

# Las empresas alemanas miran al futuro con ilusión

*El 2019 marcará un antes y un después para la industria del mueble de cocina alemán. El sector ha cerrado definitivamente una etapa y encara la siguiente con fuerzas y esperanzas renovadas. Así, las compañías tienen la oportunidad de ganar posiciones en una nueva carrera para comprobar el valor de cada una de ellas.*



>> Poggenpohl

La sombra de Alno ha sido muy alargada, y ha sumido al sector en una época de incertidumbre que ha durado varias temporadas. Como consecuencia, las ventas descendieron de un 3,7%, en 2017, y en un 3,8% en 2018.

Sin embargo, no se trata del primer reto al que esta gigantesca industria se ha enfrentado en su historia, y tras el primer shock, los fabricantes han visto en el ocaso de uno de sus símbolos la perfecta oportunidad para tomar su lugar y crecer en el futuro. Así, el 2019 y el 2020 están destinados a ser años de sana lucha por los clientes huérfanos que dejara la firma de Pfullendorf.

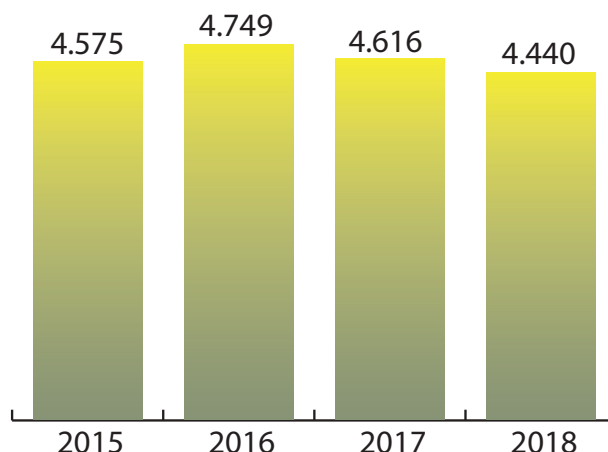
Para ello, algunas empresas ya

están consutruyendo sus nuevas fábricas y ampliando las ya existentes, como por ejemplo hace Häcker en sus instalaciones de Venne, o Nobilia en Saarlouis y en Westfalia del Este-Lipe (OWL). Por su parte, Nolte ya planea la construcción de una nueva planta, y el Grupo Baumann se encuentra en las etapas finales del paquete de inversión más grande en su historia.

### Menos nombres, más grandes

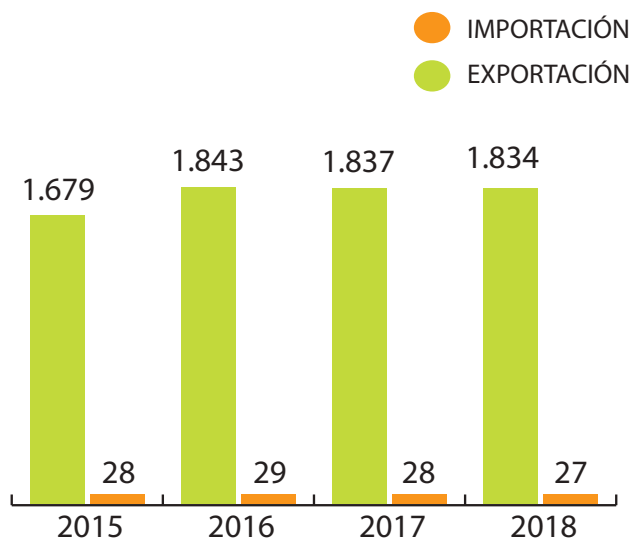
Los gigantes se preparan de esta manera para un futuro lleno de posibilidades, que solamente podrán disfrutar los más fuertes. Y es que en la industria se espera que el número de fabricantes de

### MERCADO DE COCINAS EN ALEMANIA. VENTAS MILLONES DE EUROS



En la industria se espera que el número de fabricantes de cocina, que actualmente es de alrededor de 60, se reduzca significativamente

