

El mercado de instrumentos musicales en Alemania

El mercado de instrumentos musicales en Alemania

Este estudio ha sido realizado por Irene Melchor Lacleta bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial del Consulado General de España en Düsseldorf

Abril 2005

ÍNDICE

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
II. INTRODUCCIÓN	5
1. Subsectores relacionados	5
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA	8
1. Análisis cuantitativo	8
1.1. Tamaño de la oferta	8
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	9
2. Análisis cualitativo	22
2.1. Producción	22
2.2. Obstáculos comerciales	25
IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO	29
1. Análisis cuantitativo	29
1.1. Esquema de la distribución	29
1.2. Canales de distribución	29
1.3. Principales distribuidores	30
2. Análisis cualitativo	31
2.1. Estrategias de canal	31
2.2. Estrategias para el contacto comercial	32
2.3. Estrategias para el contacto comercial	32
2.4. Condiciones de acceso	34
2.5. Promoción y publicidad	35
2.6. Tendencias de la distribución	38
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	40
1. Tendencias generales del consumo	40
2. Análisis del comportamiento del consumidor	41
2.1. Hábitos de consumo	41
2.2. Hábitos de compra	43
2.3. Preferencias	43
3. Percepción del producto español	45
VI. ANEXOS	46
1. Informes de ferias	46
2. Listado de direcciones de interés	46
3. Bibliografía	57

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El presente estudio trata sobre el mercado de los instrumentos musicales y partituras en Alemania, productos correspondientes al subsector Ices 23101.

Alemania posee una gran tradición en el mundo de la música, tanto por la tradición de composición de música clásica, como por la tradición en la manufactura y artesanía de instrumentos musicales.

El mercado alemán de instrumentos musicales (producción + importaciones - exportaciones) ascendió en 2003 a 233,18 millones de euros. Según las estadísticas de facturación en 2002 existían 1.170 empresas con licencia fiscal (facturación superior a 16.617 euros) dedicadas a la fabricación de pequeños o grandes instrumentos musicales. Los instrumentos musicales se suelen vender en comercios minoristas especializados.

Las importaciones alemanas de instrumentos musicales ascendieron en 2003 a 244,18 millones de euros, lo que representa un descenso de aproximadamente el 10,68% respecto al año anterior.

Las importaciones procedentes de España ascendieron en 2003 a 2,19 millones de euros, representando tan sólo un 1% de las importaciones alemanas totales de este sector. De éstas importaciones de España, el 85% fueron guitarras clásicas.

Las perspectiva para los productores españoles de guitarras clásicas es buena, sobre todo por el auge del idioma y cultura española (baile flamenco, música) en este mercado.

Se trata de un mercado de demanda constante consolidado y poco afectado por oscilaciones coyunturales.

I. INTRODUCCIÓN

1. SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente estudio de mercado trata del subsector Icxex 23101: “Instrumentos musicales”, perteneciente al sector 2.31, dedicado a la música.

Las partidas arancelarias TARIC incluidas en este subsector son las siguientes, de acuerdo con la clasificación de sectores del Icxex :

TARIC	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
920110	pianos verticales, incluso automáticos.
92011010	pianos verticales, incluso automáticos, nuevos.
92011090	pianos verticales, incluso automáticos, usados.
920120	pianos de cola, incluso automáticos.
92012000	pianos de cola, incluso automáticos.
920190	clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado (excepto pianos).
92019000	clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado (excepto pianos).
920210	instrumentos musicales de cuerda de arco.
92021000	(hasta 31.12.92) instrumentos musicales de cuerda de arco.
92021010	(desde 01.01.93) violines. -posición sin obligación de expresar peso
92021090	(desde 01.01.93) instrumentos musicales de cuerda, de arco (excepto violines). -posición sin obligación de expresar peso
920290	instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado y de arco).
92029010	(hasta 31.12.2003) arpas. -posición sin obligación de expresar peso
92029030	guitarras. -posición sin obligación de expresar peso
92029080	(desde 01.01.2004) instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado y de arco; guitarras).
92029090	(hasta 31.12.2003) instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado, de arco, arpas y guitarras).

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

920300	órganos de tubos y teclado; armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.
92030000	(desde 01.01.2004) órganos de tubos y teclado; armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.
92030010	(hasta 31.12.2003) órganos de tubos y teclado.
92030090	(hasta 31.12.2003) armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres. -posición sin obligación de expresar peso
920410	acordeones e instrumentos similares.
92041000	(hasta 31.12.94 y desde 01.01.2001) acordeones e instrumentos similares.
92041010	(desde 01.01.95 hasta 31.12.2000) acordeones e instrumentos similares, con menos de 80 bajos. -posición sin obligación de expresar peso
92041090	(desde 01.01.95 hasta 31.12.2000) acordeones e instrumentos similares, con 80 bajos o más. - posición sin obligación de expresar peso
920420	armónicas.
92042000	armónicas.
920510	instrumentos musicales de viento llamados "metales".
92051000	instrumentos musicales de viento llamados "metales". -posición sin obligación de expresar peso .
920590	instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas e instrumentos de viento llamados "metales").
92059000	(desde 01.01.94) instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas e instrumentos de viento llamados "metales").
92059010	(hasta 31.12.93) flautas de pico (flauta dulce).
92059090	(hasta 31.12.93) instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas, instrumentos de viento llamados "metales", y flautas de pico (flauta dulce)).
920600	instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas o maracas).
92060000	(desde 01.01.95) instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas o maracas).
92060010	(hasta 31.12.94) timbales y tambores.
92060090	(hasta 31.12.94) instrumentos musicales de percusión (excepto timbales y tambores).
920710	instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente, excepto los acordeones.
92071010	órganos en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.
92071030	(desde 01.01.93) pianos digitales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.
92071050	(desde 01.01.93) sintetizadores en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.
92071080	(desde 01.01.93) instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto acordeones, órganos, pianos digitales y sintetizadores).
92071090	(hasta 31.12.92) instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto acordeones y órganos).
920790	instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto los instrumentos de teclado, sin incluir los acordeones).

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

92079010	guitarras en las que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente. -posición sin obligación de expresar peso
92079090	instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto los instrumentos de teclado, sin incluir acordeones, y guitarras)
920810	cajas de música.
92081000	cajas de música.
920890	orquestrones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otras partidas de este capítulo (excepto las cajas de música); reclamos de cualquier clase; silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca, de llamada o de señalización.
92089000	orquestrones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otras partidas de este capítulo (excepto las cajas de música); reclamos de cualquier clase; silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca, de llamada o de señalización.
920910	metrónomos y diapasones.
92091000	metrónomos y diapasones.
920920	mecanismos de cajas de música.
92092000	mecanismos de cajas de música.
920930	cuerdas armónicas.
92093000	cuerdas armónicas.
920991	partes y accesorios de pianos.
92099100	partes y accesorios de pianos.
920992	partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.02.
9209920	partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.02.
920993	partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.03.
92099300	partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.03.
920994	partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.07.
92099400	partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.07.
920999	partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03 y 92.07, mecanismos de cajas de música y cuerdas armónicas).
92099910	(hasta 31.12.2000) partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.04.
92099930	(desde 01.01.93) partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.05.
92099970	(desde 01.01.2001) partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.07 y 92.05).
92099980	(desde 01.01.93 hasta 31.12.2000) partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.04, 92.05 y 92.07, mecanismos de cajas de música y cuerdas armónicas).
92099990	(hasta 31.12.92) partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.04 y 92.07, mecanismos de cajas de música y cuerdas armónicas).

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Tamaño del mercado alemán (en millones de euros)		
	2002	2003
Producción	333,453	330,63
+ Importaciones	273,38	244,18
- Exportaciones	328,81	341,63
Indicador de consumo aparente	278,023	233,18
Importaciones de origen español	3,04	3,4
Cuota española de importación	1,11%	1,39%
Cuota española en el mercado alemán	1,09%	1,46%

Fuente: Statistisches Bundesamt, 2003

El mercado alemán de instrumentos musicales se valoró en 233,18 millones de euros en 2003.

Según datos de la revista especializada en la industria de los instrumentos musicales *The Music Trades* sobre la producción mundial de instrumentos musicales en el mundo, Alemania figura en cuarto lugar por detrás de Japón, Estados Unidos y Corea.

Las importaciones españolas suponen una parte poco significativa de las importaciones totales en este mercado, siendo la cuota de las importaciones españolas en el mercado de un 1,39%, aunque la cuota de las importaciones españolas con respecto al mercado alemán de instrumentos musicales representa un porcentaje algo mayor, un 1,46% del total.

Según las estadísticas de facturación en 2002 existían 1.170 empresas con alta fiscal (facturación superior a 16.617 euros) dedicadas a la fabricación de pequeños o grandes instrumentos musicales. Su facturación ascendió a 609,4 millones de euros (a precios de venta al consumidor). En comparación con el año 1996, en el cual se facturaron 800 millones de euros, se ha producido una disminución del 23%. Desde 2000 hasta 2002 el volumen de facturación experimentó un crecimiento del 1,8%.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Subdivisión mercado musical	Empresas del sector				Var. 02/00	Facturación en millones de euros			Var. 02/00
	1996	1999	2000	2002		1996	2000	2002	
Compositores independientes	1825	2004	2138	2217	3,7%	183,6	236	242,7	3%
Compañías discográficas	894	988	1017	1011	-0,6%	512,8	650,8	633	-3%
Producción de soportes musicales	124	210	212	200	-5,7%	488	697,9	309,4	-56%
Copia de soportes musicales	686	536	514	515	0,2%	980,7	865,3	624,8	-28%
Producción instrumentos musicales	1134	1177	1167	1170	0,3%	793	598,8	609,4	2%
Comercio minorista instrumentos musicales	2720	2556	2516	2422	-3,7%	1023,1	958,7	929,9	-3%
Compañías musicales y de teatro	1882	1934	1913	1993	4,2%	249	247,5	215,5	-13%
Organizadores de teatro y conciertos	504	829	940	1024	8,9%	356,4	939,2	927,9	-1%
Teatros, Óperas, Salas de conciertos, etc.	184	188	192	197	2,6%	553,2	377,9	387,5	3%
Estudios de grabación	412	805	889	966	8,7%	77,7	225,6	200	-11%
Total	10.365	11.227	11.498	11.715	1,9%	5.217,5	5.797,7	5.080,1	-12%

Fuente: Deutsches Musikinformationszentrum, según Statistisches Bundesamt

Las tendencias mostradas por el Barómetro de facturación de la Asociación de comerciantes especializados en música (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte, GMD) hasta el año 2003 confirman una tendencia a la estabilización. Junto a la industria de piano, cuya facturación sigue una tendencia positiva gracias a las exportaciones, también los productores de instrumentos de percusión cuentan con buenas perspectivas.

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

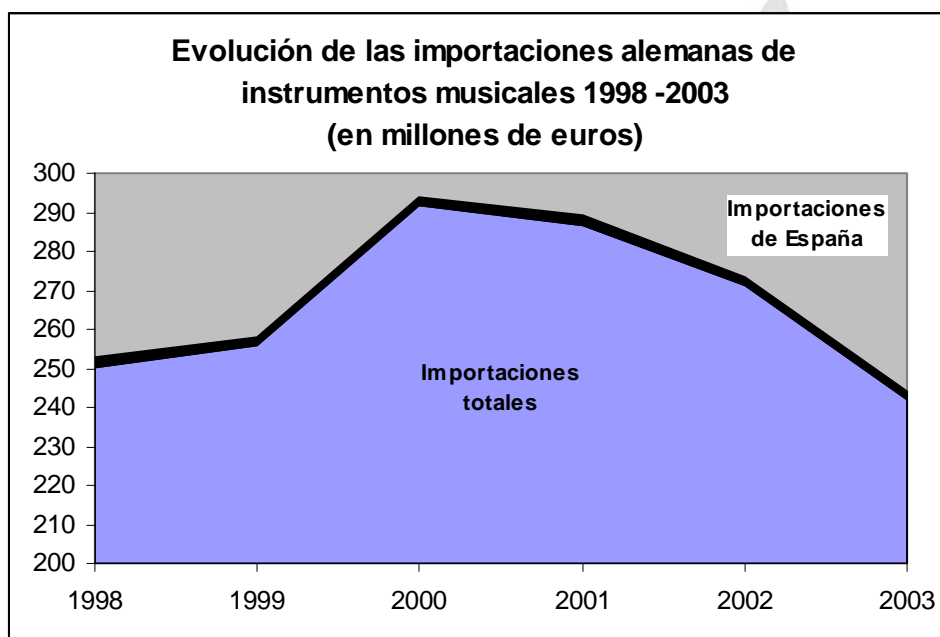
1.1.1 Importaciones e introducciones alemanas

En el siguiente gráfico podemos apreciar la evolución de las importaciones alemanas de instrumentos musicales en los últimos seis años, así como la evolución de las importaciones procedentes de España.

Como podemos apreciar en la tabla, las importaciones alemanas de instrumentos musicales ascendieron en 2003 a 244,18 millones de euros, lo que representa un descenso de aproximadamente el 10,68% respecto al año anterior, año en el cual se importaron instrumentos musicales por valor de 273,38 millones de euros.

Las importaciones procedentes de España ascendieron en 2003 a 2,19 millones de euros, representando un 1% de las importaciones alemanas totales de este sector, esta proporción la podemos apreciar visualmente en el gráfico siguiente.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA



Fuente: World Trade Atlas

Países origen de las importaciones alemanas de instrumentos musicales (millones de euros)

Rango	País	Importaciones alemanas			Participación			Cambio 02/03
		2001	2002	2003	2001	2002	2003	
1	China	40,27	39,51	48,22	13,92	14,45	19,75	22,03
2	Japón	76,76	66,36	41,33	26,54	24,27	16,93	-37,71
3	U.S.A.	25,35	25,34	24,12	8,77	9,27	9,88	-4,83
4	Rep. Checa	24,05	22,49	20,66	8,32	8,23	8,46	-8,11
5	Indonesia	24,86	23,87	18,17	8,59	8,73	7,44	-23,88
6	Italia	18,19	20,70	12,86	6,29	7,57	5,27	-37,86
7	Reino Unido	8,16	8,36	12,03	2,82	3,06	4,93	43,86
8	Francia	7,45	8,66	10,91	2,58	3,17	4,47	25,94
9	Taiwán	14,90	14,19	10,64	5,15	5,19	4,36	-25,01
10	Suiza	7,35	7,01	7,14	2,54	2,57	2,92	1,76
16	España	2,77	1,86	2,19	0,96	0,68	0,9	17,46
	Resto países	39,15	35,02	35,91	0,14	0,13	0,15	0,00
	Total	289,26	273,38	244,18	100	100	100	-10,68

Fuente: World Trade Atlas

En 2003, el principal país origen de estas importaciones fue China, que exportó a Alemania por valor de 48,2 millones de euros (un 22% más que el año anterior), seguida de Japón (que con 41,33 millones de euros ha pasado de la primera posición en 2002 a la segunda en 2003, tras una caída del 37,71%), Estados Unidos (por valor de 25,34 millones de euros) y la República Checa (por valor de 22,49 millones de euros).

España se encuentra en la decimosexta posición del ranking de suministradores de estas importaciones; en 2003 las importaciones alemanas de instrumentos musicales

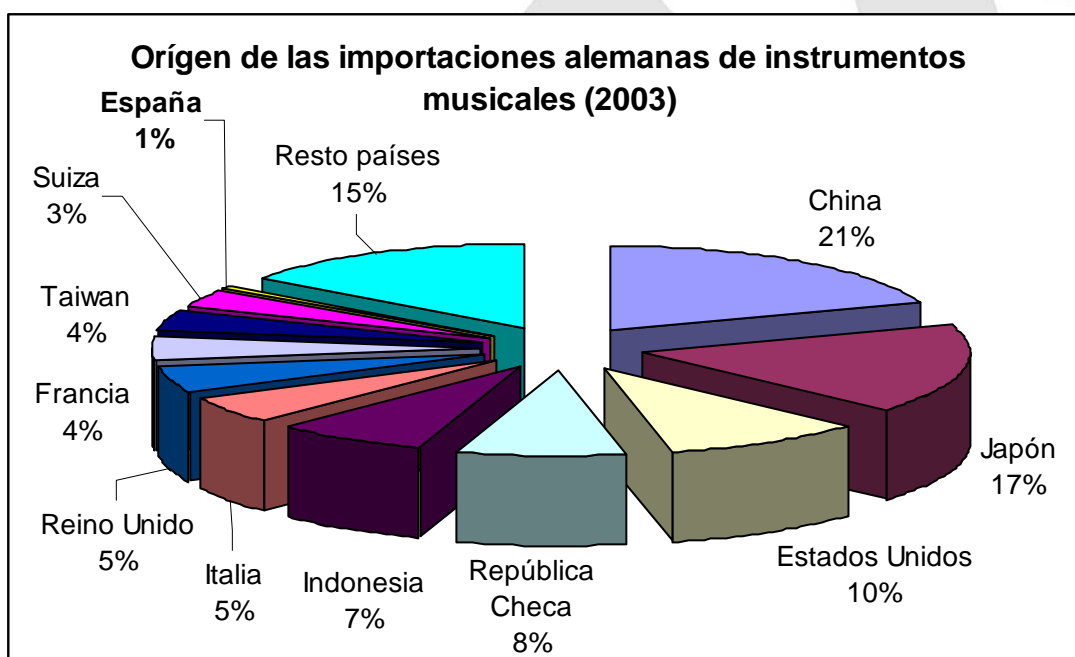
EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

procedentes de España ascendieron a 2,19 millones de euros, lo que representa una recuperación del 17,46% respecto a 2002, tras la caída 32% experimentada en 2002 respecto a 2001.

En la siguiente gráfica podemos apreciar la participación de los distintos países en el suministro de dichas importaciones de 2003.

Las importaciones procedentes de China representaron en 2003 un 21% de las importaciones, seguidas de las importaciones procedentes de Japón, Estados Unidos y la República Checa, cuya cuota de importación fue del 17%, 10% y 8%, respectivamente.

Las importaciones procedentes de España representaron un 1%.



Fuente: World Trade Atlas, 2005

A continuación se presentan los datos individuales de los distintos productos, para ofrecer una visión pormenorizada y más específica del sector.

En primer lugar se encuentran las importaciones de la partida “Instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o amplifique eléctricamente, excepto los acordeones”, cuyas importaciones ascendieron en 2003 a 50,11 millones de euros, un 26,8% menos que el año anterior.

