MUEBLES DE ESPAÑA

EL MERCADO ALEMÁN DEL MUEBLE. BOLETIN DE NOTICIAS Y TENDENCIAS.

INDICE

BOLETÍN 2 2003

Cambio de tendencia en 2004. 2
Dirk-Uwe Klaas, gerente de la Asociación Central Alemana de la Industria de Transformación de la Madera y del Plástico, pronostica una mejora coyuntural en la industria de la madera y del mueble en Alemania.

Facturación en 2003 del comercio alemán del mueble. 3
Clasificación de las 20 primeras empresas alemanas del comercio del mueble con su facturación y datos de contacto.

Ahorro de costes en la industria. 4
Encuesta de Inversión del Instituto Ifo de Investigación Económica de Munich sobre inversiones y planes de futuro. Previsión a corto plazo.

El comercio especializado del mueble en Alemania en 2002. 5
Informe del Instituto Europeo del Comercio (EHI) sobre el comercio minorista: volumen de mercado y estructura de la distribución.

Reactivación del consumo. 6
Actitud del consumidor.
Resultados del estudio del Instituto GfK en septiembre de 2003.

Exportaciones alemanas en el primer semestre de 2003. 7
Las ventas exteriores del sector constituyen el principal impulso coyuntural para el sector del mueble en Alemania.

NOTICIAS 8
- **Balance de la Möbel Order Messe Westfalica en 2003.**
  Constatación de un mejor ambiente en la feria de otoño 2003.
- **El peaje de las autopistas encarece los muebles.**
  Discusión sobre la introducción de tasas en las autopistas alemanas.
- **Cómo se compran los muebles en Alemania.**
  Estudio actualizado sobre el consumidor final de la editorial F. Holzmann.

ICEX ANIEME

Pronóstico sobre la industria alemana del mueble y de la madera.

Cambio de tendencia en 2004.

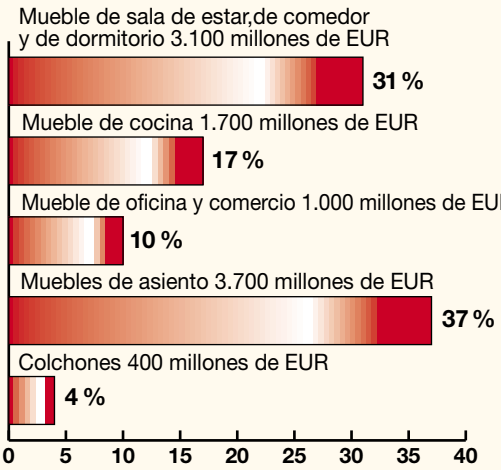
Según Dirk-Uwe Klaas, gerente de la Asociación Sectorial, se aprecian ya serios indicios de una progresiva mejora de la coyuntura, que permite atisbar el fin del ciclo negativo a partir de este otoño. A la vista de los datos y prospecciones de los institutos de investigación económica, no cabe pensar que se trate de un optimismo temerario, sino de una auténtica recuperación económica. En el ejercicio completo de 2003, esto supondría contar aún con un posible retroceso que oscilaría entre un 1,5 % y un 2 %; se podría contar con el primer crecimiento de la cifra de ventas desde el año 2000 en 2004: apoyándonos en las predicciones relativas al crecimiento del PIB y de los gastos de consumo, sería incluso esperable un crecimiento del 2 %, siempre que el marco definido por la actuación política sea favorable.

En este sentido, el mero hecho del inicio de reformas en la política fiscal y sobre el mercado laboral, supone ya una mejora del clima de consumo interno y de la inversión productiva en la economía alemana. La contención registrada hasta ahora en la demanda interna tenía un trasfondo de carácter psicológico, motivado por la gran inseguridad coyuntural. De hecho, la tasa de ahorro en el último año subió del 10,1 % al 10,4 %: los alemanes ahorraron en 2002 144 millardos de EUR, 6,3 más que en 2001.

Según Klaas, la consolidación de la industria de la madera y del mueble ha exigido procesos de reducción de jornadas, despidos e insolvencias, por lo que se debe publicar todavía este año una balanza semestral negativa.

La facturación de la industria del mueble en este periodo, 9.900 millardos de EUR, se sitúa un 3,1 % por debajo de la del año anterior. La cifra total de trabajadores de la industria del mueble, actualmente 140.389, se ha visto reducida en un 6,9 %, y el número de empresas ha descendido en un 4,1 %.

