson mit einer massiven Investitionsankündigung in Höhe von 55 Milliarden US\$ für die kommenden vier Jahre. Geplant sind vier Fertigungsanlagen, darunter eine hochmoderne Biologika-Produktionsstätte in Wilson, North Carolina. Zusätzlich sollen auch bestehende Forschungs- und Produktionsstandorte ausgebaut werden.

Eine große Ankündigung jagt die nächste

Der Schweizer Arzneimittelhersteller Novartis stellte im April 2025 umfassende Pläne vor, um die Präsenz in den USA zu stärken. In den nächsten fünf Jahren sollen sechs Produktionsanlagen neu errichtet und drei bestehende Standorte ausgebaut werden. Dies umfasst zwei neue Fertigungsstätten für radiomarkierte Medikamente zur Krebstherapie. Das zugehörige Investitionsvolumen wird auf insgesamt 23 Milliarden US\$ beziffert.

Nur wenige Tage später sorgte mit Roche ein zweiter Pharmahersteller mit Hauptsitz in der Schweiz für Aufsehen. Über die kommenden fünf Jahre sind 50 Milliarden US\$ für den Ausbau der US-Standorte vorgesehen. Dies umfasst Forschungs- und Entwicklungszentren sowie Produktionsstätten in mehreren Bundesstaaten, darunter Indiana, Pennsylvania, Massachusetts und Kalifornien. So soll in Pennsylvania eine Fertigung für Gentherapien entstehen, während in Indiana Systeme zur Glukosemessung produziert werden sollen.

Auch im Mai 2025 verlor die Welle nicht an Schwung. Gilead Sciences aus Kalifornien stockt seine bis 2030 geplanten Investitionen um 11 Milliarden US\$ auf. Mit den Mitteln werden drei neue Produktionsstandorte gebaut und drei bestehende erweitert. Die zusätzlichen 11 Milliarden US\$ kommen zu den bereits zuvor veranschlagten 21 Milliarden US\$ hinzu – damit summieren sich Gileads US-Investitionen bis 2030 auf insgesamt 32 Milliarden US\$.

Mit AbbVie will ein weiterer amerikanischer Pharmahersteller verstärkt auf den Standort USA setzen. Die bis 2035 geplanten Investitionen in Höhe von 10 Milliarden US\$ umfassen vier neue Produktionsstätten, unter anderem, um die Herstellung von API und Peptiden zu erweitern.

Angesichts der teils gigantischen Investitionspläne der Branche wirken kleinere Projekte wie jene von Regeneron (3 Milliarden US\$ für die Produktion von Biologika in North Carolina) und Merck (1 Milliarden US\$ für die Herstellung des Krebsmedikaments Keytruda in Delaware) beinahe bescheiden.

US-Standort soll mit zusätzlichen Anreizen noch attraktiver werden

Geht es nach Donald Trump, sollen diese Entwicklungen aber erst der Auftakt sein. Außer mit Zöllen will die Trump-Regierung weitere Anreize für die Rückverlagerung von Produktionskapazitäten schaffen. Im Mai 2025 erließ Präsident Trump eine Exekutivanordnung, die die US-Arzneimittelbehörde Food and Drug Administration (FDA) anweist, die regulatorischen Vorgaben für den Bau pharmazeutischer Produktionsstätten zu lockern.

Mit den von den Republikanern im US-Kongress vorgeschlagenen Steuerreformen könnten zudem neue Investitionsanreize geschaffen werden – etwa durch eine Senkung der Körperschaftsteuer auf unter 21 Prozent oder durch vereinfachte Sofortabschreibungen.

Detaillierte Informationen bietet die GTAI-Reihe „[Branche kompakt Pharmaindustrie](#)“.