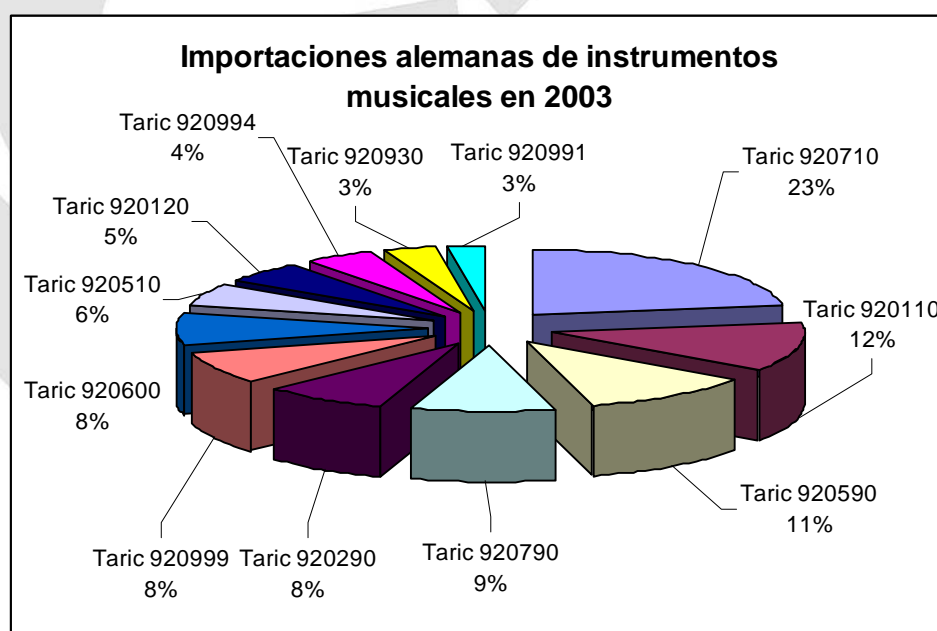
Le siguen los “Pianos verticales, incluso automáticos” con unas importaciones por valor de 26,43 millones de euros, los “Demás instrumentos de viento (excepto órganos, armonios, acordeones, armónicas e instrumentos de viento llamados “metales”)” cuyas importaciones ascendieron a 26,43 millones de euros descendiendo notablemente un 27,1% respecto al año anterior, y los “Instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o amplifique eléctricamente (excepto los de teclado)” y “Demás instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado y arco)”, con unas importaciones por valor de 20,31 y 17,67 millones de euros, respectivamente.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Importaciones alemanas de instrumentos musicales: principales productos importados (en millones de euros)

HS	Descripción	2001	2002	2003	Participación			Var
					01	02	03	03/02
	Total Instrumentos musicales	289,26	273,38	244,18	100	100	100	-10,7
920710	Instrumentos de teclado eléctricos, excepto acordeones	76,97	68,43	50,11	26,6	25,0	20,5	-26,8
920110	Pianos verticales	28,36	26,82	26,43	9,8	9,8	10,8	-1,4
920590	Los demás instrumentos musicales de viento	32,28	33,46	24,40	11,2	12,2	10,0	-27,1
920790	Los demás instrumentos musicales eléctricos	20,48	19,70	20,31	7,1	7,2	8,3	3,1
920290	Los demás instrumentos musicales de cuerda	16,50	16,98	17,67	5,7	6,2	7,2	4,0
920999	Las demás partes y accesorios	17,96	17,65	17,63	6,2	6,5	7,2	-0,1
920600	Instrumentos musicales de percusión	17,78	17,36	17,22	6,2	6,4	7,1	-0,8
920510	Instrumentos llamados "metales"	13,04	13,92	12,48	4,5	5,1	5,1	-10,4
920120	Pianos de cola	17,03	13,85	11,56	5,9	5,1	4,7	-16,5
920994	Partes y accesorios de los instrumentos de música	8,41	7,88	9,75	2,9	2,9	4,0	23,7
920930	Cuerdas armónicas	6,39	7,18	7,19	2,2	2,6	2,9	0,0
920991	Partes y accesorios de pianos	6,79	6,12	5,55	2,4	2,2	2,3	-9,3
920992	Partes y accesorios de los instrumentos de música	5,66	4,77	4,55	2,0	1,8	1,9	-4,5
920810	Cajas de música	3,63	2,83	3,49	1,3	1,0	1,4	23,3
920410	Acordeones e instrumentos similares	4,48	4,51	3,24	1,6	1,7	1,3	-28,1
920210	Instrumentos musicales de cuerda de arco	3,64	2,88	3,15	1,3	1,1	1,3	9,4
920910	Metrónomos y diapasones	2,29	2,05	2,36	0,8	0,8	1,0	15,1
920920	Mecanismos de caja de música	2,46	1,83	1,84	0,9	0,7	0,8	0,8
920993	Partes y accesorios de los instrumentos de música	1,09	1,16	1,57	0,4	0,4	0,6	35,4
920890	Orquestriones, organillos, pájaros cantores y demás	1,56	1,27	1,18	0,5	0,5	0,5	-7,7
920300	Órganos de tubo y teclado; armonios e instrumentos	1,08	1,27	1,14	0,4	0,5	0,5	-10,1
920420	Armónicas	1,05	0,74	0,76	0,4	0,3	0,3	2,7
920190	Clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado	0,34	0,74	0,61	0,1	0,3	0,3	-16,7

Fuente: Eurostat



Fuente: World Trade Atlas 2005

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Tal y como refleja la gráfica anterior la partida 920710 (instrumentos de teclado eléctrico) representan el 23% de las importaciones, les sigue las partidas 920110 (pianos verticales) con un 12% y la partida 920590 (instrumentos de viento (excepto órganos, armonios, acordeones, armónicas e instrumentos de viento llamados “metales”)) con un 11%.

1.1.1 Exportaciones y expediciones alemanas

La siguiente tabla muestra las exportaciones de instrumentos musicales de Alemania y los principales países destino de dichas exportaciones.

Las exportaciones alemanas de instrumentos musicales ascendieron en 2003 a 341,63 millones de euros, un 3,9% más que el año previo. El primer receptor de estas exportaciones fue Estados Unidos, por valor de 66,85 millones de euros, seguido de Japón por valor de 35,22 millones de euros.

Le siguen Francia, Austria y los Países Bajos, por un valor de 29,60, 25,33 y 24,64 millones de euros, respectivamente. España se encuentra en la undécima posición, las exportaciones alemanas con destino España ascendieron en 2003 a 7,65 millones de euros, lo que representa un 10,65% más que el año anterior.

**Países destino de las exportaciones alemanas de instrumentos musicales
(millones de euros)**

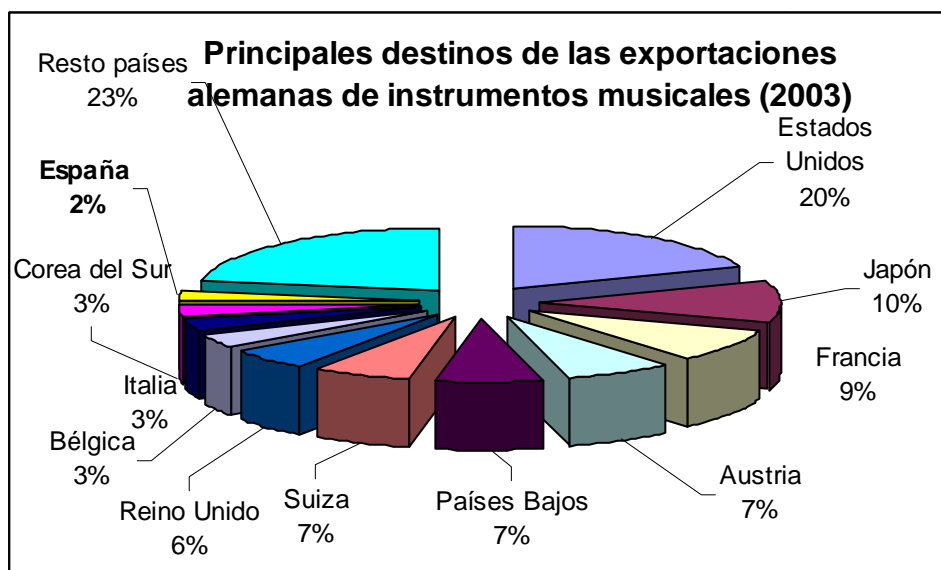
Rango	País	Exportaciones alemanas			Participación			Cambio 02/03
		2001	2002	2003	2001	2002	2003	
1	U.S.A.	73,01	72,41	66,85	22,38	22,02	19,57	-7,68
2	Japón	37,79	35,59	35,22	11,58	10,83	10,31	-1,04
3	Francia	20,14	22,11	29,60	6,17	6,73	8,67	33,86
4	Austria	24,87	24,95	25,33	7,62	7,59	7,41	1,52
5	Países Bajos	25,14	24,59	24,64	7,70	7,48	7,21	0,20
6	Suiza	24,31	24,33	22,66	7,45	7,40	6,63	-6,85
7	Reino Unido	16,47	16,57	19,08	5,05	5,04	5,58	15,14
8	Bélgica	11,78	10,88	11,82	3,61	3,31	3,46	8,61
9	Italia	10,14	9,77	11,15	3,11	2,97	3,26	14,06
10	Corea del Sur	8,42	9,98	10,98	2,58	3,04	3,21	10,05
11	España	6,41	6,24	7,65	1,96	1,90	2,24	22,65
	Resto países	67,80	71,39	76,66	20,79	21,69	22,45	-86,62
	Total	326,29	328,81	341,63	100	100	100	3,90

Fuente: World Trade Atlas

Como se puede apreciar en el gráfico siguiente, el 20% de las exportaciones alemanas de instrumentos musicales estuvieron destinadas a Estados Unidos en 2003. El segundo destino de dichas exportaciones fue Japón, cuya participación en las exportaciones totales fue del 10%, seguido de Francia y Austria, con un 9% y 7%, respectivamente.

En el caso de España, las exportaciones de instrumentos musicales dirigidas a nuestro país representaron un 2% del total en 2003.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA



Fuente: World Trade Atlas 2005

En la siguiente tabla vemos la desagregación de las exportaciones alemanas por producto.

Exportaciones alemanas de instrumentos musicales: principales productos exportados (en millones de euros)

HS	Descripción	2001	2002	2003	Participación %			Var 03/ 02
					01	02	03	
	Total Instrumentos musicales	326,29	328,81	341,63	100	100	100	3,9
920120	Pianos de cola	61,61	59,83	61,09	18,9	18,2	17,9	2,1
920590	Los demás instrumentos musicales de viento	42,28	42,10	45,66	13,0	12,8	13,4	8,4
920110	Pianos verticales	33,92	37,48	35,27	10,4	11,4	10,3	-5,9
920710	Instrumentos de teclado eléctricos, excepto acordeones	23,74	22,11	25,84	7,3	6,7	7,6	16,9
920510	Instrumentos de viento llamados "metales"	21,17	24,46	25,67	6,5	7,4	7,5	5,0
920999	Las demás partes y accesorios	22,20	21,65	19,91	6,8	6,6	5,8	-8,1
920992	Partes y accesorios de los instrumentos de música	16,53	16,77	15,70	5,1	5,1	4,6	-6,4
920600	Instrumentos musicales de percusión	16,92	15,79	15,40	5,2	4,8	4,5	-2,5
920210	Instrumentos musicales de cuerda de arco	16,34	16,37	15,05	5,0	5,0	4,4	-8,1
920930	Cuerdas armónicas	9,69	9,87	13,82	3,0	3,0	4,1	40,1
920994	Partes y accesorios de los instrumentos de música	8,73	10,53	13,42	2,7	3,2	3,9	27,4
920993	Partes y accesorios de los instrumentos de música	10,14	10,29	12,78	3,1	3,1	3,7	24,2
920790	Instrumentos de teclado eléctrico, excepto acordeones	12,25	11,18	11,72	3,8	3,4	3,4	4,8
920420	Armónicas	8,11	9,83	7,99	2,5	3,0	2,3	-18,8
920290	Los demás instrumentos musicales de cuerda	6,39	7,28	7,61	2,0	2,2	2,2	4,5
920300	Órganos de tubo y teclado; armonios e instrumentos	6,56	3,73	6,19	2,0	1,1	1,8	65,8
920410	Acordeones e instrumentos similares	5,26	5,56	3,91	1,6	1,7	1,1	-29,7
920810	Cajas de música	1,32	1,38	2,09	0,4	0,4	0,6	51,8
920890	Orquestriones, organillos, pájaros cantores y demás	2,59	1,85	1,68	0,8	0,6	0,5	-9,3
920190	Clavicordios y otros instrumentos de cuerda con teclado	0,40	0,48	0,63	0,1	0,2	0,2	30,0
920920	Mecanismos de caja de música	0,14	0,26	0,22	0,0	0,1	0,1	-12,6

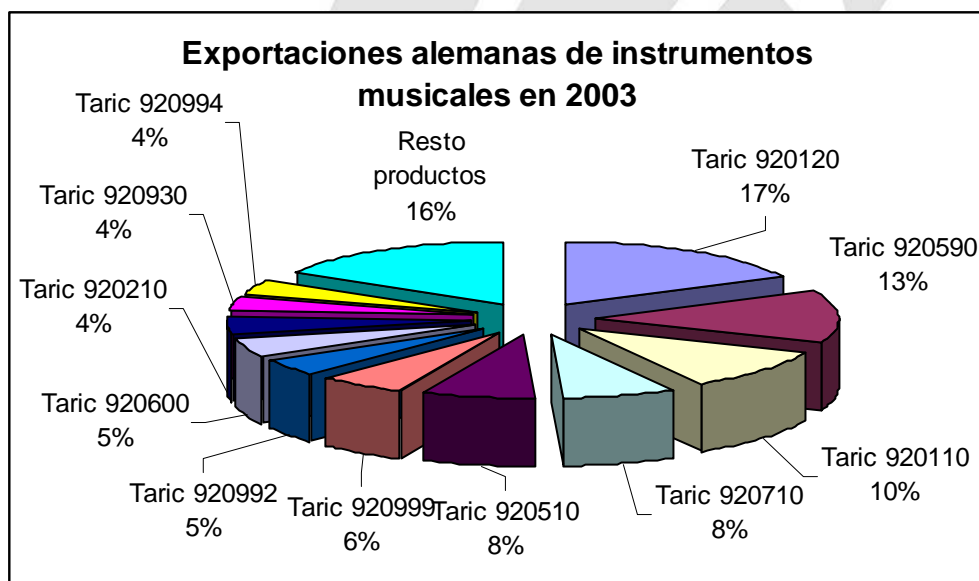
Fuente: Eurostat

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

En primer lugar se encuentran las exportaciones de “Pianos de cola, incluso automáticos”, las cuales ascendieron en 2003 a 61,09 millones de euros. Le siguen las exportaciones de la partida “Instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios, acordeones, armónicas e instrumentos de viento llamados “metales”)” cuyo valor ascendió a 45,66 millones de euros.

En tercera y cuarta posición se encuentran las exportaciones de “Pianos verticales” e “Instrumentos de teclado en los que el sonido se produzca o se amplifique eléctricamente, excepto los acordeones”, cuyas exportaciones alcanzaron un valor de 35,27 y 25,84 millones de euros, respectivamente. En el caso de los instrumentos de teclado de la partida 920710, las exportaciones de dicha partida se incrementaron en 2003 notablemente, suponiendo un 16,9% más que el año anterior.

Como podemos apreciar en el gráfico siguiente, las principales partidas de exportación dentro del sector de instrumentos musicales son la 920120 (pianos de cola) y la 920590 e (instrumentos musicales de viento distintos de los metales), cuya participación dentro de las exportaciones alemanas totales asciende al 17% y 13% respectivamente.



Fuente: World Trade Atlas 2005

1.1.1 Exportaciones e importaciones españolas

En los apartados de importaciones alemanas se han utilizado los datos del World Trade Atlas, y en esta sección se ha utilizado información procedente de la base de datos elaborada por el Ices, Estacom, para analizar las exportaciones españolas y su desagregación por países y productos. Ambas fuentes estadísticas proceden de las declaraciones voluntarias realizadas por los operadores comerciales en aduana sobre importaciones y exportaciones respectivamente.

Dada la no obligatoriedad de estas declaraciones, se advierten discrepancias en los datos procedentes de las distintas fuentes. Los datos de las fuentes españolas suelen ser superiores dado que en Alemania se registran solo las importaciones a partir de un importe y no los pequeños pedidos.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

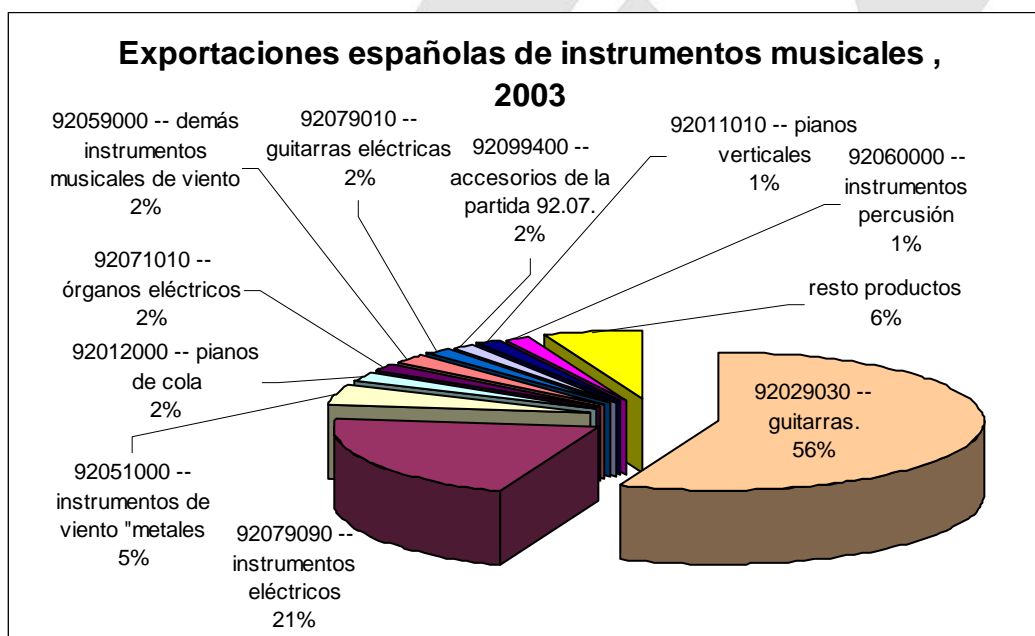
Para empezar, la siguiente tabla nos muestra la desagregación por productos de las **exportaciones españolas totales de instrumentos musicales**, las cuales **ascendieron en el año 2003 a 41,65 millones de euros**.

Nº	Producto	AÑO 2003
1	92029030 -- guitarras.	23,36
2	92079090 -- instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto los instrumentos de teclado, sin incluir los acordeones, y las guitarras).	8,63
3	92051000 -- instrumentos musicales de viento llamados "metales"	2,02
4	92012000 -- pianos de cola, incluso automáticos.	0,88
5	92071010 -- órganos en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.	0,86
6	92059000 -- instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas e instrumentos de viento llamados "metales").	0,77
7	92079010 -- guitarras en las que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente. -posición sin obligación de expresar peso -	0,72
8	92099400 -- partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.07.	0,63
9	92011010 -- pianos verticales, incluso automáticos, nuevos.	0,61
10	92060000 -- instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas o maracas).	0,58
11	92071030 -- pianos digitales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.	0,55
12	92071050 -- sintetizadores en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.	0,46
13	92099970 -- partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.07 y 92.05).	0,38
14	92029090 -- (hasta 31.12.2003) instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado, de arco, arpas y guitarras). -posición sin obligación de expresar peso -	0,24
15	92099200 -- partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.02.	0,16
16	92071080 -- instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto acordeones, órganos, pianos digitales y sintetizadores).	0,14
17	92099930 -- partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.05.	0,13
18	92092000 -- mecanismos de cajas de música.	0,13
19	92089000 -- orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otras partidas de este capítulo (excepto las cajas de música); reclamos de cualquier clase; silbatos, cuernos y demás instrumentos	0,12
20	92021090 -- instrumentos musicales de cuerda, de arco (excepto violines). -	0,04
21	92042000 -- armónicas.	0,04
22	92081000 -- cajas de música.	0,04
23	92021010 -- violines	0,03
24	92091000 -- metrónomos y diapasones.	0,03
25	92030090 -- (hasta 31.12.2003) armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.	0,03
26	92019000 -- clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado (excepto pianos).	0,03

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

27	92093000 -- cuerdas armónicas.	0,02
28	92041000 -- acordeones e instrumentos similares.	0,01
29	92011090 -- pianos verticales, incluso automáticos, usados.	0,01

Como muestra el gráfico siguiente, las exportaciones españolas de instrumentos musicales están claramente especializadas en un producto: la guitarra, el cual acapara el 56% de las exportaciones. Le siguen la partida 92079090, que comprende los instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto los instrumentos de teclado, sin incluir los acordeones, y las guitarras) con un 21% de las exportaciones, y en tercer lugar los instrumentos de viento, que suponen el 5% de las exportaciones.