Cuota de ventas por segmentos en el primer semestre de 2003



Fuente: VDM/HDH

Evolución de la industria alemana del mueble

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Facturación (millard. de €)	21,28	22,26	22,37	22,69	22,41	20,47	9,93
Número de empresas	1.519	1.512	1.470	1.418	1.393	1.339	1.309
Número de empleados	169.020	169.460	165.541	161.398	157.441	147.684	140.389

La industria alemana del mueble en el primer semestre de 2003

Tipo de producto	Ventas 1.000 €	%	Empresas	%	Empleados	%	Horas trabajad 1.000 horas	%	Sueldos y salarios brutos 1.000 €	%
Mueble de asiento	3.721.781	+1,3	300	-3,8	42.826	-4,8	31.487	+26,4	584.694	-4,9
Mueble de oficina y comercio	1.031.677	-14,5	284	-0,9	21.042	-12,8	15.586	+29,3	308.623	-14,0
Mueble de cocina	1.671.210	-4,8	114	-2,3	18.860	-6,2	13.604	+43,4	294.316	-6,9
Otros muebles	3.061.656	-4,1	546	-4,3	51.648	-7,6	38.068	+21,6	708.999	-7,1
Colchones	440.619	+6,7	65	+1,6	6.014	+3,3	4.727	+30,1	71.561	+3,6
Total	**9.929.943**	**-3,1**	**1.309**	**-3,0**	**140.389**	**-6,9**	**103.472**	**+27,2**	**1.968.193**	**-7,3**

Fuente: Statistisches Handelsamt, VDM/HDH

Las mayores empresas del comercio del mueble:

Perfil de las TOP 20.

	Dirección	Teléfono	Fax	Web	Facturación 2001	Mill. € 2002
IKEA Deutschland	Am Wandersmann 2-4 65719 Hofheim Wallau	0 61 22-977-0	0 61 22-997-496	www.ikea.de	2.137	2.140
Karstadt Quelle AG	Theodor Althoff Str. 7 45133 Essen	02 01-72 71	02 01-7275216	www.karstadt.de	1.256	1.580
Höffner/Möbel Walther	Am Rondell 11 15732 Berlin Waltersdorf	03.37-62 65-0	03.37-62 65-928	www.hoeffner.de		
	Rabenstr. 3-9 63584 Grümndau-Lieblos	0.6051-822-0	0.60 51-822-387	www.moebelwalther.de	1.409	1.260
Porta Möbel, Fahrenkamp&Gärtner	Feldstr. 20 32457 Porta Westfalica	0 57 31-609-0	0 57 31-609-550	www.porta.de	991	1.000
Segmüller	Münchner Str. 35 86316 Friedberg	08 21-6006-0	08 21-6006-1299	www.segmueller.de	715	740
Roller GmbH & Co.	Willy Brandt Allee 72 45891 Gelsenkirchen-Buer	02 09-7097-0	02 09-7097-409	www.roller.de	715	715
Otto Versand	Wandsbeker Str. 3-7 22179 Hamburg	0 40-64 61-0	0 40-6461-8571	www.otto.de	588	590
Möbel Kraft	Ziegelstr. 1 23795 Bad Segeberg	0 45 51-5 01	0 45 51-50206	no disponible	511	480
Lutz-Unternehmens-gruppe	Römerstr. 39 A-4600 Wels	+43 72 42-626-0	+43 72 42 - 282	www.lutz.at	409	420
Dänisches Bettenlager	Stadtweg 2 24941 Jarplund Weding	0 46 30-9 75-0	0 46 30-975-201	www.daenischesbettenlager.de	404	416
Mann Unternehmensgruppe	Durlacher Allee 109 76131 Karlsruhe	07 21-60 96-0	07 21-60 96-212	www.mann-mobilia.de	409	400
Ostermann	Annenstr. 120 58453 Witten Annen	0 23 02-9 85-0	0 23 02 - 9 85-1208	www.ostermann.de	316	300
Zurbrüggen	Hans Böckler Str. 4 59423 Unna	0 23 03-2 08-0	0 23 03-208-300	www.zurbrueggen.de	269	279
Domäne Einrichtungsmärkte	Schulstr. 2 37181 Hardegsen	0 55 05-5 02-0	0 55 05-5 02 -102	www.domaene.de	303	275
Möbel Martin	Kurt Schumacher Str. 24 66130 Saarbrücken	06 81-88 03-0	06 81-88 03-200	www.moebel-martin.de	245	260
Poco Einrichtungsmärkte	Industriestr. 17 59192 Bergkamen	0 23 89-98 01-0	0 23 89-98 01-0	www.poco.de	215	225
Kröger Möbelstadt Rück	Hans-Böckler-Str. 80 45127 Essen	02 01-64.64-0	02.01-64 64-666	www.moebel-kroeger.de	235	220
Finke	Paderborner Str. 97 33104 Paderbor	0 52 51-3 02-0	0 52 51-3 02-167	no disponible	204	200
Dodenhof	Mitteldorf 1 28866 Posthausen	0 42 97-30	0 42 97-3266	www.dodenhof.de	199	195
Möbel Rieger	Holzheimer Str. 2 73037 Göppingen	0 7161-6 21-0	0 7161-6 21-195	www.moebel-rieger.de	194	188