Verfasser des o.g. Berichts: Heiko Stumpf, GTAI San Francisco

Kosmetika

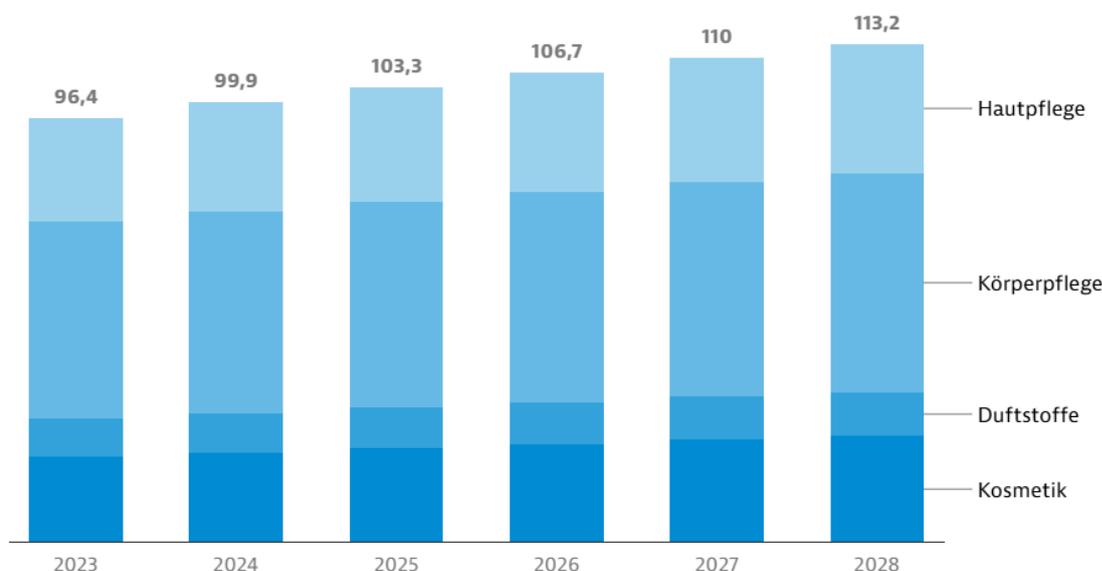
Die Schönheitsbranche zeigt sich in den USA konjunkturell robust. Der Enthusiasmus junger Generationen und durch Social Media entfachte Konsumtrends sorgen für Wachstum.

Die Kosmetik- und Körperpflegebranche blickt in den USA optimistisch in die Zukunft. Laut der Investmentbank TD Cowen sollen die Branchenumsätze im Zeitraum 2025 bis 2030 um durchschnittlich 5 Prozent pro Jahr steigen. Ein positiver Ausblick, der von führenden Kosmetikherstellern geteilt wird. "Wir sehen in den USA ein Land voller Möglichkeiten", erklärte Nicolas Hieronimus, CEO von L'Oreal im Februar 2025 bei der Vorstellung von Unternehmenszahlen. Auch Ulta Beauty, der größte Kosmetikhändler des Landes, peilt für die kommenden Jahre ein stabiles Wachstum von 4 bis 6 Prozent an.

Trotz unsicherer Konjunkturaussichten setzt die Kosmetikbranche weiterhin auf ihre Resilienz - und den sogenannten Lippenstifteffekt. Angesichts von Donald Trumps unberechenbarer Zollpolitik rechnen viele Beobachter mit einem erneuten Anstieg der Inflation, das Verbrauchervertrauen ist bereits spürbar unter Druck geraten.

Doch Kosmetikfirmen bleiben zuversichtlich. Gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten neigen Menschen dazu, mehr für Schönheitsprodukte auszugeben. Diese ermöglichen einen bezahlbaren Hauch von Luxus und bedienen das Verlangen nach einer Belohnung. Durch dieses Phänomen steht die Kosmetikbranche auch in Krisen häufig als Gewinner da. Zuletzt zeigte sich dies in den Inflationsjahren 2022 und 2023, als der Kosmetikabsatz mit Zuwächsen von 12 beziehungsweise 11 Prozent regelrecht boomte.

Umsätze der Schönheits- und Körperpflegebranche in den USA (in Milliarden US-Dollar)



