

**Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berlín**

El mercado del software en Alemania

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

El mercado del software en Alemania

Este estudio ha sido realizado por Fernando de Mendoza Gimeno bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Berlín

Septiembre 2005

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	5
1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS	5
II. 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	13
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	22
2.1. Producción	22
2.2. Obstáculos comerciales	26
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	31
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	31
1.1. Canales de distribución	31
1.2. Principales distribuidores	34
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	34
2.1 Estrategias para el contacto comercial	34
1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO	35
1.1. Factores económicos	35

2. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	41
VI. ANEXOS	42
1. INFORMES DE FERIAS	42
2. LISTADO DE DISTRIBUIDORES	52
3. BIBLIOGRAFÍA	72

I. INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El software es el conjunto de instrucciones que los ordenadores emplean para manipular datos. A efectos del presente estudio se plantean dos cuestiones con carácter preliminar: Cómo podemos definirlo desde la óptica del comercio internacional; y, dada la amplitud de tal definición, dónde se sitúan los límites del concepto *software* en lo que atañe al presente estudio.

En cuanto a la primera cuestión, debemos acudir a las partidas arancelarias que conforman el sector. No existe unanimidad al respecto, pues en función de qué fuente de información se consulte podemos encontrar una definición diferente que agrupa partidas arancelarias de muy diversa índole. En el presente documento se sigue la definición facilitada por la Dirección General de Estadísticas de la OCDE según la cual las mercancías que componen aquello que denominamos software se contienen en las siguientes partidas:

85.24.39: Discos grabados para sistemas de lectura por rayos láser para reproducir sonido o imágenes añadidas a las instrucciones y los datos grabados en forma binaria legibles por una máquina, que puedan ser manipulados o permitan interactuar al usuario mediante una máquina automática de tratamiento o procesamiento de datos.

En esta partida deben incluirse tanto los CDs como DVDs

85.24.31: Discos, cintas y demás soportes para reproducir fenómenos distintos del sonido o imagen. A la hora de decidirse la inclusión de CDs y DVDs en esta partida o la anterior, cierto es que probablemente la 85.24.39 sea más adecuada por su especificidad; pero es también correcta su inclusión en la 85.24.31. Así pues podemos encontrar tales artículos en cualesquiera de las dos partidas.

85.24.91: Tarjetas con una tira magnética incorporada para reproducir fenómenos distintos del sonido o de la imagen.

85.24.40: Cintas magnéticas para reproducir fenómenos distintos del sonido o imagen.

85.24.99: soportes grabados (excluidos los discos para sistemas de lectura por rayos láser, las cintas magnéticas y las tarjetas que incorporan una banda magnética) para reproducir sonido o imágenes añadidas a las instrucciones y los datos grabados en forma binaria legibles por una máquina, que puedan ser manipulados o permitan interactuar al usuario mediante una máquina automática de tratamiento o procesamiento de datos.

Lo que agrupan todas estas partidas arancelarias es todo tipo de soportes magnéticos susceptibles de almacenar software. Cabe la posibilidad de que en un futuro, y con el desarrollo de las aplicaciones web, no sean necesarios dichos soportes de tal manera que podamos considerar el comercio de software como comercio de servicios y no de mercancías. Por el momento el CD es el soporte líder en la comercialización de software, si bien el DVD va ganando terreno sobre todo en el campo del entretenimiento.

Respecto a la segunda cuestión, se abordarán en el presente estudio las tres partes integrantes del software:

Sistemas operativos.
Software de uso general.

Lenguajes de programación.

Como características principales del mercado del software en Alemania podemos mencionar su crecimiento durante el año 2004 que incluso se verá superado en 2005, después de dos años de crisis como fueron 2002 y 2004. Es, asimismo, un mercado en el que el interés por la seguridad aumenta. De tal forma, los productos más demandados son los antivirus, seguidos de cerca por el software de entretenimiento y audiovisual.