Encuesta de Inversión del Instituto de Investigación Económica Ifo para la industria del mueble:

Ahorro de costes en la industria.

El Instituto Ifo de Investigación Económica de Munich ha analizado en un reciente informe la predisposición inversora de la industria del mueble en los estados federales del oeste de Alemania. Los resultados obtenidos indican que los fabricantes alemanes del mueble han recortado en un tercio los gastos destinados a inversión inmobiliaria (construcción de obra nueva) y equipamiento mobiliario. Únicamente el 7 % de las inversiones realizadas se destinaron a trabajos de construcción empresarial, en tanto que el 93 % restante de las inversiones realizadas se dedicó a nuevos equipamientos (maquinaria, dotación informática, parque automovilístico, renovación de mobiliario, etc.)

Si se examinan los distintos índices, la cifra de intensidad de las inversiones, obtenida mediante el coeficiente de inversión por empleado, ascendió en 2002 a 2.278 EUR , frente a los 3.124 EUR de 2001. Otro índice significativo, la cuota de inversión, que viene determinada por la tasa porcentual del esfuerzo inversor en valor sobre la facturación de la empresa, disminuyó levemente, pasando de un 2,2% en 2001 a un 1,6% en 2002. No se aprecian, por tanto, signos de una mayor predisposición inversora por parte de éstos.

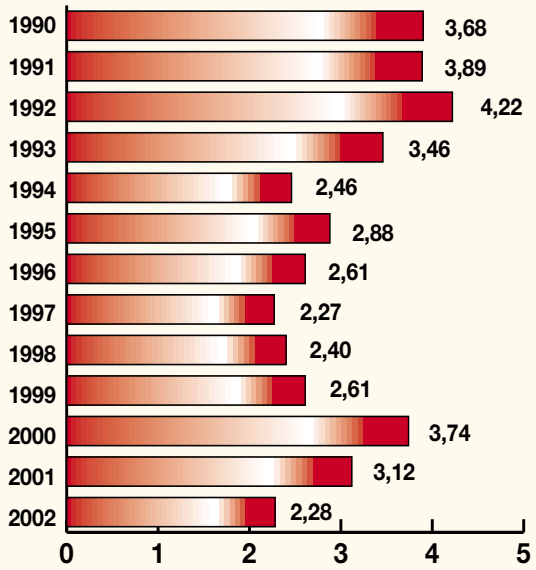
Debido a que el primer semestre de 2003 ha experimentado igualmente una actividad económica muy poco dinámica, los fabricantes de muebles alemanes, en este contexto coyuntural, se vienen comportando de manera extremadamente cautelosa en todas las decisiones empresariales, y en particular en lo que se refiere a sus decisiones de inversión. Alrededor del 30 % de los encuestados en la investigación citada manifestaron tener previsto para este año un aumento de sus inversiones empresariales, mientras que una cuarta parte de éstos indicó no estar en disposición de invertir a corto plazo elevadas cantidades. Como tónica general, casi la mitad de los industriales encuestados parten de un nivel de inversión en este ejercicio similar al correspondiente al 2002.