Quelle: Statista Market Insights 2025

Premiumprodukte wachsen überdurchschnittlich

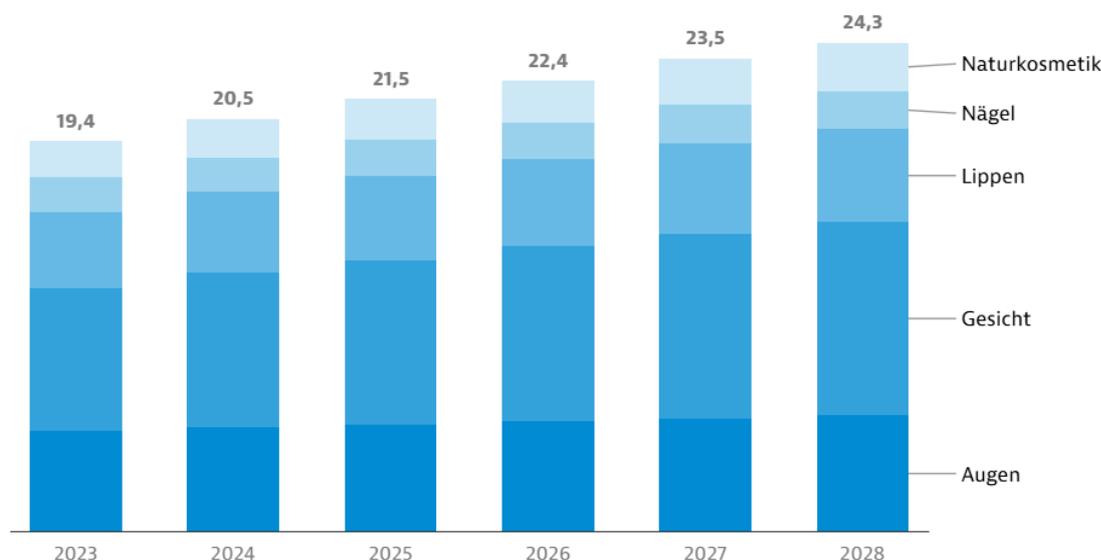
Besonders für qualitativ hochwertige Artikel sind die Aussichten deshalb weiterhin gut. Schon 2024 legte das Prestige-Schönheitssegment (Make-up, Parfüm, Haut- und Haarpflege) mit 7 Prozent deutlich stärker zu als der Massenmarkt mit nur 3 Prozent. Eine Entwicklung, die sich durch den Trend zur "Premiumization" fortsetzen dürfte, denn teurere, hochwertige Produkte mit einem vermeintlich höheren Nutzen gewinnen Marktanteile.

Der Onlinehändler Amazon nutzt dies gezielt, und nimmt verstärkt Premiummarken für Schönheitsartikel wie Clinique in sein Sortiment. Laut Prognosen von TD Cowen dürfte sich Amazon bis 2030 zum umsatzstärksten Kosmetikhändler in den USA aufschwingen und einen Marktanteil von 15 Prozent erobern (ausgehend von 10 Prozent im Jahr 2024). Auch Walmart vertreibt über seine Onlinekanäle vermehrt höherwertige Marken wie Pretty Smart oder Curology.

Dies erhöht den Wettbewerbsdruck für spezialisierte Kosmetikhändler wie Sephora und Ulta Beauty. Sephora reagiert mit einer Modernisierung aller US-Filialen, um das Einkaufserlebnis aufzuwerten. Zudem kooperiert Sephora mit der Warenhauskette Kohl's, um breitere Kundenschichten zu erreichen.

Ulta Beauty will bis 2027 rund 200 neue Geschäfte eröffnen, um das bestehende Netz von etwa 1.400 Filialen zu erweitern. Mit der Warenhauskette Target hat das Unternehmen bereits knapp 600 Shop-in-Shop Flächen eröffnet, um verstärkt Prestigeprodukte anzubieten.

Umsätze in einzelnen Kosmetiksparten (in Milliarden US-Dollar)



Quelle: Statista Market Insights 2025

Gen Z und Gen Alpha: Junge Generationen als Wachstumstreiber

Als Wachstumstreiber für Schönheitsprodukte in den USA erweisen sich insbesondere jüngere Generationen - allen voran die Gen Z und Gen Alpha. Branchenkenner beobachten einen klaren Trend: Jede Generation, die in ihre Teenagerjahre eintritt, zeigt ein noch stärkeres Interesse an Kosmetik und Wellness als die vorherige.

Die Entwicklung lässt sich von den Millennials über die Gen Z bis hin zur Gen Alpha verfolgen - der jüngsten Generation, die seit etwa einem Jahr als Käufergruppe in Erscheinung tritt. Studien zufolge sind die Ausgaben für Schönheitsprodukte in Haushalten mit Gen Alpha Kindern um 13 Prozent höher als in Haushalten ohne diese Altersgruppe.