Es necesario aclarar también que en muchas de las estadísticas que figuran en el presente estudio no aparecen datos relativos al software diseñado para un cliente específico, como puede ser el caso de ERP, EDI o CRM. Más que un bien, dicho software debe ser considerado como un servicio, y por lo tanto, no es posible cuantificarlo económicamente. Al no venderse de forma estandarizada en CD Rom queda fuera de los datos que las bases de datos de comercio exterior nos ofrecen. No obstante en este estudio aparecerán datos importantes relativos este tipo de software, tales como qué empresas ofrecen esos servicios en Alemania, cuál es la situación actual del mercado, sus expectativas, etc.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

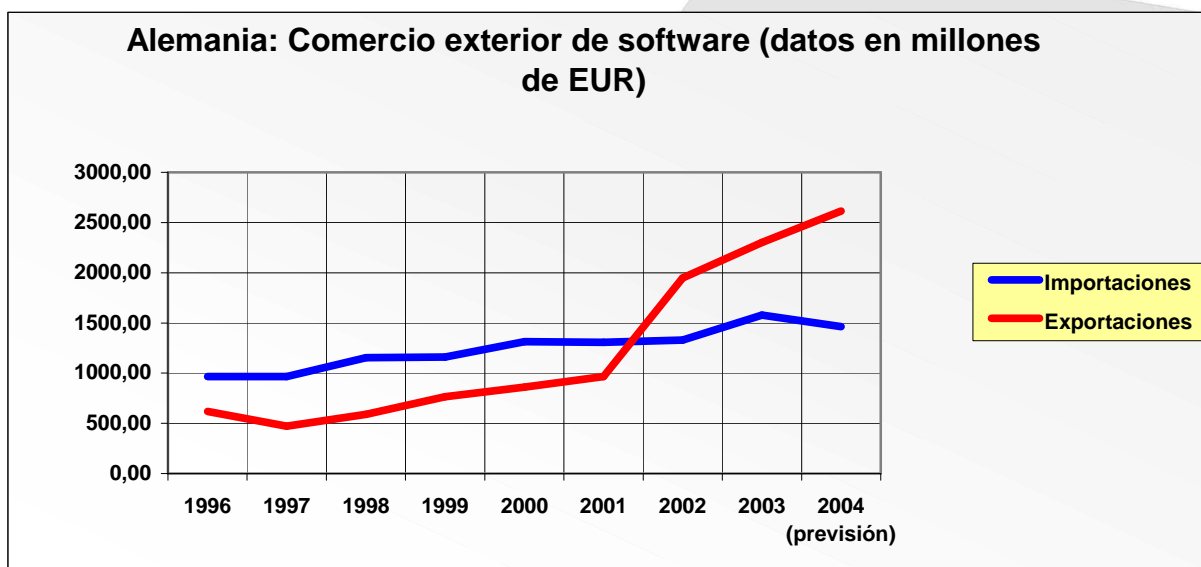
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Para analizar el tamaño de la oferta, veremos el total de importaciones y exportaciones del sector y posteriormente figurarán los mismos datos pero esta vez desglosados por partidas arancelarias.

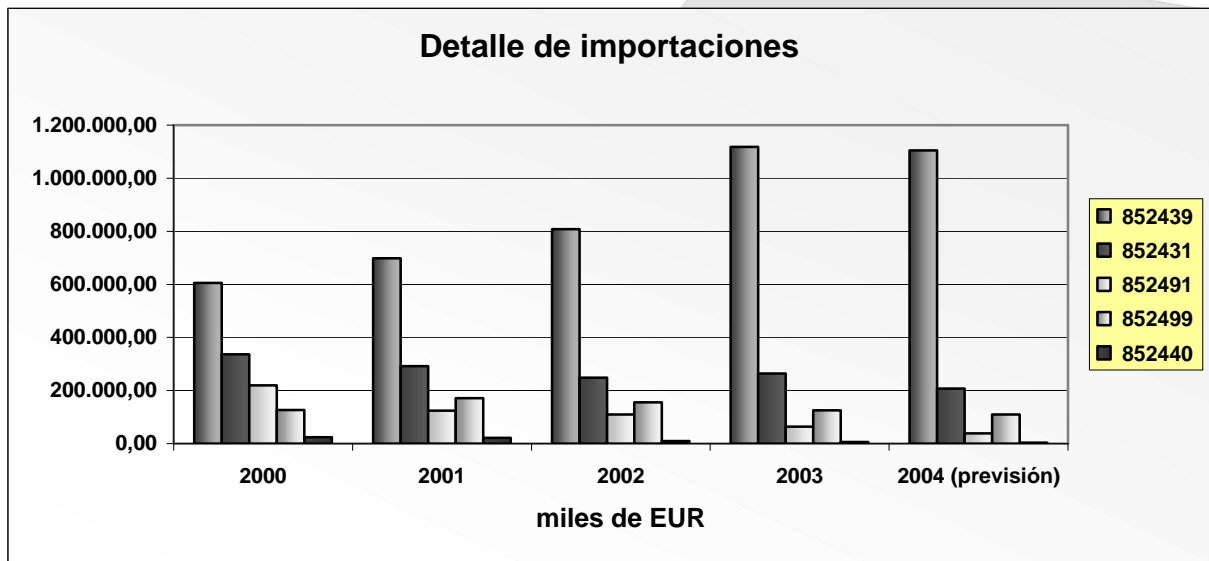
TAMAÑO DE LA OFERTA (millones de EUR)						Variación 2000- 2003
	2000	2001	2002	2003	2004 (prev.)	
Importaciones	1.312,20	1.307,87	1.330,82	1.579,09	1.464,82	20,34%
Exportaciones	860,93	965,51	1.949,22	2.303,35	2.615,77	167,54%