A modo de conclusión, cabe señalar que en 2003, según todas las estimaciones, serán las compras de reposición el principal motivo inversor, dada la lentitud de la recuperación económica que se acaba de iniciar. Y así, un 71 % de las empresas encuestadas declaró que la compra de reposición sería este año su primera partida inversora. Con ello se pone de manifiesto que las inversiones destinadas a la ampliación o racionalización de las instalaciones perderán relevancia en este ejercicio.

No obstante, la tendencia que se apunta levemente tendrá un carácter ascendente, y cabe esperar que en los próximos años, si el índice de confianza empresarial mantiene su tendencia al alza, la disposición a invertir de los fabricantes alemanes de muebles se incremente de forma sensible, beneficiándose de este cambio la industria y el mercado en general.

Intensidad de inversión en la industria alemana del mueble

Datos en miles de EUR



Sondeo oeste Alemania.
Fuente: Oficina Federal de Estadística, Encuesta de inversión Ifo.

Informe del Instituto Europeo del Comercio sobre el comercio minorista: volumen de mercado y estructura de la distribución.

El comercio especializado del mueble en Alemania en 2002.

El último informe publicado por el Instituto EHI de Colonia relativo al sector del mueble hace referencia al tamaño del mercado y los flujos comerciales entre los distintos operadores que intervienen en su distribución.

Bajo el título "Volumen de mercado y estructura de la distribución en 2002", el citado informe pone de manifiesto que la facturación global del comercio alemán del mueble en 2002 alcanzó un valor de 30,43 millardos de EUR. Esta cifra supone un descenso de la facturación respecto al ejercicio 2001 (34,1 millardos EUR) próximo al 10,8 %.

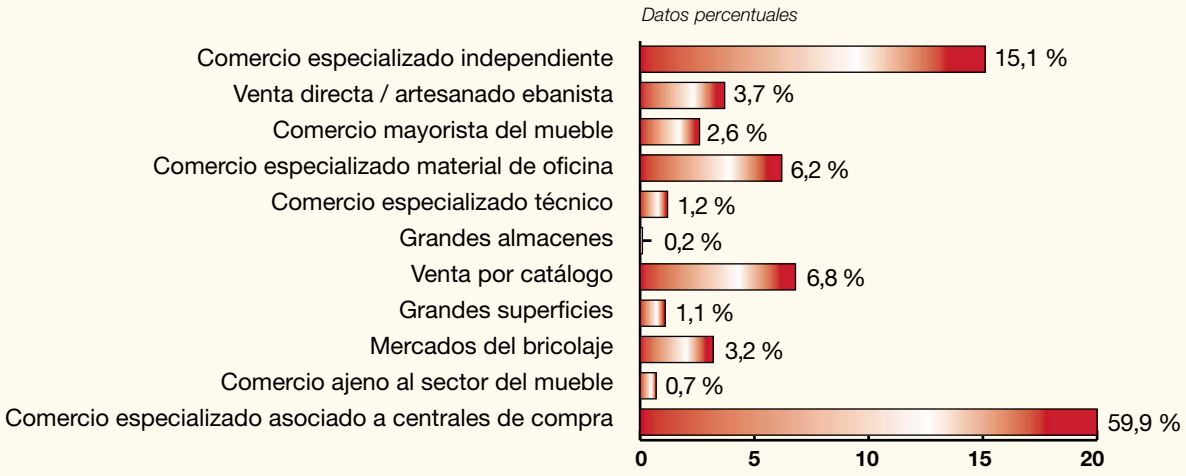
En cuanto a los canales de distribución, podemos destacar como rasgo básico del mercado la fortaleza del comercio especializado entre los diferentes canales. Debe remarcarse este dato, ya que, con relación a otros sectores en el ámbito de los bienes de consumo, el comercio especializado del mueble tiene una cuota muy superior a la que tiene este canal en otros ramos.

Este comercio especializado continúa siendo el canal de distribución predominante: casi dos tercios de la facturación total del comercio del mueble (74,5 %) se realiza por unas 11.000 empresas comerciales cuya oferta principal son los muebles. Y, de estas empresas, casi cuatro quintos están asociadas a una central de compras (59,9 % de la producción total). En el futuro estiman los analistas que esta estructura de la distribución se mantendrá, sin perjuicio de que puedan producirse fenómenos de concentración por fusión de algunas centrales. La vinculación de las empresas comerciales de pequeña y mediana dimensión a una cooperación de compras les permite obtener unas condiciones del fabricante para su surtido que nunca conseguirían por vía de la negociación bilateral.