Wichtiger Einflussfaktor sind dabei soziale Medien wie TikTok und Instagram. Schönheitsprodukte werden dort hoch und runter beworben. Die Gen Alpha wächst quasi mit dem Smartphone auf - dadurch kommt sie früh und intensiv in Kontakt mit Beauty-Trends und den Kanälen von Influencern. Der Kosmetikerhersteller Coty betreibt beispielsweise eigene Studios in New York und Miami, in denen fortlaufend Influencer-Videos für Plattformen wie TikTok produziert werden.

Da TikTok sowohl bei den Onlineverkäufen als auch als Trendsetter die wichtigste Social-Media-Plattform für die Branche ist, würde ein Verbot der App in den USA erhebliche Auswirkungen für viele Kosmetikerhersteller haben. Derzeit läuft für TikTok eine Frist bis zum 19. Juni 2025, um einen amerikanischen Käufer zu finden.

Social Media setzt neue Konsumtrends

Wie sehr Social-Media-Trends die Kosmetikbranche beeinflussen, zeigt sich beim Parfümmarkt. Im Jahr 2024 avancierte Parfüm mit einem Plus von 12 Prozent zum wachstumsstärksten Segment im gesamten Prestige-Beauty-Markt. Ein wichtiger Wachstumstreiber ist die Gen Z, die Parfüm häufiger und vielfältiger nutzt.

Ältere halten meist an einem klaren Lieblingsduft fest. Die Gen Z hingegen besitzt ein ganzes Sortiment an Duftnoten, welche sie je nach Stimmung oder Anlass aufträgt. Laut Circana beeinflusst TikTok bei 66 Prozent der Gen Z die Kaufentscheidungen im Duftbereich.

Auch der Trend zu "Clean Beauty"-Produkten wird durch Social Media angetrieben. Dabei geht es um den bewussten Verzicht auf umstrittene Chemikalien wie Parabene, Phthalate, Sulfate und synthetische Duftstoffe. Insbesondere die Gen Z achtet vor dem Kauf von Schönheits- und Körperpflegeprodukten sehr genau auf die Inhaltsstoffe. Laut Brandessence dürfte der amerikanische Clean-Beauty-Markt bis 2030 ein Volumen von rund 18 Milliarden US\$ erreichen, was einer jährlichen Wachstumsrate von etwa 13 Prozent entspricht.