Fuente: Estacom

En cuanto a los destinos de estas exportaciones, la siguiente tabla presenta los principales países receptores de las mismas.

Como se puede apreciar, los principales destinos de las exportaciones españolas de instrumentos musicales son Portugal, Filipinas y Estados Unidos, por valor de 5,40, 5,16 y 4,18 millones de euros, respectivamente. Alemania es el quinto receptor de nuestra exportaciones, por un valor de 3,40 millones de euros (Fuente: Estacom).

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Nº	País	AÑO 2003
1	PORTUGAL	5,40
2	FILIPINAS	5,16
3	ESTADOS UNIDOS	4,18
4	FRANCIA	3,45
5	ALEMANIA	3,40
6	VENEZUELA	2,94
7	JAPON	2,77
8	ITALIA	1,86
9	REINO UNIDO	1,24
10	PAISES BAJOS	1,12
11	SUIZA	0,93
12	RUSIA	0,66
13	ANDORRA	0,62
14	AUSTRIA	0,59
15	CHINA	0,53
16	POLONIA	0,48
17	SUECIA	0,48
18	GRECIA	0,46
19	IRAN	0,45
20	DINAMARCA	0,33
	RESTO PAISES	4,58
	TOTAL	41,63

Fuente: Estacom

Como se adelantaba, los datos de las importaciones realizadas por Alemania provenientes de España no coinciden con las exportaciones españolas a este país. El dato de WTA para 2003 utilizado en los apartados anteriores es de 2,19 millones de euros de importaciones alemanas procedentes de España y el de Estacom de 3,40 millones de euros de exportaciones españolas a Alemania.

Es decir, según las estadísticas del Icx, Alemania recibió en 2003 el 8,16% de las exportaciones españolas de instrumentos musicales (3,40 millones de euros).

Veamos a continuación la desagregación de estas exportaciones a Alemania por producto.

Como podemos apreciar en el gráfico, el perfil exportador de España a Alemania es similar al general a todos los países: el grueso de las exportaciones españolas a Alemania del sector instrumentos musicales corresponde a la guitarra.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Nº	Producto	Año 2003
1	92029030 -- guitarras	2,93
2	92051000 -- instrumentos musicales de viento llamados "metales". -posición sin obligación de expresar peso -	0,23
3	92099400 -- partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.07.	0,08
4	92079010 -- guitarras en las que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.	0,06
5	92092000 -- mecanismos de cajas de música.	0,02
6	92089000 -- orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otras partidas de este capítulo (excepto las cajas de música); reclamos de cualquier clase; silbatos, cuernos y demás instrumentos	0,02
7	92029090 -- (hasta 31.12.2003) instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado, de arco, arpas y guitarras). -posición sin obligación de expresar peso -	0,02
8	92012000 -- pianos de cola, incluso automáticos.	0,02
9	92011010 -- pianos verticales, incluso automáticos, nuevos.	0,01
10	92060000 -- instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilofonos, platillos, castañuelas o maracas).	0,01
11	92071010 -- órganos en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.	0,01
12	92071080 -- instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto acordeones, órganos, pianos digitales y sintetizadores).	0,01
	total	3,42

Las exportaciones de guitarra representaron el 85% de las exportaciones españolas a Alemania en 2003, seguidas a gran distancia de los instrumentos musicales de viento denominados metales (6%).



EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Importaciones alemanas de guitarras (millones de euros)

Rango	País	Importaciones alemanas			Participación			%Cambio 03/02
		2001	2002	2003	2001	2002	2003	
1	China	3,48	3,97	5,22	23,1	26,3	32,0	31,4
2	España	2,06	1,58	1,99	13,7	10,5	12,2	25,8
3	Estados Unidos	1,39	1,61	1,75	9,2	10,7	10,7	8,7
4	Corea del Sur	2,18	1,50	1,67	14,5	9,9	10,3	11,5
5	República Checa	1,37	1,56	1,66	9,1	10,4	10,2	6,2
6	Taiwán	1,91	1,87	1,36	12,7	12,4	8,3	-27,1
7	Japón	0,44	0,72	0,60	3,0	4,8	3,7	-17,2
8	Indonesia	0,80	0,85	0,51	5,3	5,6	3,1	-39,5
9	Rumania	0,54	0,42	0,47	3,6	2,8	2,9	11,0
10	Bulgaria	0,05	0,25	0,30	0,4	1,7	1,8	17,4
	Resto países	0,83	0,75	0,79	5,5	5,0	4,9	-20,1
	Total	15,07	15,09	16,33	100,0	100,0	100,0	8,2

Fuente: World Trade Atlas

Esta tabla confirma que la guitarra es la protagonista en el comercio exterior entre España y Alemania en el sector de los instrumentos musicales: el 85% de nuestras exportaciones a Alemania en 2003 tuvieron como objeto este producto, siendo España el segundo suministrador, por detrás de China.

Pese a que nuestra cuota respecto a las importaciones alemanas de instrumentos musicales (en total) solo alcanzó el 1% en 2003, considerando las importaciones alemanas de guitarras alcanzó el 12,2%.

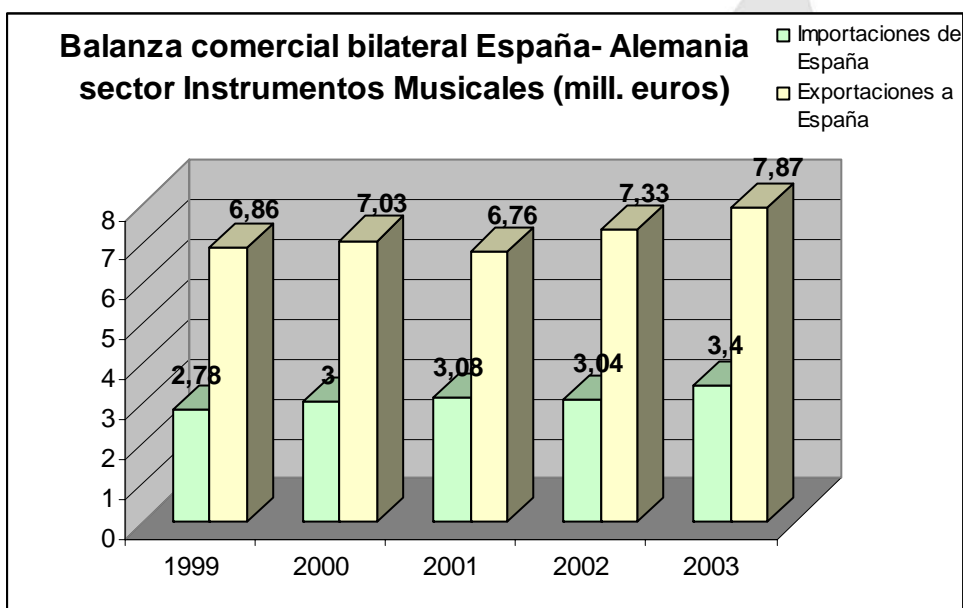
1.1.1 Balanza comercial bilateral España-Alemania

Las siguientes gráficas muestran las relaciones comerciales bilaterales entre España y Alemania en el sector de los instrumentos musicales.

Para empezar la primera gráfica presenta las relaciones de comercio exterior entre los dos países considerando el total de los productos comprendidos en el sector de los instrumentos musicales. Como podemos apreciar la tendencia es positiva, tanto en el caso de las exportaciones como en el caso de las importaciones.

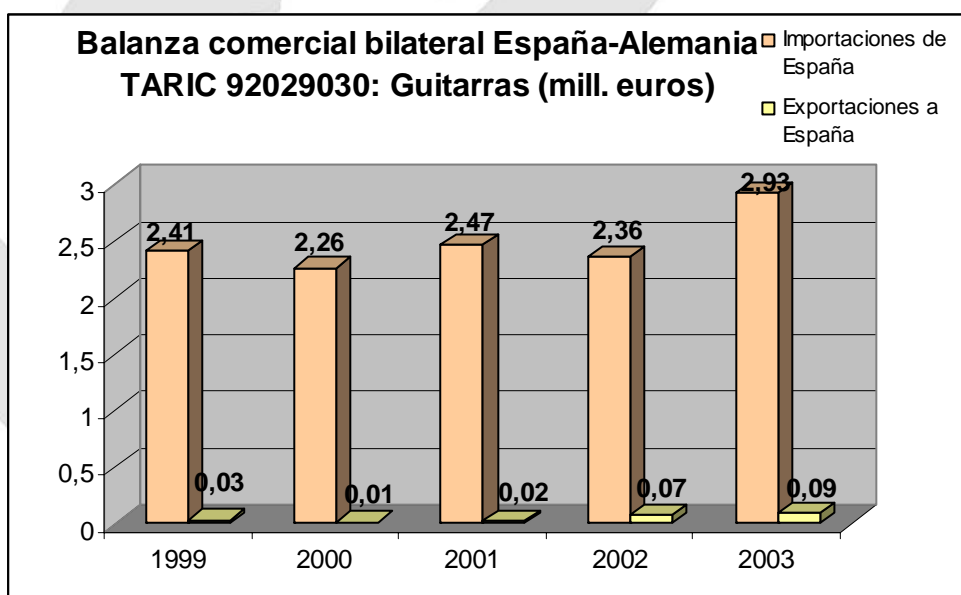
Las relaciones comerciales son claramente deficitarias para España, esto es, las importaciones que España realiza de instrumentos musicales procedentes de Alemania superan con creces a las compras realizadas por Alemania a España. No obstante las importaciones alemanas de productos españoles se han incrementado en el periodo analizado (1999-2003) en un 22%, reduciendo nuestro déficit sectorial bilateral.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA



Fuente: Estacom

A continuación resulta interesante analizar las relaciones bilaterales respecto al producto que conforma el grueso de las exportaciones españolas de instrumentos musicales: la guitarra. Considerando este producto, la balanza comercial bilateral presenta un aspecto bien distinto: nuestra situación es de claro superávit, y nuestras exportaciones por este concepto se ha incrementado en el periodo analizado en un 21,57%.



Fuente: Estacom

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción alemana

Los suministradores del sector musical también han tenido que hacer frente a la crisis económica alemana en los últimos años. Los fabricantes de instrumentos musicales pudieron mantener e incrementar sus tasas de crecimiento gracias a unas cuotas de exportación del 60%; los mayores problemas se encuentran en el mercado interno, debido a la caída del consumo.

Valor de las ventas de la producción alemana, según tipo de producto			
Código de estadísticas producción	Descripción producto	2002 (mill euros)	Num. empresas
	Pianos e instrumentos de teclado	105,038	
3630 11 100	Pianos de pared	41,914	11
3630 11 300	Pianos de cola	63,124	10
3630 11 500	Cémbalos y otros	--	--
	Instrumentos de cuerda	9,310	
3630 12 350	Violines	--	1
3630 12 390	Otros	--	1
3630 12 500	Guitarras	--	2
3630 12 900	Arpas	--	
3630 13 100	Órganos, armonios y otros instrumentos musicales de teclado	9,310	14
3630 13 300	Acordeones y otros	--	2
3630 13 500	Armónicas	--	1
	Instrumentos de viento de metal	22,458	
3630 14 101	Trompetas, cornetas, cornetines	3,540	6
3630 14 103	Posaunen	--	3
3630 14 105	Otros cuernos y cornetas	9,521	6
3630 14 107	Tubos	8,478	5
3630 14 109	Otros	0,919	4
	Otros instrumentos de viento	18,563	
3630 14 401	Flauta dulce	9,610	4
3630 14 404	Clarinetes Saxofones	--	4
3630 14 407	Fagot, Oboe	5,905	3
3630 14 409	Otros	3,048	3
	Instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente		
3630 15 100	Órganos		--
3630 15 300	Pianos digitales	--	--
3630 150370	Sintetizadores	--	--
3630 15 400	Teclados e instrumentos musicales eléctricos de teclado	--	1
3630 15 500	Guitarras eléctricas	--	1
3630 15 900	Otros instrumentos musicales eléctricos	--	--
3630 16 300	Instrumentos de percusión	16,923	5
3630 16 500	Cajas de música, orquestriones, organillos, silbatos	--	3

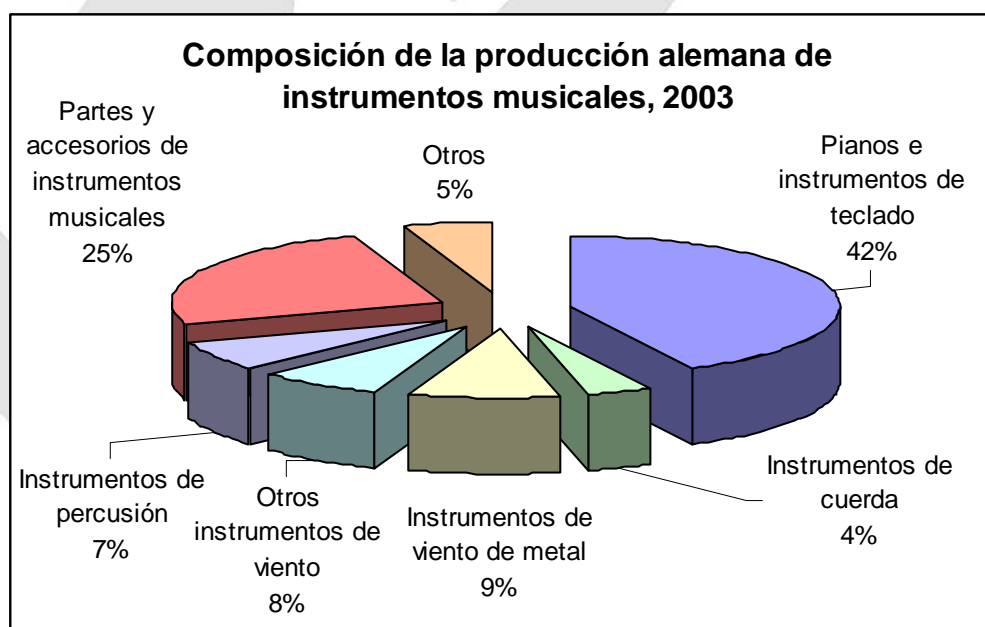
EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

3630 17 300	Metronomos, diapasones, mecanismos para cajas de música	--	1
3630 17 500	Cuerdas para instrumentos musicales	--	2
	Partes y accesorios de instrumentos musicales	61,169	
3630 18 130	Para pianos	24,570	9
3630 18 150	Para órganos	18,108	7
3630 18 170	Para instrumentos en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.	--	--
3630 18 300	Para instrumentos de cuerda	11,549	6
3630 18 950	Para instrumentos de viento	6,942	10
3630 18 970	Para otros instrumentos musicales	--	9
3630 91 00	Instalación de instrumentos musicales	13,053	26
3630 92 00	Reparación y mantenimiento de instrumentos musicales	--	--
		246,514	

Fuente: Statistisches Bundesamt, 2003

El mayor valor de las ventas de la producción de instrumentos musicales en Alemania corresponde al grupo de Pianos y otros instrumentos de teclado, los cuales alcanzan el 42% del total.

Les siguen las Partes y accesorios de instrumentos musicales con una cuota del 25% y, a más distancia los Instrumentos de viento (que acaparan un 17%, teniendo en cuenta los del grupo de los llamados “metales” y el resto). Los instrumentos de percusión y los de cuerda tienen una participación insignificante.



Fuente: Statistisches Bundesamt, 2003

La producción de instrumentos musicales es una industria con gran tradición en Alemania. Dentro de ella se engloban la fabricación industrial de pequeños instrumentos, Oficina Económica y Comercial del Consulado General de España en Düsseldorf

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

la fabricación de grandes instrumentos como los pianos o órganos, así como la fabricación de instrumentos eléctricos.

Casi todas las empresas productoras pertenecen a la Asociación Federal de Productores Alemanes de instrumentos (*Bundesverband der deutschen Musikinstrumenten- Hersteller*) o a la Asociación de la industria alemana de pianos (*Fachverband Deutsche Klavierindustrie*).

Las industrias artesanales pertenecen a diferentes organizaciones como por ejemplo la Asociación de artesanos de instrumentos musicales (*Bundesinnungsverband für das Musikinstrumenten – Handwerk*), a la Asociación Alemana de fabricantes de violines o arcos (*Verband Deutscher Geigenbauer o. Bogenmacher*), la Asociación Alemana de fabricantes de pianos (*Bund Deutscher Klavierbauer*) o la Asociación Alemana de fabricantes de órganos (*Bund Deutscher Orgelbaumeister*).

Junto a la estructura dominante de empresas pequeñas también hay empresas de mediano tamaño con hasta 200 empleados.

Respecto a las perspectivas para la fabricación de instrumentos musicales, el sector cuenta con cambios profundos en el mercado de instrumentos: por una parte se espera un incremento de las ventas futuras para las empresas alemanas de instrumentos de alto valor, como pianos y pianos de cola, mientras que se espera un descenso de las ventas de los instrumentos de música de segmento medio. En conjunto se espera una intensificación de la competencia, debido al incremento de las interrelaciones de los mercados internacionales gracias a nuevas cadenas de creación de valor.

Subdivisión mercado musical	Empleados				Variación		
	2000	2001	2002	2003	02/00	03/00	03/02
Compositores independientes	135	143	178	138	31,9%	2,2%	-22,5%
Compañías discográficas	1.869	1.920	1.589	1.581	-15%	-15,4%	-0,5
Producción y copia de soportes musicales	4.094	4.100	4.131	4.108	0,9%	0,3%	-0,6%
Producción instrumentos musicales	7.083	7.243	7.260	6.900	2,5%	-2,6%	-5%
Comercio minorista instrumentos musicales	4.402	4.171	4.109	3.999	-6,7%	-9,2%	-2,7%
Compañías musicales y de teatro	583	569	559	542	-4%	-7,1%	-3,2%
Organizadores de teatro y conciertos	6.699	6.601	6.732	6.721	0,5%	0,3%	-0,2%
Teatros, Óperas, Salas de conciertos, etc.	3.258	3.302	3.345	3.375	2,7%	3,6%	0,9%
Estudios de grabación	1.030	1.172	1.034	963	0,4%	-6,5%	-6,9%
Total	29.153	29.221	28.937	28.327	-0,7%	-2,8%	-2,1%

Fuente: Deutsches Musikinformationszentrum, según Statistisches Bundesamt

En cuanto al empleo de personal en este sector, el segmento de producción de instrumentos musicales es el que emplea a mayor número de personas del sector musical; en concreto en el año 2003 trabajaban 6.900 personas, aunque en 2001 y 2002 se produjo un retroceso en el número de personas empleadas en este sector.

2.2. Obstáculos comerciales

1.1.1 Introducción general

Los principales obstáculos comerciales que encuentran las empresas españolas en Alemania son los siguientes:

- la normativa alemana es en muchos casos más exigente que la propia normativa comunitaria; aunque no existe un impedimento legal para vender cumpliendo esta última, el comercio alemán siempre exige el estándar más alto de calidad/seguridad/protección;
- aunque se disponga de certificaciones acreditadas por laboratorios españoles perfectamente homologados, el comercio alemán exige en muchos casos la certificación realizada por laboratorios o institutos alemanes;
- los standards alemanes en muchos casos, dado su alto nivel de exigencia, tienen utilidad y reconocimiento internacional en otros mercados: DIN, TÜV, GS, por lo que no resultan una inversión inútil;

Las causas más frecuentes de esta problemática son:

- existencia de normas técnicas nacionales diferentes para la fabricación y comercialización de productos entre Estados miembros;
- falta de aplicación del principio de mutuo reconocimiento de pruebas y homologaciones;
- carencia de una normativa europea armonizada sobre las exigencias y niveles de protección al consumidor según países y productos.