De esta forma, aun al precio de una cierta homogeneización de surtidos, pueden liberar recursos para la promoción de ventas y la comunicación publicitaria local, que en buena medida son elementos indispensables para lograr unas buenas cifras de ventas.

Desde el punto de vista comparativo, puede indicarse que el canal de distribución que en el comercio del mueble tuvo una evolución más favorable durante el ejercicio pasado fue la venta por catálogo, que pasó de una tasa del 5,9% en 2001 a una cifra del 6,8% en 2002.

Cuotas de mercado en los distintos canales de distribución del mercado del mueble en Alemania. 2002.



Fuente: EHI

Actitud del consumidor. Resultados del estudio del Instituto GfK en septiembre de 2003.

Reactivación del consumo.

Las expectativas del consumidor alemán respecto al desarrollo general de la economía alemana se mantienen teñidas por una nota de pesimismo e inseguridad, que aún tardará varios meses en disiparse pese a los claros indicios de recuperación económica que los expertos económicos han detectado durante este otoño. Por séptimo mes consecutivo, se observan en la subida del Indice de confianza empresarial Ifo indicios de que la economía alemana está empezando a reactivarse. No obstante, el ministro alemán de Economía y Trabajo, Wolfgang Clement, reconoció que la recuperación económica está basada fundamentalmente en el comercio exterior, mientras que sigue sin haber impulsos de las inversiones y la demanda internas claramente definidos.

En este sentido, la animación del consumo tiene un efecto algo más retardado en el consumidor final que en el cambio de actitud del empresariado sobre el entorno económico, que por su profesionalidad percibe con mayor inmediatez las transformaciones económicas. Por este motivo, y según la última prospección sobre el clima de consumo realizada por la empresa GfK de Nuremberg, la disposición de los consumidores a realizar compras de un cierto valor, diferentes del consumo de bienes de uso diario y artículos de primera necesidad, tardará aún algunos meses en activarse de forma significativa.

La inseguridad motivada no sólo por el entorno económico, sino también por las últimas discusiones en el ámbito de la actuación política sobre las reformas del sistema fiscal, de la seguridad social, y de la regulación del mercado del trabajo tardará pues en disiparse, aplazando en general la decisión de compra de determinados bienes de consumo duradero, entre los que se sitúa en primer término la adquisición de mobiliario para la vivienda.

Pese a ello, la prospección citada, en relación a las obtenidas en los últimos tres ejercicios, es claramente más optimista, y aunque los encuestados todavía no experimentan la mejoría económica que se anticipa por los medios, manifiestan su convicción de que en los próximos meses la evolución de las condiciones económicas generales será favorable.

A ello contribuye sin duda el conjunto de datos que vienen a fundamentar que la economía alemana, después de tres años de estancamiento volverá a crecer en el tercer trimestre de 2003 y en los próximos años, remontando la curva más baja del ciclo. Para 2004, los seis institutos de investigación económica de Alemania (DIW de Berlin, Ifo de Munich, MWWA de Hamburgo, RWI de Essen, el IfW de Kiel y el IWH de Halle), esperan que la reactivación de la economía venga dada por la mejora del consumo interior, entre otros factores. Las inversiones y el consumo de los hogares contribuirán a este incremento gracias a las rebajas de los impuestos aprobadas por el gobierno alemán. Además, la economía alemana se beneficiará de que el numero de días laborables será superior al de 2003, ya que la mayor parte de los festivos de 2004 caerán en fin de semana.

Este desarrollo coyuntural de la economía alemana afecta de forma positiva al sector del mueble, que ha sido uno de los más perjudicados por la situación económica de los últimos años. La mejoría de la actividad económica se aprecia pues ya no sólo en el índice de confianza empresarial que publica el Instituto Ifo, sino también, de forma efectiva, en las declaraciones de las empresas de los distintos subsectores del mueble respecto a la entrada de pedidos. Tanto la industria del mueble como el comercio en sus diferentes canales experimentarán en los próximos meses una sensible recuperación tras un ejercicio 2002 mercado por la drástica reducción de empresas y de la fuerza laboral, así como un profundo retroceso en las ventas con respecto a la facturación auterior. La renovada pero lenta y tímida predisposición del consumidor de Alemania, junto con las expectativas positivas del sector del mueble, contribuirán a ello.

Las ventas exteriores del sector constituyen el principal impulso coyuntural para el sector del mueble en Alemania.