### EXPORTACIÓN - IMPORTACIÓN MILLONES DE EUROS

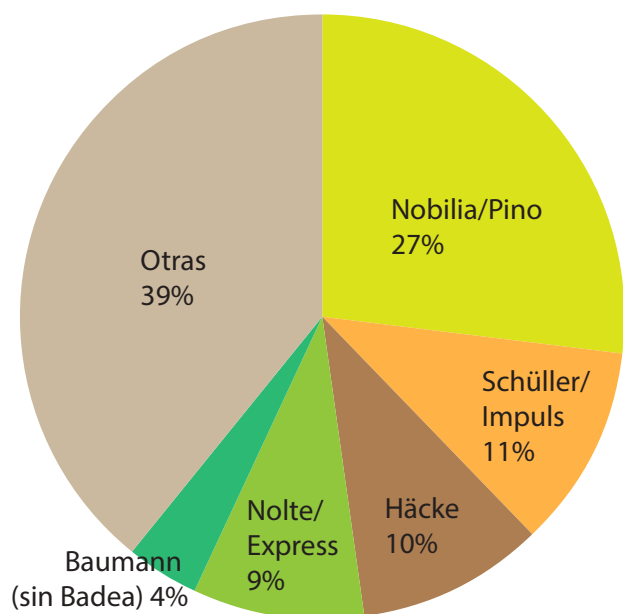


cocina, que actualmente es de alrededor de 60, se reduzca de nuevo significativamente.

Unos cambios que ya llegaron en 2018 a la distribución de mueble alemán. En concreto, a un tipo de distribución muy importante en el país germano: los grandes almacenes dedicados a la venta de mueble en general.

Tradicionalmente, XXXLutz y Höffner son las cadenas más conocidas en este sentido. Pues bien, una buena parte de los cambios en la distribución sufridos en

PRINCIPALES COMPAÑÍAS EN EL MERCADO



2018 tuvieron a estas dos firmas como protagonistas.

Y es que Höffner absorbió en ese año a Möbel Kraft y Möbel Walther, mientras que XXXLutz hiciera lo propio con Hiendl y Mann Mobilia, entre otras.

Se reduce de esta manera el número de actores, y se acentúa la distinción entre aquellos distribuidores que se dirigen a un segmento premium, y los que priorizan el precio por encima de la calidad o el diseño.

**Nuevas joint ventures**

Por otra parte, son cada año más y más importantes las *joint ventures* entre fabricantes alemanes y distribuidores presentes en otros mercados, las cuales pueden resultar una gran ayuda a la hora de seguir aumentando la presencia de mueble de cocina alemán en todo el mundo.

Y es que no podemos olvidar que la exportación es una de las bases del negocio del mueble de cocina en Alemania. De hecho, el 2018 fue el primer año en el que se logró la marca del 40% en la cuota de exportación del sector, que se situó en el 40,63% durante el primer semestre de ese año.

A pesar de ello, el 2018 no acabó con subidas en esta cifra. Por el

contrario, de los 1.837 millones de euros facturados en el 2017, se pasó a 1.834 millones; tres millones que dejaron a los fabricantes germanos un regusto amargo al cierre del año, y que les impulsa a seguir buscando colaboraciones en el exterior para volver a crecer lo antes posible.

**Según los expertos, la guerra de precios ya habría comenzado subliminalmente durante el último medio año**

**Preparados para la próxima batalla**

Todo indica que esta fase de concentración, tanto en lo que a fabricantes como a distribuidores se refiere, precede a una nueva batalla que librar en el mercado alemán del mueble de cocina: la batalla por los precios más ajustados.

De hecho, según expertos en este mercado, esta guerra de precios ya habría comenzado subliminalmente: durante el último medio año se habría percibido una disminución inicial del valor medio de las cocinas.

Para el gerente de la VdDK **Lucas Heumann**, este hecho no es positivo. En sus palabras, “no se trata de luchar unos contra otros en batallas de precios, sino de crear emociones con un marketing integral. Despertar el deseo y aumentar el gusto por la decoración”.

El futuro dirá si las empresas alemanas pueden resistir la tentación de la competencia en términos de precio y seguir mejorando en pos de un futuro mejor y más seguro. ■



>> Poggenpohl