Con relación al mercado alemán, los casos más frecuentes son:

- exigencias impuestas en materia de envases y embalajes;
- falta de reconocimiento de certificados españoles;
- marcado y etiquetado de productos;
- prohibición del uso de ciertos componentes de productos.

1.1.1 Normativa técnica general en Alemania

A) Envases y embalajes:

El legislador alemán ha impuesto la obligación reglamentaria de devolución de envases y embalajes sobre una base de preservación del medio ambiente. Así, el embalaje de transporte debe ser recogido (recuperado) por el fabricante, y el envase comercial por el vendedor. La ley permite hacerlo a través de terceros, es decir, empresas especializadas recogen los envases usados y los envían a reciclar.

También en el transporte de la mercancía del fabricante al comerciante debe observarse esta normativa, concretamente que los embalajes de PVC ya no están permitidos y los embalajes de estiroporo deben ser evitados, así como los de materiales agresivos contra el medio ambiente, que deben ser sustituidos por otros inocuos.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

El material de embalaje sintético debe estar marcado, y las láminas sólo pueden ser de los siguientes materiales: polietileno (PE), polipropileno (PP) y polietilentetra (PET).

La empresa más importante en Alemania dedicada al reciclaje y retiro de envases es **Duales System Deutschland**, conocida por su distintivo, el "Punto Verde".

El distintivo "punto verde" afecta exclusivamente a los envases reciclables para la venta, es decir los utilizados por el consumidor final para el transporte del producto o hasta el momento de consumirlo.

Se obtiene mediante la suscripción de un contrato de licencia de marca con la DSD, cuya dirección es la siguiente:

Duales System Deutschland GmbH

Abt. Vergabe "Grüner Punkt" (= Dpto. concesión "Punto Verde")

Frankfurter Straße 720 - 726

D - 51145 Köln

Teléfonos: +49 (0) 749 2203 - 93 71 80

Fax: +49 (0) 749 2203 - 93 71 96

Información en español: Sra. Werner

Para la conclusión de un contrato de utilización del distintivo "punto verde" es necesaria una garantía de recogida y de recuperación de todos los materiales utilizados en los envases. La regulación de esta garantía es diferente para cada uno de los materiales de los envases.

Para los envases de cristal, hojalata y de cartón combinado para alimentos líquidos hay una garantía absoluta. Esto quiere decir que todos los que utilizan estos envases pueden suscribir el contrato de utilización del "punto verde" sin presentar más pruebas.

Para envases de papel, cartulina y cartón hay una garantía global. Esta rige para todos los materiales de envases que contengan papel, cartulina o cartón en más del 50% del peso.

Para los envases de aluminio y láminas de aluminio así como de material plástico y materias plásticas combinadas, la garantía de recogida y recuperación la concede individualmente la correspondiente sociedad de recuperación.

B) Certificaciones y marcas ecológicas

La industria alemana otorga una gran importancia a la calidad de los productos y presta una enorme atención a la presencia de sellos de calidad reconocidos, tales como la conformidad de acuerdo con normas internacionales o alemanas (DIN).

Para obtener las características específicas de cada norma se puede contactar con el **Instituto Alemán de Normalización (DIN)** o bien, en España, con la **Asociación Española de Normalización (AENOR)**:

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Deutsches Institut für Normung (DIN)

Burggrafenstraße 6
10787 Berlín
Tel. +49-30-26 01-0
Fax +49-30-26 01-12 31
Internet : <http://www.din.de>
Persona de contacto: Peter C. Anthony
E-Mail: peter.anthony@din.de

Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)

C/ Génova, 6
28004 Madrid
Tel. 91-432 60 00
Fax 91-310 31 72
Email : info@aenor.es
Internet : <http://www.aenor.es>

Aunque se disponga de certificaciones acreditadas por laboratorios españoles perfectamente homologados, el comercio alemán exige en muchos casos la certificación o marcas ecológicas realizadas por laboratorios o institutos alemanes. Los standards alemanes en muchos casos, dado su alto nivel de exigencia, tienen utilidad y reconocimiento internacional en otros mercados.

C) Seguridad en los bienes de consumo o instrumentos de trabajo

Por otra parte, en mayo de 2004 entró en vigor la ley sobre la seguridad en los bienes de consumo o instrumentos de trabajo, denominada **Gesetz über Technische Arbeitsmittel und Verbraucherprodukte (GPSG)**, la cual se establece como el marco legal aplicable para todos los productos al consumidor.

Esta ley pretende superar las lagunas existentes y se aplica no sólo a productos sino también a sus envases. Esta ley es la **trasposición alemana de la Directiva Europea relativa a la Seguridad General de los Productos** (la Europäische Produktsicherheitsrichtlinie 2001/ 95/ EG (ProdSRL)).

En ella también se contempla la seguridad en el consumo, por lo cual ahora los fabricantes no sólo tienen que indicar las indicaciones de peligrosidad en el consumo habitual del bien, sino también las que se refieran a su consumo o utilización inapropiado. Los fabricantes deberán proporcionar al consumidor la información adecuada que le permita evaluar los riesgos inherentes a un producto cuando éstos no sean inmediatamente perceptibles, y asimismo tomarán medidas adecuadas para evitar dichos riesgos.

Esta ley une y sustituye a las antiguas leyes de seguridad en los aparatos (das Gerätesicherheitsgesetz- GSG) y la de seguridad en los productos (das Produktsicherheitsgesetz- ProdSG).

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

1.1.1 Normativa para los instrumentos musicales

Para empezar, en relación a la composición de los productos hay que tener en cuenta el **Reglamento Alemán de bienes de consumo de abril de 1992, (*Bedarfsgegenständeverordnung*)**, el cual delimita los componentes y sustancias nocivos que no se pueden utilizar para la producción de bienes de consumo.

A continuación presentamos un listado no exhaustivo con las normas técnicas DIN más importantes para los instrumentos musicales.

Norma	Aplicación
DIN 1317-1	Normativa sobre la frecuencia del sonido
DIN 1317-3	Normativa sobre la frecuencia del sonido, órganos
DIN 8992	Mecánica para pianos, nomenclatura de las piezas
DIN 8993	Mecánica para pianos de cola, dimensiones
DIN 8994	Mecánica para pianos, dimensiones
DIN 8995	Teclado para pianos y pianos de cola, denominación
DIN 8996	Teclado de pianos y pianos de cola, medidas
ISO 16	Normativa sobre la frecuencia del sonido
RAL-RG 425	Piano, normativa de seguridad

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

El canal de distribución de instrumentos musicales y partituras es el comercio minorista especializado, generalmente se trata de comercios especializados en un tipo de instrumentos musical, en el que se venden también partituras y accesorios (fundas, etc).

Según información de la Asociación de tiendas especializadas de música (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte, GMD) existen en Alemania alrededor de 1.500 tiendas especializadas de música, de las cuales alrededor de 1.000 son miembros de la asociación. Según las estadísticas de facturación del año 2002, dicho año se contabilizaron 2.422 empresas dedicadas al comercio minorista de música, lo que representa un 3,7% menos que en 2000 y un 11% menos que en 1996.

1.2. Esquema de la distribución

Comercio minorista de instrumentos musicales y música (partituras, etc)												
Personas empleadas				Empresas con una facturación superior a 16.617 euros				Var.	Facturación en millones de euros			Var.
2000	2001	2002	2003	1996	1999	2000	2002	02/00	1996	2000	2002	02/00
4.402	4.171	4.109	3.999	2720	2556	2516	2422	-3,7%	1023,1	958,7	929,9	-3%

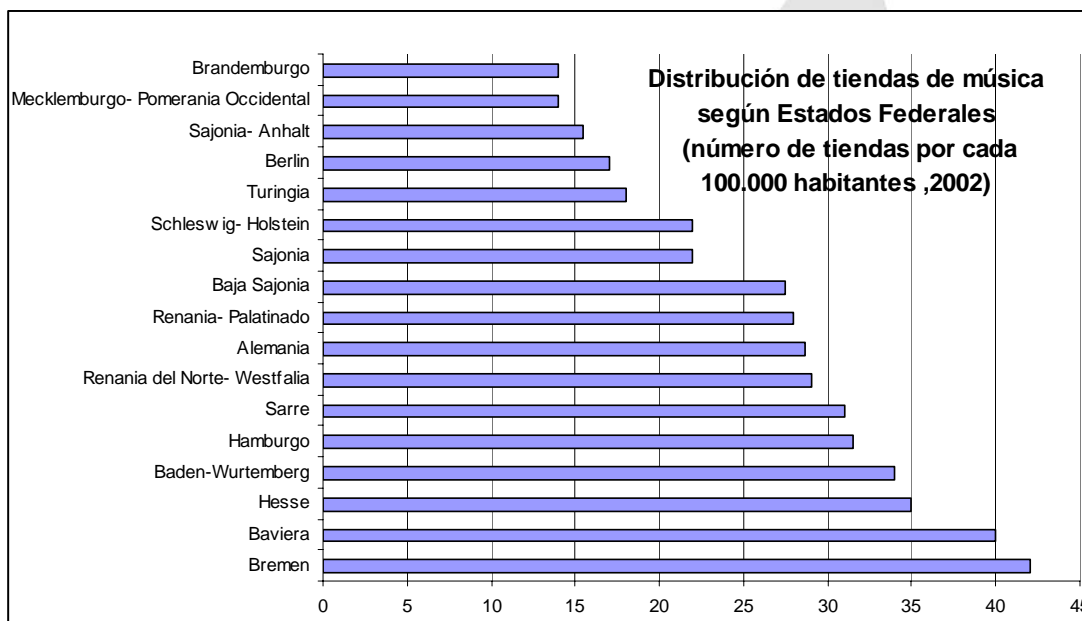
Fuente: Deutsches Musikinformationszentrum, según Statistisches Bundesamt y Estadísticas de Empleo 2002-2003

Los volúmenes de facturación del comercio minorista especializado en instrumentos musicales siguieron una tendencia decreciente en el periodo analizado; mientras en el año 1996 la facturación ascendió a 1.023 millones de euros, en 2002 alcanzó los 930 millones de euros, lo que significa un descenso del 9% durante el periodo analizado. La caída en la facturación en 2002 respecto al año anterior fue del 3%.

En cuanto a la población empleada en este sector, la tendencia es asimismo decreciente: en 2003 estaban empleadas en la distribución y comercio de música e instrumentos musicales 3.999 personas, lo que representa un 7,15% menos que en 2000.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

En la siguiente gráfica podemos apreciar el reparto de este comercio.



Fuente: Deutsches Musikinformationszentrum, según Statistisches Bundesamt

Respecto al reparto de las empresas por Estados Federales, siete de ellos cuentan con una proporción entre 25/35 tiendas de música por 100.000 habitantes. En los estados de Bremen y Baviera la densidad es superior a la media, con más de 40 tiendas por 100.000 habitantes. En Sajonia y Renania Palatinado por el contrario la proporción es inferior a la media, así como en los restantes cinco Estados de Alemania Oriental, con una media inferior a 20 tiendas por 100.000 habitantes.

1.3. Principales distribuidores

En este apartado presentamos los tres principales mayoristas de instrumentos musicales:

Grahl & Nicklas GmbH

Frankfurter Musik-Groß-Sortiment

Gwinnerstr. 13, 60388 Frankfurt/Main

Tel.: (069) 942098-0 Fax: (069) 942098-40

<http://www.grahl-ffm.com>

vertrieb@grahl-ffm.com

Gerente: Jürgen Grahl

Halbig GmbH

Musik-Groß-Sortiment

Dieselstr. 26, 85084 Reichertshofen

Tel.: (08453) 698 Fax: (08453) 30300

<http://www.mgs.de>

info@mgs.de

Gerente: Alfred Loib

Musia International
Musikalien-Handelsgesellschaft Ehrlich
Kennedyallee 101, 60596 Frankfurt/Main
Postfach 700851, 60558 Frankfurt/Main
Tel.: (069) 6300990 Fax: (069) 634664
<http://www.musia.de>
info@musia.de
Gerente: Karl Rarichs

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

- El **mercado alemán** es un mercado **abierto y maduro**, pero plenamente **abastecido** y parcialmente **saturado**, de ahí que resulte difícil introducirse en él.
- El mercado alemán es un **mercado de compradores**, donde la demanda, no la oferta, dicta las reglas del juego: el comercio alemán, perfectamente estructurado y cada vez más concentrado en grandes operadores, es consciente de que Alemania resulta objetivo prioritario de todas las empresas del mundo que se plantean en serio la actividad exportadora, y hace uso continuamente de esa posición ventajosa ante las negociaciones.
- El mercado alemán **exige planteamientos comerciales a medio y largo plazo**: la cultura empresarial alemana es contraria al beneficio rápido y al riesgo, enemiga del “pelotazo”, y exige relaciones estables y duraderas con el suministrador, a quien se le pide que muestre, por su importancia, un compromiso con el mercado alemán. Para vender aquí hay que invertir.
- El **“made in Spain”** en el caso de los instrumentos musicales tiene un **escaso reconocimiento** entre los consumidores alemanes, salvo en el caso de la guitarra española y las castañuelas, y si bien no existen argumentos en contra del producto español, hay un enorme grado de desconocimiento.
- Al faltar una imagen de cobertura como “imagen-país” (Italia =diseño, Francia =lujo; Japón =competencia técnica), la **comercialización** de un producto requiere un **esfuerzo adicional** de comunicación, de venta; no hay rasgos sobreentendidos y el producto debe darse a conocer. La tarea comercial exige vencer el desconocimiento., aportando calidad y argumentos.
- Cuanto **mayor** sea la **sofisticación del producto**, **mayores** son las **resistencias** a comprar un producto, al menos en igualdad de precio con otros similares de países respecto de los cuales Alemania tiene mejor percepción.
- Lo anteriormente citado condiciona la **política de precios**. Es erróneo pretender acceder al mercado alemán por precio, con la esperanza de subirlo cuando ya se esté introducido: la experiencia demuestra que el posicionamiento inicial de un producto en un segmento concreto del mercado alemán suele ser definitivo, pues el operador comercial no aceptará otra relación calidad-valor-precio que la que conoce.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

- Es fundamental elegir el **canal de distribución** adecuado de acuerdo con las características de cada empresa. La diferente dimensión empresarial es un factor que condiciona seriamente dicha elección. La empresa española suele formar parte de un tejido industrial atomizado, en ocasiones con estructuras artesanales, y se encuentra con un comercio en Alemania que está cada vez más concentrado.
- Hay que tomar en consideración la **trascendencia de las Ferias**. Alemania es un centro ferial por excelencia. Conviene, en fase de información, visitar los certámenes sectoriales y decidir cual es el más adecuado para cada empresa. Una vez introducida la empresa en el mercado alemán, es casi imprescindible asistir como expositor.

En las ferias internacionales alemanas es muy importante el negocio con terceros países, aunque no se haya entrado en el mercado alemán.

- Importancia del **servicio al cliente**: en un mercado con exceso de oferta, donde todo el mundo quiere vender, uno de los factores clave en las políticas de marketing es el servicio. Las empresas no sólo se diferencian por su la calidad o el precio del producto, sino por su servicio al cliente.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

1.1.1 Antes de acudir al mercado alemán

1. Solicite **listados de potenciales clientes** a la Oficina Comercial. Para ello, describa sus productos (si es posible, adjunte catálogos u otro material ilustrativo) y, en la medida de lo posible, aporte información sobre su nivel de precios, sus volúmenes de fabricación y ventas, y su experiencia en exportación. Con esto garantizará que la Oficina Comercial le remita los listados de contactos que más se ajustan a su perfil. Realice su petición con unos tres meses de antelación.
2. Realice **un mailing previo de contactos** para solicitar entrevista con ocasión de su visita a Alemania. El mailing debería realizarse con uno o dos meses de antelación, puesto que este plazo permite que las empresas alemanas tengan tiempo de planificar la visita y estudiar su oferta.
3. Haga **un seguimiento del mailing**, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles mayor información sobre su empresa, productos o precios según consideren oportuno, o según las peticiones de información que les haya hecho la empresa. Esta labor debe realizarse el mes antes de la visita, puesto que las empresas alemanas cierran sus agendas de contactos con bastante antelación.
4. Solicite a la Oficina Comercial **información general sobre el mercado**: Familiarícese con la situación económica general y las particularidades nacionales

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

(horario de apertura de los comercios, grado de descentralización política, sistemas de pago habituales).

5. Solicite **información sobre el sector de interés**: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.
6. Asegúrese de que su **material de presentación** está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en alemán y los listados de precios en destino y en marcos.
7. **Planifique su tiempo en el mercado** adecuadamente para poder visitar todas las empresas seleccionadas: Primero los potenciales clientes con los que se ha conseguido entrevista a través del mailing previo, después una visita rápida a los puntos de venta para ver como se comercializa el producto.
8. Organice con suficiente antelación su **estancia** en el país, así como todos los **aspectos logísticos**: billete y reserva de avión (o transporte alternativo), reserva en el hotel (solicite a la Oficina Comercial un listado de hoteles en la ciudad de interés, indicando un precio aproximado por habitación), asegúrese un acompañante que hable alemán (personal de la empresa, o solicite un listado de azafatas-intérpretes en la Oficina Comercial y contácteles con previa antelación), transporte del producto y material que piensa exponer en la feria.

1.1.1 Durante la visita

1. **Consejos generales para las entrevistas**: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.
2. **Observación del material promocional**: El primer paso para intentar introducirse en el mercado, es adaptar su material promocional a las costumbres comerciales del país. Si todavía no dispone de catálogos, listas de precios y tarjetas de visita en alemán, tome ejemplos de los que se presentan en las ferias que visite. No suele ser suficiente la simple traducción, otros aspectos también son de vital importancia (tamaños de catálogos y tarjetas de visita, precios F.O.B./C.I.F., especificaciones normativas y de certificación, texto descriptivo acompañando las fotografías).
3. **Observación del producto y los precios de la competencia**: Observe sobretodo las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc... Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales según si el producto es realmente competitivo.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

4. Aproveche el viaje para **visitar personalmente los diferentes canales de distribución**: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.
5. Si le queda tiempo y lo ha solicitado con antelación, puede realizar una **visita a la Oficina Comercial** competente y entrevistarse con el responsable sectorial especializado en su producto. Puede plantear las dudas que le hayan surgido en la feria así como contrastar sus impresiones sobre el mercado.