Exportaciones alemanas en el primer semestre de 2003.

La industria alemana del mueble y de la madera continúa manteniendo un excelente tono exportador, y durante el primer semestre de 2003 este ejercicio fue el principal soporte de la facturación del sector. Según el balance provisional de la Asociación Alemana de Industrias del Mueble (VDM), las ventas exteriores de los fabricantes alemanes de muebles crecieron un O,4 % sobre igual periodo del año anterior, alcanzando una cifra total de 2,5 millardos de EUR. Esta cifra no pudo paliar el crecimiento simultáneo del déficit comercial sectorial, que se situó en 1 millardo de EUR, producido por un incremento del 15 % de las importaciones.

En las importaciones, el Este de Europa continuó siendo el principal suministrador de muebles a Alemania, con un crecimiento del 9,1 % y una cuota sobre el total del 47 % (1,7 millardos de EUR). Al mismo tiempo se incrementaron las importaciones de Asia en un 35 %, alcanzando los 364 millones de EUR. Las importaciones originarias de los países de la Unión Europea experimentaron un descenso del 4,7 %, con un volumen de ventas de muebles a Alemania de 1,1 millardos de EUR.

En cuanto a las exportaciones, el 64 % de las ventas exteriores del sector alemán del mueble se dirigen a los países de la Unión Europea, con una cuota del 64 % sobre el total, pese a un descenso del 3,3 % en el periodo considerado, quedando en la cifra de 1,6 millardos de EUR. El primer destino de la exportación alemana es Holanda, aun habiendo registrado un retroceso del 4,5 %. El Este de Europa, por el contrario, incrementó en un 11,9 % las compras de muebles alemanes, alcanzando un importe de 287 millones de EUR. Los principales destinos en esta región fueron Chequia, Polonia y Rusia. Un sensible crecimiento, experimentaron las ventas a Asia (74 %). Las ventas de Norteamérica retrocedieron en un 7,4 %, a causa de la debilidad del dólar respecto a la moneda europea.

Exportaciones Alemanas de Muebles Primer Semestre 2003

(en EUR)

Exportaciones	1. - 6.2003	%	1. - 6.2002
Holanda	411,1	- 4,5 %	**430,4**
Francia	274,8	- 1,7 %	**279,6**
Austria	259,0	- 9,2 %	**285,3**
Gran Bretaña	191,7	+ 7,3 %	**178,7**
Bélgica	169,9	- 18,8 %	**209,4**
España	87,5	+ 18,4%	**73,9**
Italia	57,5	- 7,3 %	**62,0**
Suecia	43,8	+ 35,1%	**32,4**
Luxemburgo	37,9	+ 5,2 %	**36,0**
Dinamarca	30,2	- 8,5 %	**33,1**
Portugal	12,1	+ 9,0 %	**11,1**
Irlanda	9,4	+ 11,9%	**8,4**
Grecia	8,3	- 3,0 %	**8,5**
Finlandia	6,1	+ 24,1%	**4,9**
TOTAL UE	**1.599,3**	**- 4,7 %**	**1.653,6**
Este de Europa	287,3	+ 11,9%	**256,7**
Resto de Europa	309,9	- 1,6 %	**314,9**
Oriente Medio y Próximo	17,6	- 7,6 %	**19,0**
Asia	132,8	+ 74,4%	**76,2**
Norte y Centro-américa	105,5	- 7,4 %	**114,0**
Sudamérica	19,8	- 27,4 %	**27,2**
Otros	23,9	- 3,0 %	**24,6**
TOTAL	**2.496,1**	**+ 0,4 %**	**2.486,2**

Fuente: HDH/VDM

Importaciones Alemanas de Muebles Primer Semestre 2003

(en EUR)