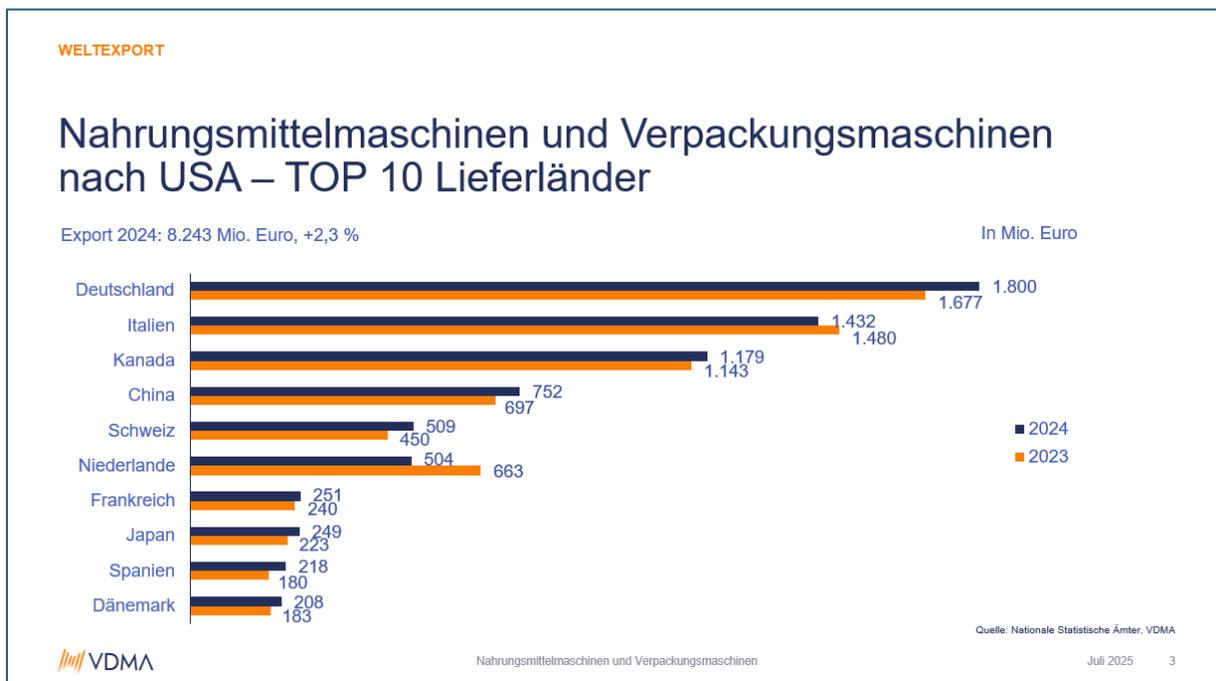
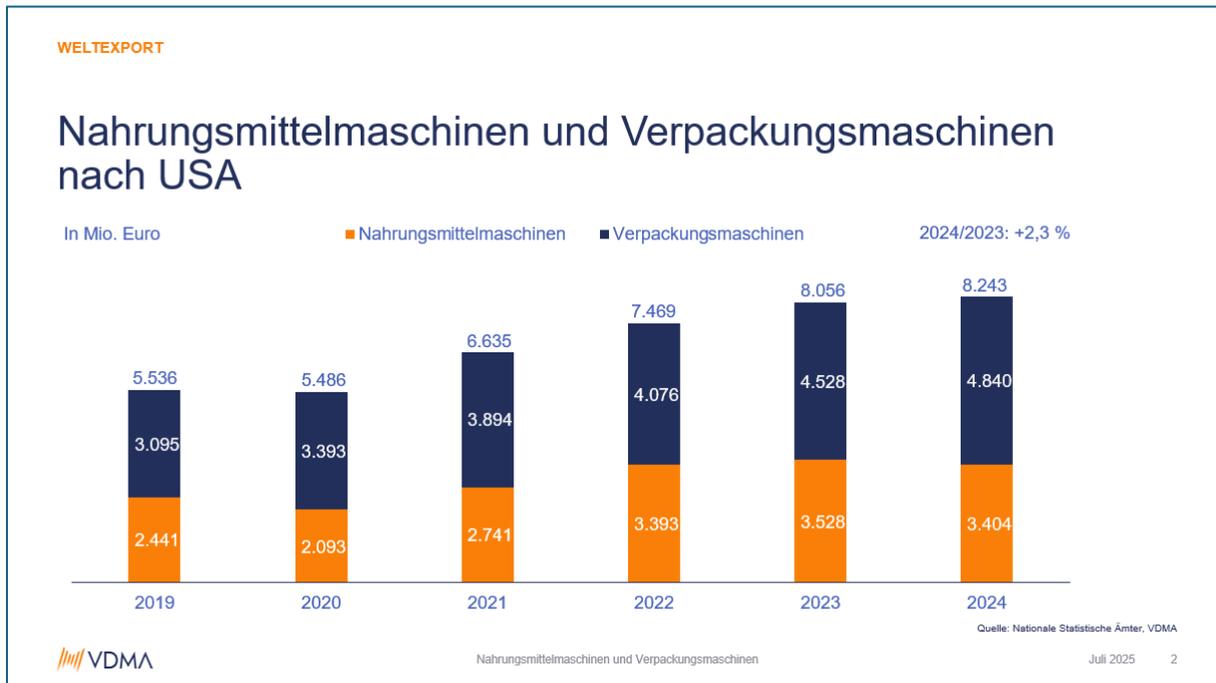
Social Media trägt auch maßgeblich dazu bei, dass sich junge Männer zunehmend als relevante Käufergruppe im Schönheitssegment etablieren – insbesondere im Bereich Parfüm und Hautpflege. Über Plattformen wie TikTok und Instagram kommen sie frühzeitig mit Produktempfehlungen in Kontakt. Laut einer Studie von Mintel nutzten im Jahr 2024 rund 68 Prozent der US-amerikanischen Männer im Alter von 18 bis 27 Jahren regelmäßig Gesichtspflegeprodukte – ein Anstieg von 42 Prozent im Vergleich zu 2022.

Verfasser des o.g. Berichts: Heiko Stumpf, GTAI San Francisco

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2025 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.



DEUTSCHE EXPORTE

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach USA

In Mio. Euro

■ Nahrungsmittelmaschinen ■ Verpackungsmaschinen

2024/2023: +7,4 %



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA



Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Juli 2025 4

DEUTSCHE EXPORTE

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach USA

Export 2024: 1.800 Mio. Euro, +7,4

In Mio. Euro



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA



Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Juli 2025 5