1.1.1 Después de la visita al mercado

1. **Cuide los contactos** que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.
2. **Organice y analice la información conseguida** para que pueda servir en las actuaciones siguientes: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, dossiers de prensa, folletos de las asociaciones, catálogos, listas de precios de la competencia..
3. Solicite **información complementaria a la Oficina Comercial**, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.
4. **Desarrolle su estrategia en el mercado**: Introduciendo la visita a la siguiente convocatoria, si esto se considera de interés y , pasadas algunas semanas, solicite el informe de feria. **Proceda a las adaptaciones** correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

2.3. Condiciones de acceso y suministro

Sea cual sea el canal de distribución elegido por la empresa española, de acuerdo con su política comercial, es conveniente adaptar las prácticas comerciales a unas pautas que podríamos considerar necesarias para el éxito de los negocios en el mercado alemán. Las podríamos exponer brevemente así:

- ⌘ Antes de comenzar los negocios, prestar la máxima importancia a la **documentación comercial preparatoria**:
 - a) cuidada redacción, en idioma alemán, de la **correspondencia** de toma de contacto y respuesta rápida y precisa a cualquier solicitud de información por parte del potencial cliente;
 - b) disponer de un **catálogo** adaptado a este mercado, editado con medidas normalizadas -p.e. DIN A4-, en lengua alemana, con adecuada descripción del producto (medidas, composición, posibles variantes de suministro, homologaciones o indicaciones técnicas, etc). Tiene más importancia el contenido informativo que su aspecto estético, aunque éste no se debe descuidar;

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

- c) preparar una **lista de precios**, en euros, bajo condición de entrega “frei Haus”, (esto es, puesta la mercancía en casa del cliente), y que tenga un periodo mínimo de vigencia de un año natural.
- ⌘ Durante la relación comercial es preciso aportar las **máximas garantías** de seriedad y continuidad como suministrador, lo que exige:
 - a) **comunicación** fluida y rápida con el cliente, asegurada con personal formado en comercio exterior y con idiomas, como mínimo el inglés, y preferiblemente, el alemán. La correspondencia suele ser por fax, no por correo, pero en todo caso escrita.
 - b) **trámite ágil y ordenado del intercambio comercial** (confirmación del pedido, indicación del plazo de entrega, notificación de expediciones, facturación clara y puntual,...) y respuesta rápida a las reclamaciones;
 - c) **cumplimiento** escrupuloso de los **plazos y condiciones de entrega**, con atención especial a los aspectos logísticos de puntualidad, marcado y embalaje;
 - d) y **mantenimiento de una calidad estándar**; en un mercado donde todo el mundo desea vender, no se toleran altibajos de calidad de un mismo producto.

2.4. Promoción y publicidad

Los instrumentos más frecuentes de promoción en Alemania son las ferias sectoriales y la publicidad en los diferentes medios de comunicación. Aunque la publicidad en medios audiovisuales y prensa de consumidor es importante para el sector, no se pueden olvidar las revistas especializadas, cuyo listado detallamos al final de este apartado.

1.1.1 Ferias del sector

Alemania es un centro ferial por excelencia; las ferias tienen una importante trascendencia, ya que son una excelente plataforma de imagen, contactos e información en Alemania. Conviene, en fase de información, visitar los certámenes sectoriales y decidir cual es el más adecuado para cada empresa.

Una vez introducida la empresa en el mercado alemán, es casi imprescindible asistir como expositor. En las ferias internacionales alemanas es muy importante el negocio con terceros países, aunque no se haya entrado en el mercado alemán, esto es así también en el caso de los instrumentos musicales.

A continuación detallamos la información relevante de la Musikmesse, la feria más importante del sector de la música a nivel mundial que tiene lugar en Fráncfort anualmente.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Próxima edición	Datos de interés	Sectores
06.04.2005 - 09.04.2005	Musikmesse & Prolight + Sound – Feria internacional de instrumentos musicales y partituras, software musical, técnicas de luz, sonido y organización de eventos musicales Lugar: Messegelände Frecuencia: Anual Messe Frankfurt GmbH Ludwig-Erhard-Anlage 1 60327 Frankfurt/Main Tel: ++49-69-7575-0 Fax: ++49-69-7575-6433 http://www.messefrankfurt.com e-mail: info@messefrankfurt.com	Instrumentos musicales, partituras de música, electrónica musical, software y hardware, productos discográficos, técnicas de luz, sonido, escenarios y eventos musicales

1.1.1 Revistas especializadas

A continuación presentamos un listado de las principales revistas del sector de instrumentos musicales, dirigidas a profesionales del sector (fabricantes, artesanos, comerciantes, etc.) o a aficionados.

**das musikinstrument
Business Magazin für Handel,
Hersteller und Vertrieb**
PPVMedien GmbH
Dachauer Str. 37b, 85230 Bergkirchen
Postfach 57, 85230 Bergkirchen
Tel.: +49 (8131) 5655-0
Fax: +49 (8131) 5655-10
<http://www.das-musikinstrument.de>
udo.weyers@das-musikinstrument.de
red@das-musikinstrument.de

Periodicidad: Mensual

Revista profesional número uno en Alemania sobre el sector musical para fabricantes, comerciantes y distribuidores.

**Instrumentenbau Report
Aktuelle Informationen für
Musikfreunde und Instrumentenbauer**
Wilhelm Erlewein
Lärchenstr. 23, 85604 Zorneding
Tel.: +49 (8106) 22476
<http://wilhelm.erlewein.bei.t-online.de>
<http://www.musikinstrumente-selbst-bauen.de/homepage.htm>
wilhelm.erlewein@t-online.de

Periodicidad: Bianaual

Informaciones útiles para amantes de los instrumentos de música así como para fabricantes de instrumentos musicales sobre la construcción de instrumentos de música.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Instrumentenbau-Zeitschrift

Verlag Franz Schmitt
Kaiserstr. 99-110, 53721 Siegburg
Tel.: +49 (2241) 62925
Fax: +49 (2241) 53891
<http://www.verlagfranzschmitt.de>
VerlagSchmitt@aol.com

Periodicidad: Bimensual

Revista especializada dirigida a fabricantes y comerciantes de instrumentos musicales, incluye así mismo investigaciones en el ámbito de los instrumentos musicales.

Das Künstler-Magazin Aktuelles aus der Musik- und Showbranche

gedu Werbe- und Verlags GmbH
Hanfäckerweg 29, 71069 Sindelfingen
Tel.: +49 (7031) 7388-0
Fax: +49 (7031) 381056
<http://www.gedu.com>
info@gedu.com
georg.dull@gedu.com

Periodicidad: Bimensual

Novedades y noticias sobre eventos y conciertos del ámbito musical.

Musikhandel

Das Wirtschaftsmagazin für den Musikmarkt

Musikhandel-Verlagsgesellschaft mbH
Friedrich-Wilhelm-Str. 31, 53113 Bonn
Tel.: +49 (228) 53970-0
Fax: +49 (228) 53970-70
<http://www.musikhandel-online.de>
info@musikverbaende.de

Periodicidad: ocho al año

Revista profesional sobre economía y mercado musical, incluye un interesante directorio de comerciantes del sector de la música.

neue musikzeitung (NMZ)

ConBrio Verlagsgesellschaft mbH
Brunnstr. 23, 93053 Regensburg
Postfach 100245, 93002 Regensburg
Tel.: +49 (941) 94593-0
Fax: +49 (941) 94593-50
<http://www.nmz.de>
info@nmz.de
nmz@nmz.de

Periodicidad : mensual

Revista especializada en diferentes facetas de la música: ópera y conciertos, jazz, rock y pop, novedades, noticias, cultura y música, situación del mercado musical, etc.

Phonographische Wirtschaft Jahrbuch

Musikmarkt GmbH & Co. KG
Fürstenrieder Str. 265, 81377 München
Tel.: +49 (89) 74126-400
<http://www.musikmarkt.de>
info@musikmarkt.de

Periodicidad: mensual

Esta revista es la número uno en la escena musical: se dirige a comerciantes de soportes musicales, de las secciones multimedia de grandes almacenes, televisión y radio, músicos y personas interesadas en la música.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Quirini's Mediendienst

Kaiser-Friedrich-Allee 1-3, 52074 Aachen

Postfach 420248, 52036 Aachen

Tel.: +49 (241) 9209277

Fax: +49 (241) 9209278

<http://www.quirini.de>

quirini@t-online.de

Abundante información on line acerca de diferentes facetas del mundo musical : compositores independientes, mercado de soportes musicales, mercado de la música, estudios de grabación, etc.

2.5. Tendencias de la distribución

La crisis que sufre el comercio minorista alemán no está superada todavía, al año 2003 fue el tercer año consecutivo en el que el tan esperado impulso no se ha producido aún. El estancamiento se ha convertido en un fenómeno permanente.

La evolución seguida en la primera mitad de 2003 auguraba esperanzas de que el comercio minorista alcanzara al menos el mismo nivel de facturación que el año anterior, no obstante al acabar el año las perspectivas no se vieron realizadas.

Esta situación de crisis en el comercio minorista alemán se deja ver también en el segmento especializado en música y los instrumentos musicales. Según la encuesta de Asociación de comerciantes de música (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte, GDM), el 70% de las empresas experimentaron disminuciones en la facturación en 2003. La contracción del consumo ha afectado al comercio especializado en música más que a otros segmentos del comercio minorista.

Por supuesto, al margen de la crisis generalizada debida a la caída del consumo y al mayor ahorro de los ciudadanos antes las perspectivas de inseguridad ante el futuro, existen diferentes tendencias según el negocio del que se trate; determinados segmentos pueden incrementar su facturación al margen de la tendencia de crisis general, lo que a menudo se debe a características regionales o a las actividades que lleva a cabo cada negocio.

Los instrumentos de percusión, los pianos y pianos de cola, así como la electrónica musical ocupan las posiciones más optimistas en el barómetro de facturación de la Asociación de comerciantes de música, ya que la mayoría asegura haber incrementado su facturación en 2003. Por el contrario los comerciantes de instrumentos de cuerda, seguidos de los de instrumentos de punteo han sido los que mayores descensos en la facturación han experimentado, tal y como podemos apreciar en la tabla en la página siguiente.

Por otra parte, junto a los problemas coyunturales que afectan al comercio minorista existen otros que empeoran la situación para el comercio especializado en música, como la última modificación del Reglamento contra la competencia desleal (UWG, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), tras la cual han surgido duras guerras de descuentos que sólo generan pérdidas para el comercio. Con estas políticas de precios y descuentos se está destruyendo la confianza en el comercio minorista y en la calidad y valor del producto.

Otro motivo de esta caída de los precios son los mercados electrónicos, aunque su cuota de mercado todavía es pequeña. Se aprecia una tendencia cada vez mayor de consumidores que acuden al punto de venta para informarse y dejarse asesorar sobre los diferentes productos, modelos y marcas, para adquirir finalmente el producto a través de internet al precio más barato.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Grupos de productos	% de los entrevistados calificaron su facturación como...	
	Mayor	Menor
Instrumentos de percusión	71,4	28,6
Pianos e instrumentos de teclado tradicionales	60,0	40,0
Electrónica musical (Audio, grabaciones, guitarras eléctricas, equipamiento DJ, etc)	55,6	44,4
Pianos digitales	61,5	38,5
Piezas de música	40,0	60,0
Instrumentos de viento (de madera o metal)	46,2	53,8
Keyboards/ Teclados	38,5	61,5
Instrumentos de punteo	33,3	66,7
Instrumentos de cuerda	12,5	87,5
Soportes musicales	12,5	87,5

Fuente: Asociación de comerciantes de música (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte)

Las posibilidades para salir de la crisis que afecta al comercio minorista pasan por la especialización y desarrollo de competencias clave, la búsqueda y fidelización de los clientes, el aprovechamiento de sinergias, el ahorro de costes, el mejor servicio para el cliente y la cooperación. En el caso del comercio especializado de música e instrumentos musicales se aprecia en los últimos años una clara tendencia a la concentración de marcas de distribuidor o marcas de la casa, que garantizan por una parte unos márgenes holgados y por otra parte no compiten directamente con la oferta de otros puntos de venta.

Al comercio minorista alemán y al de música e instrumentos musicales le espera todavía una etapa de incertidumbre, pero queda la esperanza de una pronta reactivación de la coyuntura económica y del consumo, así como del valor de la música y la creación de música para los alemanes.

IV . ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO.

Algunas de las **tendencias generales** actuales del consumo alemán que afectan especialmente al consumo de artículos deportivos son las siguientes:

- gran **preocupación** por la temática **medioambiental**, que es, junto con el desempleo, las pensiones y la seguridad alimentaria, el problema más importante ;
- la **población envejece**, y el consumidor de la tercera edad se hace cada vez más presente para el fabricante y la publicidad (cada vez hay más anuncios dirigidos a este grupo objetivo de importancia creciente). Este grupo de edad, cada vez mayor y con una mayor capacidad adquisitiva en las sociedades desarrolladas, demanda una mayor oferta de tiempo libre;
- por causas laborales (incremento de contratos de media jornada, jubilaciones anticipadas, teletrabajo, excedencias de maternidad, etc) **augmenta el tiempo libre** disponible del ciudadano y por causas económicas el nivel de consumo es alto; el ciudadano medio alemán dedica una alta parte de la renta al ocio y al tiempo libre (hobbies) ;
- por causas culturales se da un aumento del número de **consumidores** más preparados (estudios) y más **informados**, y en consecuencia, más exigentes;
- el consumidor alemán está **preocupado por la salud**: sabe que la normativa del protección del consumidor es de las más exigentes y pregunta al vendedor sobre la inexistencia de componentes perjudiciales para la salud en el producto que compra.
- Por causas culturales e históricas, Alemania es un **país de gran tradición musical**: Alemania posee una **herencia musical clásica** incomparable: Johann Sebastian Bach, Ludwig van Beethoven, Robert Schumann, Felix Mendelssohn Bartholdy, Johannes Brahms o Richard Wagner son sólo algunos de los grandes compositores alemanes. Con más de 100 salas dedicadas a la música clásica un número similar de grandes orquestas sinfónicas, Alemania ocupa un destacado lugar a nivel internacional. Además, el panorama de la música moderna con sus incontables clubes de jazz, teatros musicales y conciertos de pop-rock, contribuye a mantener una cultura musical animada y muy variada. Los ciudadanos tienen

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

gran **interés por la música** y existe una amplia oferta de estudios musicales de gran calidad, tanto escuelas de música como estudios superiores.

En cuanto a los factores sociodemográficos, económicos, a la distribución de la renta disponible, así como a las tendencias sociopolíticas, culturales y legislativas sugerimos consultar el Informe País de Alemania que se elabora anualmente y permite contar con datos actualizados y detallados sobre estas materias. Igualmente, se puede consultar de forma más resumida la ficha-país de Alemania elaborada por el ICEX.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

Alemania es un país de gran tradición y cultura musical, tanto por la gran cantidad de compositores de música clásica nacidos en el país, como por la calidad y nivel de los estudios musicales en los conservatorios y escuelas de música alemanes.

La tabla siguiente muestra el número de estudiantes de música en Alemania en 2003, según estadísticas del Anuario de las Escuelas de Música en Alemania.

	Estudiantes	%
Violín	46.485	7,77
Viola	2.054	0,34
Violoncello	12.330	2,06
Contrabajo	1.413	0,24
Viola de gamba	270	0,05
Otros instrumentos de cuerda	433	0,07
Flauta dulce	78.242	13,07
Flauta travesera	37.183	6,21
Oboe	2.966	0,50
Fagot	1.509	0,25
Clarinete	24.231	4,05
Saxofón	19.007	3,18
Otros instrumentos de viento de madera	366	0,06
Cuerno	3.571	0,60
Trompeta	21.638	3,62
Trombón de barras	4.927	0,82
Cuerno tenor	2.059	0,34
Tuba barítono	480	0,08
Tuba bajo	584	0,10
Otros instrumentos de viento de metal	562	0,09
Piano	126.151	21,08
Cémbalo	165	0,03
Órgano	445	0,07
Órgano electrónico	755	0,13
Teclado	38.965	6,51
Otros instrumentos eléctricos de teclado	946	0,16

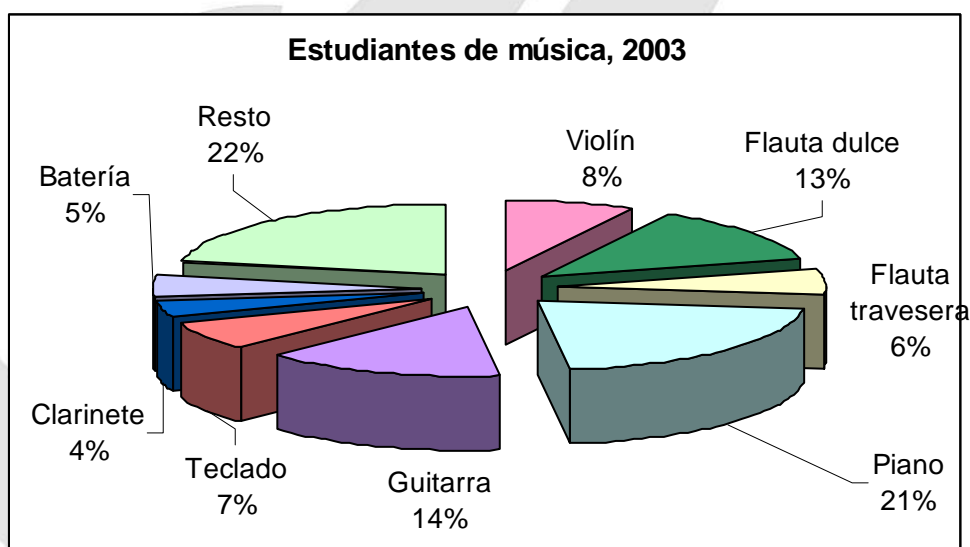
EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Acordeón	14.000	2,34
Guitarra	86.308	14,42
Mandolina	605	0,10
Arpa	1.609	0,27
Cítara	391	0,07
Marimba	1.128	0,19
Guitarra eléctrica	9.036	1,51
Bajo eléctrico	2.519	0,42
Otros instrumentos de punteo	187	0,03
Batería	29.537	4,94
Otros instrumentos de percusión	1.716	0,29
Canto	16.363	2,73
Otras asignaturas relacionadas con el canto	7.347	1,23
Total	598.483	100

Fuente: Anuario estadístico de escuelas de música en Alemania, 2003

El gráfico siguiente muestra como el instrumento más estudiado en Alemania es el piano, el cual es elegido por el 21% de los estudiantes de música en escuelas de música; en 2003 126.151 alumnos de música estudiaban piano. Le sigue la guitarra, que en 2003 era practicada por el 14% de los alumnos (86.308), y la flauta dulce, por la cual se decidieron en 2003 el 13% de los alumnos (78.242).

A más distancia se encuentran el violín y el teclado, que son el objeto de estudio de un 8% y un 7% respectivamente.



Fuente: Anuario estadístico de escuelas de música en Alemania, 2003

Por otra parte en los últimos años se están popularizando mucho las clases de danza flamenca entre la población (especialmente entre el segmento joven), lo cual favorece el conocimiento de la música española y los instrumentos típicos, favoreciendo por ejemplo la demanda de guitarras y castañuelas.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

2.2. Hábitos de compra

No existe una única pauta de comportamiento de compra, ya que en este sector los productos y su valor/ coste para el comprador son muy heterogéneos.

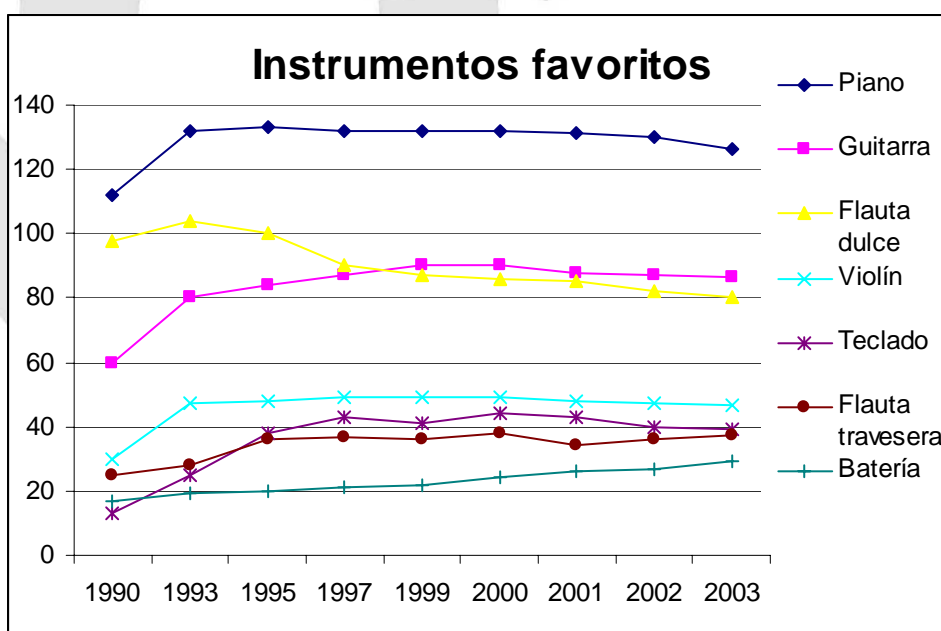
En general, la compra de instrumentos musicales es un proceso de compra complejo; el comprador valora el asesoramiento profesional a la hora de realizar sus compras (tanto si se trata de un instrumento para principiantes como si se trata de un instrumento profesional es importante adquirir el adecuado), y asimismo juegan un papel importantísimo las experiencias y consejos de amistades/ compañeros, así como, muy especialmente, de los profesores de música.