Importaciones	1. - 6.2003	%	1. - 6.2003
Italia	431,3	- 8,3 %	470,2
Dinamarca	156,1	- 8,56 %	170,7
Austria	138,5	+ 2,7 %	134,8
Francia	105,7	+ 4,2 %	101,4
Suecia	67,7	- 7,2 %	72,9
Holanda	65,2	- 8,8 %	71,5
España	60,7	+ 28,6 %	47,2
Bélgica	34,8	- 24,2 %	45,9
Gran Bretaña	26,8	- 52,2 %	56,1
Finlandia	13,1	- 8,7 %	14,4
Portugal	9,4	- 23,0%	12,2
Grecia	1,5	- 7,1 %	1,6
Irlanda	1,5	- 23,9 %	2,0
Luxemburgo	0,2	+ 53,3 %	0,2
TOTAL UE	**1.112,4**	**- 7,4 %**	**1.200,9**
Este de Europa	1.688,1	+ 9,1 %	1.546,7
Resto de Europa	220,5	+ 9,3 %	201,9
Oriente Medio y Próximo	5,9	- 17,2 %	7,1
Asia	358,3	+ 35,0 %	265,3
Norte y Centro-américa	14,9	- 19,0 %	18,4
Sudamérica	21,7	- 25,9 %	29,3
Otros	150,6	- 5,8 %	159,9
TOTAL	**3.550,8**	**+ 4,4 %**	**3.400,2**

Fuente: HDH/VDM

Noticias.

Balance de la Möbel Order Messe (MOW) de 2003.

Las previsiones favorables del Instituto Ifo y de la Asociación VDM se vieron confirmadas en la última edición de la feria MOW celebrada el pasado mes de septiembre. Con una cifra de 604 expositores de 24 países, el certamen ferial de Westfalia se caracterizó por una mayor internacionalización que en ediciones anteriores, aun tratándose de un evento dirigido exclusivamente al mercado alemán. Desde el punto de vista de la oferta, se presentó sobre una superficie neta de 8.000 metros cuadrados, un amplio conjunto de surtidos, articulados como conceptos de comercialización en punto de venta, a fin de facilitar tanto a las comisiones compradoras de las centrales de compra como a los operadores especializados independientes una selección de muebles atractiva, novedosa y fácil de vender al consumidor final. La feria se caracterizó por un movimiento de pedidos más vivo que en ediciones anteriores, particularmente en los segmentos de "Mitnahme" (mueble kit) y "Junges Wohnen" (mueble juvenil).
La cita de la MOW para el año próximo se ha fijado entre el 19 y el 24 de septiembre; para conseguir más información en Internet puede consultarse la página www.mow.de.

Cómo se compran los muebles en Alemania.

La editorial Ferdinand Holzmann, junto con el renombrado Instituto Emnid de Investigación de Mercados, ha realizado recientemente un estudio sobre el comportamiento del consumidor alemán en la compra de muebles. Dicho estudio, cuyo espectro temporal contempla un periodo de tres años (del mes de noviembre de 2000 hasta el mes de abril de 2003) se basa en la formulación a diversos consumidores finales de 100 cuestiones que reflejan las inquietudes del sector alemán del mueble en cuanto a la mejora de su oferta, tanto actual como futura, y el desarrollo y fortalecimiento de su producción. Las respuestas de los encuestados han sido analizadas en función de la edad, ingresos económicos, sexo, formación y origen geográfico, alcanzándose interesantes y reveladores resultados para la industria alemana.

En concreto, el mencionado estudio pone de manifiesto los gustos, expectativas y deseos del consumidor final ante la oferta de las empresas tales como tendencias preferidas por los compradores, expectativas de éstos a la hora de realizar sus compras (relación calidad-precio, existencia de servicios de montaje y transporte y plazos temporales para llevarlos a buen término, posibilidad de recibir asesoramiento acerca de las compras a realizar en el establecimiento, etc.), marcas de muebles más conocidas y por tanto con más impacto mediático sobre el gran público consumidor , influencia del euro sobre las inversiones en muebles y capacidad de ahorro e inversión. Como punto relevante se ha analizado de igual modo la actitud del consumidor ante la oferta de compra de muebles por catálogo y a través de Internet, ámbitos estos cada vez más demandados y por tanto más utilizados por el consumidor para realizar sus compras.

Pero no sólo se reflejan las opiniones de los consumidores de Alemania, sino que del mismo modo los expertos del sector muestran sus puntos de vista en relación a las posibilidades de mantenimiento y desarrollo de la industria alemana del mueble, técnicas de mejora de los resultados en el sector, puntos débiles de la actuación de las asociaciones del mueble en cuanto a aumento de la producción de las diferentes empresas, etc.
El informe reseñado, publicado bajo el título "So wollen wir Möbel kaufen" puede ser solicitado por los interesados bajo la dirección de correo electrónico broku@t-online.de, o bien, en la página web www.holzmann.de.