Esta complejidad del proceso de compra aumenta en tanto en cuanto el desembolso monetario de la compra aumenta, en el caso de algunas compras se trata de grandes inversiones para la adquisición de un instrumento para toda la vida (sobre todo en el caso de los músicos profesionales o en el caso de instrumentos como pianos, arpas, violines, etc); el asesoramiento profesional es básico, el comprador se informará y comparará exhaustivamente antes de tomar una decisión, y será menos sensible a rebajas o promociones de ventas.

Es importantísimo tener en cuenta también el papel prescriptor del profesor de música, que aconseja al alumno sobre un determinado producto o marca, o incluso por un determinado comercio. En la medida en que los profesores de música o músicos profesionales conozcan y aprecien los productos españoles, las oportunidades de negocio de los fabricantes españoles de instrumentos musicales en Alemania se incrementarán.

Por otra parte, destaca la orientación al precio de los consumidores alemanes, muy en relación al freno al consumo existente en los últimos años debido a la situación de crisis.

2.3. Preferencias



Fuente: Anuario estadístico de escuelas de música en Alemania, 2003

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Como lleva siendo habitual desde hace muchos años el piano se encuentra en la primera posición, por delante de la flauta dulce y de la guitarra, y a gran distancia del violín.

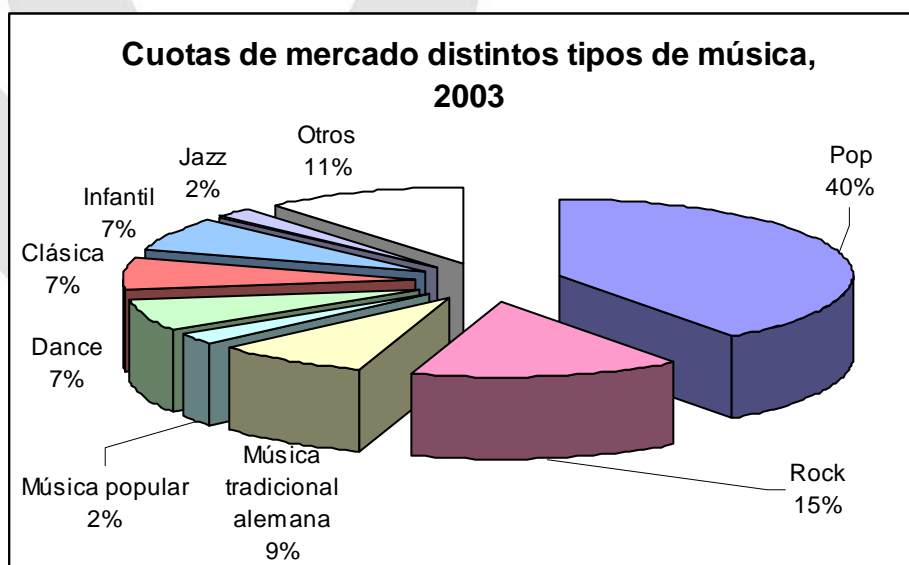
La flauta dulce ha ido perdiendo su papel de instrumento musical infantil o instrumento transitorio, el porcentaje de estudiantes de flauta se redujo desde el 20% en 1990 al 13% en 2003, pero se mantuvo el porcentaje de los estudiantes que aprenden a tocar dicho instrumento en clases particulares. Fue superada por la guitarra, que en 2003 fue el instrumento elegido por el 14% de los estudiantes de música, de los cuales el 50% eligen también como método de aprendizaje las clases particulares de modo intensivo.

Por otra parte, se observa una tendencia muy creciente en el estudio de instrumentos como la batería o el saxofón, cada vez se demandan más clases de estos instrumentos en escuelas de música.

Por el contrario la situación de instrumentos de orquesta tales como la viola, el contrabajo, el oboe, el fagot o el cuerno es problemática, hasta el punto de que en muchos grupos orquestales hay déficit de estos instrumentos. Desde las asociaciones musicales se demanda que se promueva el aprendizaje de este tipo de instrumentos a través de orientación a los estudiantes y mejor información para darlos a conocer. Destaca la iniciativa “Pro Contrabajo”.

En cuanto a la distribución del estudio de instrumentos por Estados Federales, destaca el gran porcentaje de estudiantes de piano en Hamburgo (27,8% del total de estudiantes), el bajo porcentaje de estudiantes de flauta dulce en los estados federales de Brandemburgo (6,9%), Mecklemburgo- Pomerania (7,8%), Sajonia (9,7%) y Sajonia- Anhalt (8,7%) y Turingia (9,2%), y por el contrario el alto porcentaje de estudiantes de teclado en Sajonia-Anhalt (13,2%) y en Brandemburgo (11,9%) .

En cuanto a los gustos musicales de la población alemana, destaca la afición por la música pop (40% de las ventas de soportes musicales), seguida de la música rock (15%) y la música tradicional alemana (9%); esto nos puede ayudar a hacernos una idea de los instrumentos que pueden estar más de moda de acuerdo a la música que escucha la población.



Fuente: German Sounds

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La percepción en Alemania en lo que a instrumentos musicales españoles se refiere se centra fundamentalmente en el flamenco. A través de la moda latina de los últimos años y la popularidad del español y España como destino vacacional, el folklore y la música española son cada vez más conocidos y encuentran cada vez más adeptos en Alemania.

La guitarra clásica española goza sin ninguna duda de un gran prestigio a nivel internacional, siendo el “Made in Spain” sinónimo de prestigio, tradición y calidad. Es conocida sobre todo entre los músicos profesionales y amantes de la guitarra flamenca y clásica, y es dentro de este círculo donde cuenta con el mayor prestigio y compradores.

Por otra parte, las clases de iniciación a la guitarra se llevan a cabo fundamentalmente con guitarras clásicas, por lo que en la medida en que se fomente el uso de la guitarra clásica por parte de los profesores, la venta y popularidad de la misma aumentará.

En relación con el aprendizaje de la guitarra, un factor positivo para el producto español en el mercado alemán es la trayectoria creciente del número de estudiantes que toman clases de guitarra: habiendo superado a la flauta dulce, es el segundo instrumento que más adeptos tiene en las escuelas de música (14% de los estudiantes de música), por detrás del clásico piano que mantiene con diferencia su primera posición, y se enseña, en el 50% de los casos, a través de clases particulares.

Las mejores oportunidades para el producto español se encuentran en el segmento de precio medio/ medio-alto, ya que las guitarras españolas pertenecen al segmento de precio y calidad superior. Si lo que se busca es ante todo un precio barato, lo más probable es que el comprador se decante por los productos de origen asiático (China, Corea, Japón, etc), cuya calidad está muy alejada de la española.

Junto a la promoción del origen “made in Spain”, es importante que el producto español mantenga altos los estándares de calidad, ya que sólo así se podrá conseguir la diferenciación de nuestros productos y una verdadera ventaja competitiva en relación a los productos procedentes de los países asiáticos.

V • ANEXOS

1. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

En los dos apartados siguiente presentamos las principales direcciones de interés para el sector de instrumentos musicales; las asociaciones para profesionales del sector (fabricantes, comerciantes, artesanos, etc), así como las asociaciones alemanas y organizaciones estatales relacionadas con la música, la cultura musical y el sector de la música.

1.1. Asociaciones relacionadas con el sector musical y los instrumentos musicales

GDM - Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e.V.

Asociación de comerciantes especializados de música

Gerente: Dr. Heinz Stroh

Friedrich-Wilhelm-Strasse 31

53113 Bonn

Tel: +49 228 / 53970-0

Telefax: +49 228 / 53970-70

eMail: gdm@musikverbaende.de

Internet: www.gdm-online.com

Bundesverband der deutschen musikinstrumenten-hersteller e.v.

Asociación alemana de fabricantes de instrumentos musicales

Tennelbachstr. 25

D-65193 Wiesbaden

Tel.: +49-611-95 45 886

Fax: +49-611-95 45 885

E-mail: info@musikinstrumente.org

Internet: <http://www.musikinstrumente.org>

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Internet: <http://www.intelligent-mit-musik.de>

Internet: <http://www.musikpaedagogik.de>

Internet: <http://www.cafim.de/>

Deutscher Musikrat gemeinnützige Projektgesellschaft mbH

Consejo alemán de la música

Weberstr. 59

Tel: +49 228 2091-0

Telefax: +49 228 2091-200

E-Mail: info@musikrat.de

Internet: www.musikrat.de

Deutscher Musikrat gGmbH

Deutsches Musikinformationszentrum

Centro de información del Consejo alemán de la música

Weberstraße 59

D-53113 Bonn

Tel +49 228/2091-180

Fax +49 228/2091-280

E-Mail: info@miz.org

Internet. <http://www.miz.org/>

Bundesinnungsverband für das Musikinstrumenten-Handwerk (BIV)

Asociación de artesanos de instrumentos musicales

Kreishandwerkerschaft Düsseldorf

Klosterstr. 73-75, 40211 Düsseldorf

Tel.: +49 (211) 3670712

Fax: +49 (211) 3670713

<http://www.biv-musikinstrumente.de>

info@biv-musikinstrumente.de

Verband der Vertriebe von Musikinstrumenten und Musikelektronik in Deutschland e.V. (VVMD)

Asociación de distribuidores de instrumentos musicales y electrónica musical en Alemania

Friedrich-Wilhelm-Str. 31, Bonn

Tel.: +49 (228) 53970-0

Fax: +49 (228) 53970-70

<http://www.vvmd.de>

kontakt@vvmd.de

Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie e.V

Círculo cultural de la economía alemana en la Asociación Federal Alemana de Industria

Breite Str. 29, 10178 Berlin

Tel.: +49 (30) 2028-1406

Fax: +49 (30) 2028-2406

<http://www.kulturkreis.org>

kulturkreis@bdi-online.de

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Verband deutscher Musikschulen e. V.
Asociación alemana de Escuelas de Música
Plittersdorfer Str. 93
53173 Bonn
Tel: +49 228 95706-0
Telefax: +49 228 95706-33
E-Mail: vdm@musikschulen.de
Internet: www.musikschulen.de

Deutsche Stiftung Musikleben
Fundación alemana de la vida musical
Stubbenhuk 7
20459 Hamburg
Tel: +49 40-37035390
Telefax: +49 40-37035843
E-Mail: dsm@dsm-hamburg.de
Internet: www.deutsche-stiftung-musikleben.de

1.2. Instrumentos

Bund Deutscher Klavierbauer e.V.
Asociación alemana de fabricantes de pianos
Friedrich-Wilhelm-Str. 31, 53113 Bonn
Tel.: +49 (228) 53970-0
Fax: +49 (228) 53970-70
<http://www.bdk-piano.de>
bdk@musikverbaende.de

Bund Deutscher Orgelbaumeister e.V. (BDO)
Asociación alemana de fabricantes de órganos
Frankfurter Ring 243, 80807 München
Tel.: +49 (89) 324658-0
Fax: +49 (89) 324653-13
<http://www.b-d-o.de>
info@verband-orgel.de

Fachverband Deutsche Klavierindustrie e.V. (FDK)
Asociación alemana de la industria de pianos
Friedrich-Wilhelm-Str. 20, 53113 Bonn
Tel.: +49 (228) 539700
Fax: +49 (228) 5397070
<http://www.pianos.de>
fdk@musikverbaende.de

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

Fachverband Historische Tasteninstrumente e.V. (FHT)

Aspcoación de instrumentos históricos de teclado

Untermarkt 40, 82515 Wolfratshausen

Tel.: +49 (8171) 16119

Fax: +49 (8171) 16119

Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V. (VDKD)

Asociación alemana de dirección de conciertos

Brienner Str. 26, 80333 München

Tel.: +49 (89) 28628-379

Fax: +49 (89) 28628-210

<http://www.vdkd.de>

info@vdkd.de

Verband Deutscher Geigenbauer und Bogenmacher e.V. (VDG)

Asociación alemana de fabricantes de violines y arcos

Camsdorfer Ufer 5, 07749 Jena

Tel.: +49 (3641) 447804

<http://www.geigenbauerverband.de>

contact@geigenbauerverband.de

Verband Europäischer Geigen- und Bogenbaumeister

Asociación Europea de artesanos fabricantes de violines y arcos

Per S. Ovesen

Skt. Pauls Kirkeplads 11, 8000 Aarhus

Tel.: (0045) 86122927

Fax: (0045) 86122928

violinpo@post2.tele.dk

1.3. Listado de comercio especializado minorista

AACHEN Musikhaus Hogrebe http://www.musikhaus-hogrebe.de info@musikhaus-hogrebe.de	CUXHAVEN Musikhaus Kopp http://www.musikhaus-kopp.de musikhaus-kopp@t-online.de	GÜTERSLOH MusiKiste http://www.musikiste.de info@musikiste.de	LINZ Schallplatten-Studio schallplattenstudio@t-online.de LIPPSTADT Music-Z Jazznotenversand http://www.music-z.de info@music-z.net	RAVENSBURG Pianohaus Boger GmbH & Co. http://www.pianohaus-boger.de pianohaus.boger@t-online.de
AACHEN Musikhaus Jerusalem Burkhard Koslowski http://www.musik-jerusalem.de info@musik-jerusalem.de	DARMSTADT Musikhaus Arnold http://www.musikhaus-arnold.de info@musikhaus-arnold.de	HALBERSTADT Musikhaus Reschke Musikhaus-Reschke@gmx.de HAMBURG Amptown Electroacoustic GmbH http://www.amptown.com info@amptown.de	LOHNE Piano Hartz GmbH & Co. KG http://www.piano-hartz.de info@piano-hartz.de	RAVENSBURG Musikhaus Lange GmbH Instrumentenbau http://www.musikhaus-lange.de info@musikhaus-lange.de
AALEN Musika http://www.musika-abele.de info@musika-abele.de	DARMSTADT Musikhaus Crusius GmbH http://www.musik-crusius.de info@musik-crusius.de	HAMBURG Gitronik Instrumentenhande l und Restauration	LÖRRACH Da Capo Musikinstrumente Hans-Joachim Kolz http://www.dacapo-musik.com	RECKLINGHAUSEN IRIS Musik- und Theater-VERLAG GmbH http://www.iris-musikverlag.de
AHRENSBURG	DARMSTADT Darmstädter Musikzentrale			

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>Music Corner Medienhandelsgesellsc haft mbH http://musiccorner.de</p> <p>AHRENSBURG Pianohaus Zechlin GmbH http://www.zechlin.de info@zechlin.de</p> <p>AICHHSTETTEN Piano-Musikhaus Förg GmbH http://www.musikhaus-foerg.de piano-musikhaus.foerg@t-online.de</p> <p>AITERHOFEN Piano Werner GmbH http://www.music-station.de info@music-station.de</p> <p>ALBSTADT Musikhaus Klein (Filiale) Musik-Klein@t-online.de</p> <p>ALT METELN Piano-Haus Kunze http://www.piano-haus-kunze.de musik@piano-haus-kunze.de</p> <p>ANSBACH Piano Fricke GmbH http://www.musikhaus-fricke.de e-mail@musikhaus-fricke.de</p> <p>ARNSBERG Viscount Classic Deutschland viscount-classic@t-online.de</p> <p>ASCHAFFENBURG Musik- und Pianohaus Dreßler Otto Dreßler oHG http://www.musik-dressler.de info@musik-dressler.de</p> <p>ASCHAFFENBURG Musik Zöphel Vornehm@t-online.de</p> <p>AUGSBURG Musikhaus Bauderer http://www.bauderer.de mail@bauderer.de</p>	<p>darmstaedter-musikzentrale@t-online.de</p> <p>DARMSTADT Musik Luley (Filiale) MusikLuley@gmx.de</p> <p>DARMSTADT TONOS Musikverlags GmbH http://www.tonos-online.de mail@tonos-online.de</p> <p>DATTELN Bücherwurm Buchhandlung info@buecherwurm-datteln.de</p> <p>DAUN Musikhaus Müller http://www.musikhaus-mueller.de kontakt@musikhaus-mueller.de</p> <p>DESSAU Musik-Erber http://www.musik-erber.de info@musik-erber.de</p> <p>DETMOLD Haus der Musik Meyer-Johanning GmbH & Co. KG http://www.musikalienhandel.de info@musikalienhandel.de</p> <p>DETMOLD Pianohaus Harke GmbH pianos@t-online.de</p> <p>DORTMUND Musik Jellinghaus GmbH http://www.jellinghaus.de info@jellinghaus.de</p> <p>DORTMUND Jellinghaus musik- center (Filiale) http://www.jellinghaus.de info@jellinghaus.de</p> <p>DORTMUND Pianohaus H. van Bremen GmbH & Co. KG http://www.vanbremen.de piano@vanbremen.de</p> <p>DRESDEN Piano Gäbler http://www.piano-gaebler.de Piano-Gaebler@t-online.de</p>	<p>GmbH http://www.gitronik.de info@gitronik.de</p> <p>HAMBURG Gronitz Metallblasinstrume nte oHG http://www.gronitztube.de gronitztuba@t-online.de</p> <p>HAMBURG Hanse CD im Hanse Viertel GmbH hanse-cd@arcor.de</p> <p>HAMBURG Musik von Merkl http://www.musik-von-merkl.de info@musik-von-merkl.de</p> <p>HAMBURG Volker Neuschäfer Werbeberatung yneuschaefer@t-online.de</p> <p>HAMBURG Internationale Musikverlage Hans Sikorski http://www.sikorski.de contact@sikorski.de</p> <p>HAMBURG Steinway-Noten http://www.steinway-noten.de kontakt@steinway-noten.de</p> <p>HAMBURG Tollhaus GmbH http://www.tollhaus.de peter.wolf@tollhaus.de</p> <p>HAMBURG Joachim Trekel Haus der Musik http://www.trekel.de trekel@tecs.de</p> <p>HAMBURG Pianohaus Trübger F. R. Trübger e.K. http://www.pianohaus-truebger.de info@pianohaus-truebger.de</p> <p>HAMBURG Gustav Weiland Nachf. GmbH & Co. http://www.weiland.de</p>	<p>info@dacapo-musik.com</p> <p>LÜBECK musik-direkt http://www.noten-und-musik.de http://www.saiten-direkt.de http://www.musikinstrumente-discount.de http://www.musik-direkt.com info@musik-direkt.com</p> <p>LÜBECK Musikhaus Andresen GmbH http://www.musikhaus-andresen.de info@musikhaus-andresen.deLÜBECK Musikhaus Ernst Robert http://www.branchennet.de e/musikhaus-robort</p> <p>LUDWIGSBURG Musik-Meffert http://www.musik-meffert.de info@musik-meffert.de</p> <p>MAGDEBURG Musikhaus Paasch mhpaasch@t-online.de</p> <p>MAINZ Musik Alexander GmbH http://www.musik-alexander.de mail@musik-alexander.de</p> <p>MAINZ Bauer & Hieber GmbH Zentrale http://www.bauer-hieber.de info@bauer-hieber.de</p> <p>MAINZ MMZ-Mainzer Musikalien-Zentrum GmbH http://www.mmz.de info@mmz.de</p> <p>MAINZ Schott Musik International GmbH & Co. KG http://www.schott-music.com info@schott-musik.de info@schott-music.com</p>	<p>info@iris-musikverlag.de</p> <p>REGENSBURG Pianohaus Metz http://www.pianometz.com m@pianometz.com</p> <p>REGENSBURG sound aktuell Music-Center GmbH http://www.soundaktuell.de info@soundaktuell.de</p> <p>REHLINGEN-SIERSBURG Musikhaus Jakobs http://www.musikhausjakobs.de musikjakobs@t-online.de</p> <p>RELLINGEN Yamaha Music Central Europe GmbH http://www.yamaha.de info@yamaha.de</p> <p>REUTLINGEN Osiandersche Buchhandlung http://www.osiander.de reutlingen@osiander.de</p> <p>RIMBACH Musik Helmle http://www.musik-helmle.de info@musik-helmle.de</p> <p>ROSTOCK Musikkontor http://www.musikkontor.com info@musikkontor.com</p> <p>ROSTOCK PIANO - HAUS MÖLLER http://www.pianohaus-moeller.de pianohaus-moeller@t-online.de</p> <p>RUDOLSTADT Musikhaus Horst Brömel oHG broemel.musikhaus@t-online.de</p> <p>RÜSSELSHEIM Harald Schumann CD-Haus schumann.kies@planet-interkom.de</p>
---	--	---	---	---

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>mail@bauderer.de</p> <p>AUGSBURG Anton Böhm & Sohn GmbH & Co. KG http://www.boehm-und-sohn.de info@boehm-und-sohn.de</p> <p>AUGSBURG Pianohaus Hermes & Weger http://www.pianohaus-hermes-weger.de hermes.weger@t-online.de</p> <p>AUGSBURG Musik Müller Hellmut Kreppel e.K. musikmueller@gmx.net</p> <p>AUGSBURG Zauberland http://www.zauberland-augsburg.de post@zauberland.cd</p> <p>BAD AIBLING Musikhaus Eugen Schneider http://www.musik-schneider.de info@musik-schneider.de</p> <p>BAD BERLEBURG SONOR GmbH & Co. KG Musikinstrumentenfabrik http://www.sonor.de info@sonor.de</p> <p>BAD GANDERSHEIM Westharzer Musikhaus Wilhelm Watermann KG http://www.westharzer-musikhaus.de westharzer-musikhaus@t-online.de</p> <p>BAD HOMBURG Musikhaus Löffler http://www.musikhaus-loeffler.de info@musikhaus-loeffler.de</p> <p>BAD KISSINGEN Musik Boutique Klaus Bollwein Klaus.Rosi.Bollwein@t-online.de</p>	<p>Piano-Gaebler@t-online.de</p> <p>DÜLMEN Dülmener Musikhaus (Filiale) http://www.musik-averkamp.de info@musik-averkamp.de</p> <p>DURCHHAUSEN Musik-Großversand Jetelina Spezialversand für Akkordeon, Handharmonika, Steirische Harmonika, Mundharmonika und Keyboard http://www.jetelina.de jetelina@musik-grossversand-jetelina.de</p> <p>DÜSSELDORF Musikalien Fratz MusikalienFratz@aol.com</p> <p>DÜSSELDORF Musikhaus Jörgensen GmbH & Co. KG musikjoergensen@t-online.de</p> <p>DÜSSELDORF Hans Rehbock GmbH & Co. info@rehbock-pianos.de</p> <p>EBERBACH "STAR"- Notenschreibpapiere http://www.star-notenschreibpapiere.com info@star-notenschreibpapiere.com</p> <p>EDELSFELD Musikstudio Alwin Niklas http://www.musikstudio-niklas.de Musikstudio.AlwinNiklas@t-online.de</p> <p>EGGENSTEIN-LEOPOLDSHAFEN Pianohaus Erich Hötzel http://www.Piano-Hoetzel.de Hoetzel@Piano-Hoetzel.de</p> <p>EICHSTÄTT Musik-Gottstein petersmusik@aol.com</p> <p>EINBECK Merz-Music GmbH http://www.merz-music.de info@merz-music.de</p>	<p>service@HH.Weiland.de</p> <p>HAMMERSBACH Musikus Shop & Play http://www.musinet.de MUSIKUS Marner@t-online.de</p> <p>HANNOVER Klangfarben Musikinstrumente und Zubehör http://www.musiker-sparen.de infos@musiker-sparen.de</p> <p>HANNOVER Klavierhaus Meyer GmbH http://www.klavierhaus-meyer.de klavierhaus@klavierhaus-meyer.de</p> <p>HEIDELBERG Karl Hochstein Musikhaus GmbH http://www.musikhaus-hochstein.de Musikhaus.Hochstein@t-online.de</p> <p>HEIDELBERG Karl Hochstein Musikhaus GmbH (Filiale) Musikhaus.Hochstein@t-online.de</p> <p>HEIDELBERG Shopmusic http://www.shopmusic.de info@shopmusic.de</p> <p>HERRENBERG Musikalienhandlung Franz Deutsch fd-musik fd-musik@t-online.de</p> <p>HEUSENSTAMM Orgel Bauer Midiart bauermusic@t-online.de</p> <p>HILDEN Taiyo Musikinstrumente GmbH http://www.taiyo.de info@taiyo.de</p> <p>HOFHEIM Musik Service</p>	<p>MANNHEIM Musik- und Pianohaus Ehret GmbH http://www.musik-ehret.de info@musik-ehret.de</p> <p>MANNHEIM Pro Music GmbH http://www.pro-music-factory.de promusic@t-online.de</p> <p>MANNHEIM Klavierhaus Weng GmbH http://www.musik-weng.de info@musik-weng.de</p> <p>MARBURG Musikhaus am Biegen Etling & Hüther oHG http://www.musikhaus-am-biegen.de mabmr@telda.net</p> <p>MARTINSRIED notenversand kurt maas Berklee publications http://www.maas-noten.de info@maas-noten.de</p> <p>MEISSEN Klavierhaus Trobisch http://www.klavier-trobisch.de/ info@klavier-trobisch.de</p> <p>MEMMINGEN Piano-Musikhaus Förg GmbH (Filiale) http://www.musikhaus-foerg.de piano-musikhaus.foerg@t-online.de</p> <p>MILTENBERG MUSIC-CENTER H. Chmiel http://www.mc-mil.de mc.chmiel@t-online.de</p> <p>MINDEN Musikhaus Rührmund KG ruehrmund@aol.com</p> <p>MITTENWALD GEWA GmbH Musikinstrumenten-, Etui- und Taschenfabrik info@musik-gewa.de</p> <p>MÖLLN music corner (Filiale) Medienhandels-gesellschaft t mbH</p>	<p>interkom.de</p> <p>SAARBRÜCKEN Musikhaus Arthur Knopp GmbH http://www.musikhaus-knopp.de aknopp@musikhaus-knopp.de</p> <p>SALZKOTTEN Musikhaus Scharte info@musik-center-scharte.de</p> <p>SCHOPFHEIM Dreiklang DreiklangV@aol.com</p> <p>SCHUTTERWALD PianoArt - Gillmeister http://www.pianoart.de manuel.gillmeister@t-online.de</p> <p>SCHWÄBISCH GMÜND Musikhaus Herrmann GmbH musikhaus.herrmann@t-online.de</p> <p>SCHWEINFURT Musikhaus Kreuzinger http://www.musik-kreuzinger.de musik-kreuzinger@t-online.de</p> <p>SCHWELM Piano-Center HSP GmbH http://www.pianocenter-schwelm.de info@pianocenter-schwelm.de</p> <p>SEIFHENNERSDORF C. Bechstein Pianofabrik AG Zweigwerk Seifhennersdorf http://www.bechstein.de</p> <p>SINGEN Musikhaus Assfalg http://www.musikhaus-assfalg.de info@musikhaus-assfalg.de</p> <p>SINZIG klangWelt Frank Harz http://www.klangwelt-online.de info@klangwelt-online.de</p>
--	--	---	--	---

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>online.de</p> <p>BAD NEUENAUH Plattenkiste aktivmusikshop@amm.de</p> <p>BAD OLDESLOE Music Corner (Filiale) Medienhandelsgesellschaft mbH http://www.musiccorner.de</p> <p>BALINGEN Dieter Mauri Pianohaus info@klavier-klinik.de</p> <p>BAMBERG J. C. Neupert GmbH & Co. KG http://www.jc-neupert.de info@jc-neupert.de</p> <p>BAMBERG Musikhaus Kliemann musikliemann@web.de</p> <p>BARSINGHAUSEN Prokordeon Klaus Werner klaus.werner@telda.net</p> <p>BASSUM Klaus Giebel Musikinstrumente-Noten klaus.giebel@t-online.de</p> <p>BAYREUTH Steingraeber & Söhne KG http://www.steingraeber.de steingraeber@steingraeber.de</p> <p>BENSHEIM Musik-Treff Baumann GmbH Musik-Treff.Baumann@t-online.de</p> <p>BERLIN A.B. Musikhandel info@a-b-musikhandel.de</p> <p>BERLIN C. Bechstein Pianofortefabrik AG</p>	<p>info@merz-music.de</p> <p>EISENACH Musik-Piano-Haus (Filiale) J. Mollenhauer & Söhne GmbH http://www.musik-mollenhauer.de Erhard.Engel@musik-mollenhauer.de</p> <p>EITORF CD-Corner http://www.cd-corner.org tthewes@web.de</p> <p>ELLWANGEN Musikhaus Löffler erich_loeffler@gmx.de</p> <p>ERFURT Musik-Atelier Gabel GmbH http://www.musik-gabel.de info@musik-gabel.de</p> <p>ERKELENZ Musik-Center Erkelenz L & B GmbH http://www.musik-center-erkelenz.de musikcenter@erkelenz.net</p> <p>ERLANGEN Gerhard Dimbath http://www.dimbath.de Fa.Dimbath@t-online.de</p> <p>ERLANGEN Musik-Sandner musikhaus-sandner@freenet.de</p> <p>ESCHBACH De Haske (Deutschland) GmbH alink@dehaske.de</p> <p>ESCHENBURG C. Brosch Musik-Zubehör-Großhandel info@musikschule-froehlich.de</p> <p>ESSEN Piano Schmitz GmbH & Co. KG http://www.pianoschmitz.de info@pianoschmitz.de</p> <p>ESSEN Piano-Schmitz GmbH & Co. KG Musikelektronik (Filiale)</p>	<p>Manfred Bender Fachgroßhandel für internationale Chormusikalien mss@chorisma.de</p> <p>HOYERSWERDA Buch- und Musikhandlung der Altstadt Hoyerswerda GmbH info@buch-musik.de</p> <p>HUSUM Disco Express discoexpress@t-online.de</p> <p>IDAR-OBERSTEIN Musik-Mathias http://www.musik-netz.de/mathias Musik-Mathias@t-online.de</p> <p>INGOLSTADT Piano Grund piano-grund@t-online.de</p> <p>INGOLSTADT-ETTING Ettinger Musikhaus http://www.e-musikhaus.de e-musikhaus@t-online.de</p> <p>ISERNHAGEN Musik Wein GmbH wein@muzbiz.com</p> <p>KAISERSLAUTERN Musik-Müller http://www.musik-mueller.de mmueller@musik-mueller.de</p> <p>KAISERSLAUTERN Musik Schaller GmbH http://www.musik-schaller.de info@musik-schaller.de</p> <p>KAMEN Klavier & Flügel Galerie Maiwald http://www.piano-maiwald.de post@piano-maiwald.de</p> <p>KARLSRUHE</p>	<p>http://www.musiccorner.de</p> <p>MÖNCHENGLADBACH Musicalia Géronne GmbH musicalia@amm.de</p> <p>MÖNCHENGLADBACH Klavierbau Kalscheuer Piano Studio Reydt http://www.klavierbau-kalscheuer.de info@klavierbau-kalscheuer.de</p> <p>MÖRFELDEN-WALLDORF Joh. Siebenhüner joh.siebenhuener@t-online.de</p> <p>MÜLHEIM/RUHR Heinz Haubrich Musikverlag-Sortiment heinzhaubrich@aol.com</p> <p>MÜLHEIM/RUHR Klaviersund GmbH http://www.klaviersund.de info@klaviersund.de</p> <p>MÜNCHEN Bauer & Hieber GmbH http://www.bauer-hieber.de muenchen@bauer-hieber.de</p> <p>MÜNCHEN Musikverlag Doblinger KG peter.pany@doblinger.de</p> <p>MÜNCHEN PIANO FISCHER Musikhaus GmbH & Co. KG http://www.piano-fischer.de info@piano-fischer.de</p> <p>MÜNCHEN G. Henle Verlag http://www.henle.de info@henle.de</p> <p>MÜNCHEN Max Hieber GmbH http://www.hieberverlag.de info@hieberverlag.de</p> <p>MÜNCHEN Musikantiquariat / Musikverlag Bernd Katzbichler</p>	<p>online.de</p> <p>SINZIG TSI GmbH Wolfgang Düren http://www.tsi-gmbh.de info@tsi-gmbh.de</p> <p>SPABRÜCKEN CONTINUO Noten-Buch-Versand http://www.continuo.de info@continuo.de</p> <p>SPAICHINGEN Carl Sauter Pianofortemanufaktur GmbH & Co. KG http://www.sauter-pianos.de info@Sauter-Pianos.de</p> <p>STADE Musikhaus Magunia oHG http://www.magunia.de musikhaus@magunia.de</p> <p>STUTTGART cantus mundi AG http://www.cantus-mundi.de info@cantus-mundi.de</p> <p>STUTTGART Lausch & Zweigle LauschZweigle@t-online.de</p> <p>STUTTGART Stuttgarts Piano Centrum Matthaes GmbH http://www.matthaes-piano.de info@matthaes-piano.de</p> <p>STUTTGART PIANO FISCHER Musikhaus GmbH & Co. KG http://www.piano-fischer.de info@piano-fischer.de</p> <p>STUTTGART printed music Lang-Bernhard@t-online.de</p> <p>STUTTGART Eugen Reiner GmbH + Co. KG Klavierstuhlfabrik http://www.reiner-klavierstuhlfabrik.de info@reiner-klavierstuhlfabrik.de</p>
--	---	---	---	---

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>Centrum im Stilwerk http://www.bechstein.de berlin@bechstein.de</p> <p>BERLIN Boosey & Hawkes Bote & Bock GmbH & Co. http://www.boosey.com musikverlag@boosey.com</p> <p>BERLIN Bosworth Music GmbH Publishing http://www.bosworth.de bosworth@musicsales.co.uk</p> <p>BERLIN Dussmann GmbH Das KulturKaufhaus http://www.kulturkaufhaus.de kulturkaufhaus@dusmann.de notenshop@dussmann.de</p> <p>BERLIN Die Holzbläser Musikinstrumente und Zubehör GmbH http://www.holzblaeser.com postbox@holzblaeser.com</p> <p>BERLIN Pianohaus Klatt http://www.klatt-pianohaus.de w.klatt@snafu.de</p> <p>BERLIN Nota Doro Musikversand Köhncke GbR http://www.notadoro.de info@notadoro.de</p> <p>BERLIN Musik-Oehme http://www.oehme.com service@musikoehme.de</p> <p>BERLIN Musikalienhandlung Hans Riedel GmbH http://www.musik-riedel.de info@musik-riedel.de</p> <p>BERLIN Stach Tontechnik</p>	<p>http://www.pianoschmitz.de info@pianoschmitz.de</p> <p>ESSEN Zacharias Musik-Versand http://www.musik-zacharias.de kontakt@musik-zacharias.de</p> <p>ESSLINGEN/NECKAR Musikhaus Alber http://www.musikhaus-alber.de info@musikhaus-alber.de</p> <p>ETTING/INGOLSTADT Ettinger Musikhaus http://www.e-musikhaus.de e-musikhaus@t-online.de</p> <p>FLAMMERSFELD Musikstudio Scharenberg info@music-scharenberg.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Musikhaus Werner Cleve musik-cleve@gmx.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Magro-Music KG http://www.magro-music.de info@magro-music.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Noten Roehr http://www.noten-roehr.de info@noten-roehr.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN C. F. Peters Musikverlag http://www.edition-peters.de vertrieb@edition-peters.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Musikalien Petroll (Filiale) http://www.noten4you.de mail@noten4you.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Musik-Schmidt oHG http://www.musik-schmidt.de info@musik-schmidt.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Christa Stollenwerk Das Pianohaus am Zoo</p>	<p>Brandt Percussion percussion.brandt@t-online.de</p> <p>KARLSRUHE Wilhelm Halter GmbH Musikverlag http://www.halter.de office@halter.de</p> <p>KARLSRUHE Musiklädle Neureute http://www.schunder.de Notenversand@schunder.de</p> <p>KARLSRUHE Rock Shop GmbH http://www.Rockshop.de Rockshop@Rockshop.de</p> <p>KASSEL Musikhaus Eichler kontakt@musik-eichler.de</p> <p>KASSEL KGA Verlags-Service GmbH kga@Baerenreiter.com</p> <p>KASSEL Musiknotenversand Johanna Lindner http://www.musiknote-johanna.de JohannaLindner@t-online.de</p> <p>KASSEL Neuwerk GmbH http://www.musica24.de info@musica24.de</p> <p>KASSEL Salto-Musikversand salto.kassel@t-online.de</p> <p>KELKHEIM Musikhaus Hofbauer info@musikhofbauer.de</p> <p>KIEL Musikhaus Keller GmbH http://www.musikhaus-keller.de webmaster@musikhaus-keller.de</p>	<p>http://ourworld.compuserve.com/homepages/Katzbichler_Musikverlag Katzbichler Musikverlag @compuserve.com</p> <p>MÜNCHEN Musik Knobloch GmbH http://www.musik-knobloch.de Musik-Knobloch@t-online.de</p> <p>MÜNCHEN Blechbläsersortiment Ulrich Köbl koebl@t-online.de</p> <p>MÜNCHEN Pianohaus Karl Lang GmbH http://www.piano-lang.de piano-lang@steinway-muenchen.de</p> <p>MÜNCHEN Ernst Lindberg GmbH http://www.lindberg.de lindberg@t-online.de</p> <p>MÜNCHEN MIM GmbH Musikvertrieb Inge Maas http://www.mimnoten.info place.de mimnoten@infoplace.de</p> <p>MÜNCHEN Münchner Blech- und Holzblasinstrumente GmbH http://www.muenchner-blech.de info@muenchner-blech.de</p> <p>MÜNCHEN Notenpunkt http://www.notenpunkt.de notenpunkt@artinform.de</p> <p>MÜNNERSTADT Mürschter Musikhaus GmbH http://www.muemu.de buero@muerschtermusikhaus.de</p> <p>MÜNSTER LYRA Musik "LIVE!" (Filiale) http://www.lyra-musik.de info@lyra-musik.de</p> <p>MÜNSTER LYRA Musikhaus GmbH http://www.lyra-musik.de info@lyra-musik.de</p>	<p>klavierstuhlfabrik.de</p> <p>STUTTGART Schäfers Musikladen Cornetto-Verlag http://www.cornetto-music.de/ webmaster@cornetto-music.de</p> <p>SÜDLOHN LYRA Musikhaus GmbH Filiale "Südlöhn" http://www.lyra-musik.de info@lyra-musik.de</p> <p>SULINGEN Brassmeyer's Musikladen http://www.brassmeyer.de musik@brassmeyer.de</p> <p>TAUNUSSTEIN Breitkopf & Härtel (Filiale) -Auslieferung- http://www.breitkopf.de info@breitkopf.de</p> <p>TRIER Christian Reisser Trier http://www.musik-reisser.de kern@musik-reisser.de</p> <p>TRIER Musikhaus Hans Kessler http://www.hanskessler.com info@hanskessler.de</p> <p>TRIPPSTADT MONS RECORDS http://www.monsrecords.de monsmn@aol.com</p> <p>TROSSINGEN Klavierhaus Hermann klavierhaus-hermann@t-online.de</p> <p>TÜBINGEN Jimmys Musiklädle GmbH JIMMYS- MUSIKLADEN@t-online.de</p> <p>TÜBINGEN Joachim Kreul Holzblasinstrumente http://www.kreul.de</p>
--	--	---	---	--

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>http://www.musiklabor.de stach@musiklabor.de</p> <p>BERLIN Steinway-Haus Berlin (Filiale) http://www.steinway.de/berlin@steinway.de</p> <p>BIEDENKOPF Musikhaus "da capo" Musikschule und Musikalienhandlung Spezialhandel und Service für Querflöten Musikhaus.da.capo@t-online.de</p> <p>BIELEFELD B. Kemp Pianohaus GmbH http://www.pianohaus-kemp.de info@pianohaus-kemp.de</p> <p>BIELEFELD Musik Ligensa GmbH http://www.musik-ligensa.de info@ligensa.de</p> <p>BIELEFELD MARIMBA - Musikinstrumente http://www.marimba-musikinstrumente.de marimba-musikinstrumente@gmx.de</p> <p>BIELEFELD Musikhaus Niemeyer GmbH & Co. KG http://www.niemeyer-musik.de info@niemeyer-musik.de</p> <p>BONN Baum's Musikladen http://www.musikbaum.de info@musikbaum.de</p> <p>BONN Pianohaus Hartmann oHG pianohartmann@gmx.de</p> <p>BONN Musikhaus Tonger GmbH (Filiale) http://www.musik-tonger.de</p>	<p>http://www.pianostollenwerk.de pianostollenwerk@t-online.de</p> <p>FRANKFURT/MAIN Zweitausendeins Versand http://www.zweitausendeins.de service@zweitausendeins.de</p> <p>FREIBURG/BREISGAU Musik Bertram musik.bertram@t-online.de</p> <p>FREIBURG/BREISGAU Compact Disc Center GmbH Gehre + Sumser http://www.cdcfreiburg.de cdcgmbh@t-online.de</p> <p>FREIBURG/BREISGAU Musik-Gillhaus GmbH http://www.musik-gillhaus.de information@musik-gillhaus.de</p> <p>FREIBURG/BREISGAU musikzentrum haas GmbH http://www.musikzentrum-haas.de info@musikzentrum-haas.com</p> <p>FREIBURG/BREISGAU Pianohaus Lepthien Handels-GmbH http://www.lephtien.de info@lephtien.de</p> <p>FREIBURG/BREISGAU Rombach Klassik http://www.rombach-klassik.de info@rombach-klassik.de</p> <p>FREISING Musikhaus Pfefferkorn http://www.musikhaus-pfefferkorn.de MusikhausPfefferkorn@t-online.de</p> <p>FREUDENSTADT Musikhaus Marte marte-musicshop@t-online.de</p> <p>FREUDENSTADT Musikhaus Rudert GmbH http://www.rudert.de</p>	<p>KLUDENBACH Horst Gehann Musikzentrum http://www.G-M-V.de Gehann- Musik@freenet.de</p> <p>KOBLENZ Musikalienhandlung Anne Melder "Die Note" info@dienote.com</p> <p>KÖLN Music Store Köln A. Sauer GmbH http://www.musicstore-koeln.de produktinfo@musicstore-koeln.de rekoeln.de postadmin@musicstore-koeln.de</p> <p>KÖLN Music-City Weber & Co. GmbH http://www.music-city.de info@music-city.de</p> <p>KÖLN Music-City Weber & Co. GmbH (Filiale) http://www.music-city.de music-city-koeln@t-online.de</p> <p>KÖLN Orff-Marching und Holzblasstudio B. Monke http://www.monke.de info@monke.de</p> <p>KÖLN Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH paulv@media-saturn.com</p> <p>KÖLN Musikhaus Tonger GmbH http://www.musik-tonger.de tonger@musik-tonger.de</p> <p>KÖNIGS WUSTERHAUSEN Verdie Music (Filiale) R.Seeliger@t-online.de</p>	<p>info@lyra-musik.de</p> <p>MÜNSTER LYRA Musikhaus GmbH (Filiale) Center für Schlag- und Blasinstrumente http://www.lyra-musik.de info@lyra-musik.de</p> <p>MÜNSTER LYRA Musikservice GmbH (Filiale) http://www.lyra-musik.de info@lyra-musik.de</p> <p>NASTÄTTEN CD-Shop Musix http://www.cd-musix.de musix@t-online.de</p> <p>NAUHEIM Wenzel Schreiber & Söhne GmbH Holzblasinstrumentenbau http://www.boosey.com schreiber.gmbh@t-online.de</p> <p>NAUHEIM Jakob Winter GmbH http://www.jakob-winter.de info@jakob-winter.de</p> <p>NEU-ISENBERG Musikhaus Göckes http://www.musikhaus-goekes.de info@musikhaus-goekes.de</p> <p>NEU-ULM City-Musik Instrumenten GmbH (Filiale) http://www.city-music.de info@city-music.de</p> <p>NEUHOFEN Piano-Hoffmann GmbH http://www.piano-hoffmann.de piano-hoffmann@t-online.de</p> <p>NEUMARKT Belcanto Musikalien Kurt Weikert http://www.musik-netz.de/belcanto k.weikert@odn.de</p> <p>NEUSS Uwe Henze GmbH http://www.uwe-henze.de info@uwe-henze.de</p>	<p>i.kreul.holzblas@t-online.de</p> <p>TÜBINGEN Notenschlüssel notentuebingen@aol.com</p> <p>TÜBINGEN Rimpo Tonträger GmbH rimpot@t-online.de</p> <p>TÜBINGEN Rimpo 2 Klassik (Filiale) rimpot@t-online.de</p> <p>ULM Piano-Maier http://www.piano-maier.de info@piano-maier.de</p> <p>ULM Christian Reisser Musik-Vertriebs GmbH http://www.reisser-musik.de info@musikhaus-reisser.de</p> <p>USINGEN Galima-Notenversand http://galima.pcnet.de galima@pcnet.de</p> <p>USINGEN Pianohaus Wedell http://www.pianohaus-wedell.de h.wedell@pianohaus-wedell.de</p> <p>VIERNHEIM BUSCH GmbH & Co. KG http://www.busch-model.com info@busch-model.com</p> <p>VIERSEN MusicPoint e.K. rungemarkus@arcor.de</p> <p>WANGEN/ALLGÄU Piano-Musikhaus Förg GmbH (Filiale) http://www.musikhaus-foerg.de piano-musikhaus.foerg@t-online.de</p> <p>WAREN Musikhaus "Spargel" musikhausspargel@t-online.de</p>
--	---	---	--	--

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>tonger@musik-tonger.de</p> <p>BONN Voggenreiter Verlag http://www.voggenreiter.de info@voggenreiter.de</p> <p>BORKEN Musikhaus Senft GmbH info@musikhaus-senft.de</p> <p>BRANDENBURG Kunstkabinett kunstkabinett@amm.de</p> <p>BRAUNSCHWEIG Fritz Bartels Musikalienhandlung musikalien.bartels@gmx.de</p> <p>BRAUNSCHWEIG Grotrian-Steinweg Pianofortefabrikanten http://www.grotrian.de contact@grotrian.de</p> <p>BRAUNSCHWEIG Wilhelm Schimmel Pianofortefabrik GmbH http://www.schimmel-piano.de info@schimmel-piano.de</p> <p>BREMEN Bartels Noten http://www.bartelsnoten.de info@bartelsnoten.de</p> <p>BREMEN Piano - Schäfer piano.schaefer@arcor.de</p> <p>BREMEN Otto Wilhelm Thein Pianohaus http://www.thein-klaviere.de thein@thein-klaviere.de</p> <p>BREMEN Utopon Martin Lugenbiehl http://www.utopton.de info@utopton.de</p> <p>BREMERHAVEN Musikhaus Steiner GmbH http://www.musikhaus-steiner.de</p>	<p>info@rudert.de</p> <p>FRIEDBERG Piano Palme http://www.piano-palme.de piano-palme-friedberg@t-online.de</p> <p>FRIEDRICHSDORF Edgar Werner Musikexpress http://www.edgarwerner-musikexpress.de edgar-werner-musikexpress@t-online.de</p> <p>FRIEDRICHSHAFEN Faust GmbH Klavierhaus (Filiale) http://www.klavier-faust.de klavier.f Faust@gmbh@t-online.de</p> <p>FRIEDRICHSHAFEN musik-fischer Ulrich Fischer - Geigenbaumeister http://www.musik-fischer.de info@musik-fischer.de</p> <p>FULDA Musikalienhandlung Werner Knorn http://www.musiknorn.de shop@musiknorn.de</p> <p>FULDA Conrad Mollenhauer GmbH http://www.mollenhauer.com info@mollenhauer.com</p> <p>FULDA Das Musikhaus J. Mollenhauer & Söhne GmbH http://www.musik-mollenhauer.de Erhard.Engel@musik-mollenhauer.de</p> <p>FÜRSTENWALDE Musikhaus Allegro Ricardo Liebsch http://www.allegromusik.de info@allegromusik.de</p> <p>FÜRTH Klavier Kreisel http://www.klavier-kreisel.de kontakt@klavier-kreisel.de</p>	<p>KONSTANZ Bohne & Schulz Musikverlag GmbH http://www.bohne-schulz.de info@orthmann-verlag.de</p> <p>KONSTANZ Faust Klavier- und Cembalohaus http://www.klavier-faust.de klavier.f Faust@t-online.de</p> <p>KONSTANZ Musik- und Pianohaus Jehle GmbH http://www.musikhaus-jehle.de</p> <p>KREFELD Musik-Fischer http://www.musik-fischer.com info@musik-fischer.com</p> <p>KREFELD Kawai Deutschland GmbH http://www.kawai.de</p> <p>KRONACH Music Service Geiger http://www.music-service-geiger.de service@music-service-geiger.de</p> <p>LAHR/SCHWARZALD Musik Eichler http://www.musikeichlerlahr.de info@musikeichlerlahr.de</p> <p>LANDAU STL-music http://www.stl-music.de info@stl-music.de</p> <p>LANDSBERG/LECH Discy discy@raffmond.com</p> <p>LANDSHUT-ALTDORF Piano Schweisser http://www.piano-schweisser.de kontakt@piano-schweisser.de</p>	<p>info@uwe-henze.de</p> <p>NORDERSTEDT Roland Elektronische Musikinstrumente Handelsgesellschaft mbH http://www.rolandmusik.de</p> <p>NORDHORN Musikhaus "Die Taste" http://www.die-taste.com info@die-taste.com</p> <p>NÜRNBERG Chateau Disc Nürnberg http://www.chateau-disc.de nuernberg@chateau-disc.de</p> <p>NÜRNBERG Ekkehart Dütz PianoDisc Europa http://www.pianodisc.de info@pianodisc.de</p> <p>NÜRNBERG PIANO HAID GmbH http://www.piano-haid.com info@piano-haid.com</p> <p>OBER-MÖRLEN MUSIKAL SPEZIAL http://www.musikalspezial.de info@musikalspezial.de</p> <p>OBERTHULBA Piano-Center Kleinhenz http://www.piano.de piaklein@t-online.de</p> <p>OFFENBACH Musikhaus André http://www.musik-andre.de andre@musik-andre.de</p> <p>OFFENBACH Pianohaus Otto Guckel info@pianohaus-guckel.de</p> <p>OFFENBACH Pirastro GmbH http://www.pirastro.com info@pirastro.com</p> <p>OLDENBURG Musikhaus Kötter GmbH Musikhaus-Koetter@t-online.de</p> <p>OLDENBURG Piano-Rosenkranz GmbH</p>	<p>WAREN/MÜRITZ "Top 10" H. & V. Seemann oHG top10@t-online.de</p> <p>WARENDORF Musikhaus Rottwinkel musikhaus-rottwinkel@amm.de</p> <p>WARNGAU Accolade Notenversand http://www.accolade.de Accolade@t-online.de</p> <p>WERLTE WIP Sound & Technik WIPHackling@t-online.de</p> <p>WESEL ELPI aktiv Musik Peter Gores e.K. elpiwesel@01019freenet.de</p> <p>WIESBADEN Breitkopf & Härtel http://www.breitkopf.de info@breitkopf.de</p> <p>WIESBADEN Musikalien Petroll http://www.noten4you.de musikalien-petroll@t-online.de</p> <p>WIESBADEN Arnold Stölzel GmbH http://www.stoelzel-music.de stoelzel@stoelzel-music.de</p> <p>WIESLOCH Karl Hochstein Musikhaus GmbH (Filiale) Musikhaus.Hochstein@t-online.de</p> <p>WINDESHEIM Musikhaus Oberlinger Gebr. Oberlinger Orgelbau http://www.oberlinger.com orgelbau@sparkasse.net</p> <p>WITTEN Musikforum Andreas Demond http://www.demond.de</p>
--	---	---	--	---

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS MUSICALES EN ALEMANIA

<p>info@musikhaus-steiner.de</p> <p>BRETZFELD-SCHWABACH Hohnermedia a SEK'D Vertrieb Soft- & Hardware GmbH http://www.sekd.de info@sekd.de</p> <p>BÜNDE Pianohaus J. Werner pianowerner@t-online.de</p> <p>BURGEBRACH Musikhaus Thomann http://www.thomann.de info@thomann.de</p> <p>CASTROP-RAUXEL Musikladen Lüdke http://www.musikluedke.de info@musikluedke.de</p> <p>CELLE MOECK Musikinstrumente + Verlag Instrumente und Verlag Dr. Hermann Moeck e.K. http://www.moeck.com info@moeck.com</p> <p>CLOPPENBURG Musikhaus Brinkmann http://www.musikhaus-brinkmann.de MusikBrinkmann@aol.com</p> <p>COBURG Musik- und Pianohaus Kiederle GmbH & Co. KG http://www.musikhaus-kiederle.de info@musikhaus-kiederle.de</p> <p>COESFELD Walter Averkamp Haus Musica GmbH http://www.musik-averkamp.de info@musik-averkamp.de</p>	<p>kreisel.de</p> <p>GAIMERSHEIM Musikhaus Spengler http://www.musikhaus-spengler.de musikhaus-spengler@t-online.de</p> <p>GÄRTRINGEN Louis Renner GmbH & Co. klaviermechaniken.renner@t-online.de</p> <p>GELNHAUSEN Richard Keilwerth Musik GmbH http://www.keilwerth.de info@keilwerth.de</p> <p>GEORGS-MARIENHÜTTE jpc CD & Video Versandhandels GmbH http://www.jpc.de jpc@jpc.de</p> <p>GIESSEN Musikhaus Schönau http://www.musik-schoenau.de info@musik-schoenau.de</p> <p>GÖTTINGEN Musik Kontor Rote Straße GmbH http://www.musikkontor-rotestrasse.de musikkontor@t-online.de</p> <p>GÖTTINGEN nota bene Musikalienhandlung http://www.notabene-noten.de info@notabene-noten.de</p> <p>GRIESBACH Brigitte's Musikstüberl http://www.brigittes-musikstueberl.de brigitte@brigittes-musikstueberl.de</p> <p>GRUB AM FORST Alfred Jahn GmbH & Co. KG http://www.pianoteile.com jahn@pianoteile.com</p>	<p>schweisser.de</p> <p>LANGEN/HESSEN Musik-Luley MusikLuley@gmx.de</p> <p>LANGENAU Piano Blomeier GmbH & Co. KG http://www.piano-blomeier.de info@piano-blomeier.de</p> <p>LAUPHEIM Musikhaus Ruf http://www.musikhaus-ruf.de info@musikhaus-ruf.de</p> <p>LEIPZIG M. Oelsner Musikalienhandlung http://www.m-oelsner.de musik@m-oelsner.de</p> <p>LEONBERG Carl A. Pfeiffer KG Flügel- und Klavierfabrik http://www.pfeiffer-pianos.com info@pfeiffer-pianos.com</p> <p>LILIENTHAL Schubert's Musikantenhus http://www.eres-musik.de info@eres-musik.de</p> <p>LIMBURG Musik Service Manfred Bender Fachgroßhandel für internationale Chormusikalien chor-centrum@t-online.de</p> <p>LIMBURG-OFFHEIM Demmer Pianos & Flügel http://www.demmer-piano.de info@demmer-piano.de</p>	<p>http://www.piano-rosenkranz.de info@piano-rosenkranz.de</p> <p>OLDENBURG Piano Sprenger Musikhaus GmbH piano-sprenger@ewetel.net</p> <p>OSNABRÜCK Musikhaus Bössmann GmbH Musikhaus-Boessmann@t-online.de</p> <p>OSTERODE/HARZ merz-music GmbH (Filiale) http://www.merz-music.de info@merz-music.de</p> <p>PADERBORN Unger Sound + Vision GmbH usv@amm.de</p> <p>PFORZHEIM Musik-City Steinbrecher http://www.musik-city.com contact@musik-city.com</p> <p>PLANEGG Presto Musikversand Elisabeth Thomi-Berg Thomi-Berg@t-online.de</p> <p>POTSDAM Musikalienhandlung A.Böhlke http://www.musik-ab.de info@musik-ab.de</p> <p>QUERFURT pep Sound & Light Fachhandel für Ton-, Licht- & Showtechnik, Beschallung http://www.pepsound.de webmaster@pepsound.de</p> <p>RADOLFZELL Bodensee- Musikversand David Michel http://www.bodensee-musikversand.de Bodensee- Musikversand@t-online.de</p>	<p>musikforum@demon.de</p> <p>WOLNZACH Verlagsservice Eydt & Zimmerhansl GbR http://www.vez.de info@vez.de</p> <p>WUNSTORF Herbert Devrient Service-Station- Musikelektronik http://www.musik-netz.de/devrient 340086300635@t-online.de</p> <p>WUPPERTAL IBACH-Center http://www.Ibach.de webmaster@ibach.de</p> <p>WUPPERTAL Musikhaus Landsiedel-Becker landsiedel.becker@wtal.de</p> <p>WÜRZBURG Musik Kreativ Konkret Musikalienhandel Mathias Kreuzer MusikhausKreuzer@aol.com</p> <p>ZELLA-MEHLIS Musikhaus Löffel http://www.musikhaus-loeffel.de info@musikhaus-loeffel.de</p>
---	---	--	--	--

2. BIBLIOGRAFÍA

I. Introducción

- Bases de datos internas del ICEX

II. Análisis de la oferta

- Eurostat, World Trade Atlas
- Estacom y otras bases de datos internas del ICEX
- Euromonitor
- Fuentes de información de la Oficina Federal de Estadística (Statistisches Bundesamt)
- Centro de información del Consejo alemán de la música (Deutsches Musikinformationszentrum- <http://www.miz.org/index.php>)
- Barómetro de facturación 2003 de la Asociación Alemana de comerciantes especializados de música (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte, GMD)
- Bases de datos internas del ICEX
- Instituto Alemán de Normalización (DIN)
- Gesetz zur Neuordnung der Sicherheit von technischen Arbeitsmitteln und Verbrauchernprodukten

III. Análisis del comercio

- Memoria 2003/ 2004 de Asociación Alemana de comerciantes especializados de música (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte, GMD)
- Centro de información del Consejo alemán de la música (Deutsches Musikinformationszentrum- <http://www.miz.org/index.php>)
- Comisión de exposiciones y ferias en Alemania (<http://www.auma.de>)

IV. Análisis de la demanda

- Anuario estadístico de escuelas de música en Alemania
- “German Sounds”, Oficina alemana de exportación de música
- Centro de información del Consejo alemán de la música (Deutsches Musikinformationszentrum- <http://www.miz.org/index.php>)