Fuente: Eurostat



DETALLE DE IMPORTACIONES (miles de EUR)						Variación 2000-2003
Partidas	2000	2001	2002	2003	2004 (prev.)	
852439	605.558,24	698.224,05	808.148,45	1.118.120,19	1.104.815,10	84,64%
852431	336.980,77	292.442,39	248.189,77	264.408,34	207.666,55	-21,54%
852491	219.880,46	124.789,90	109.207,96	64.346,65	38.441,23	-70,74%
852499	126.114,29	171.300,46	156.092,02	125.640,83	109.918,81	-0,38%
852440	23.669,28	21.114,88	9.190,40	6.574,81	3.984,39	-72,22%
TOTAL	1.312.203,04	1.307.871,68	1.330.828,60	1.579.090,82	1.464.826,09	20,34%

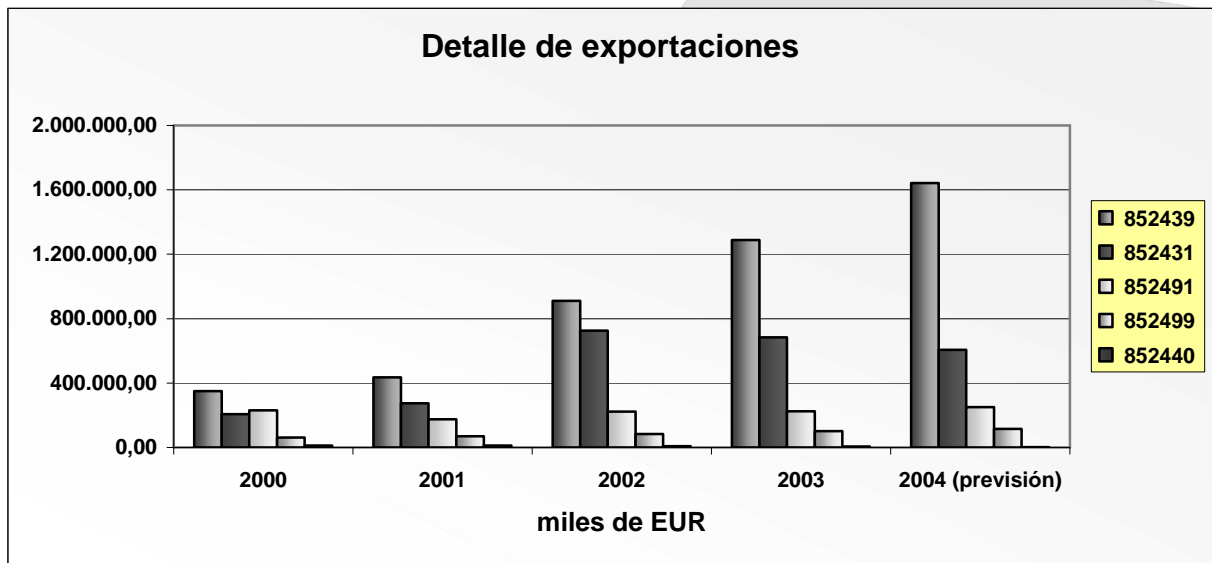
Fuente: Eurostat



Fuente: Eurostat

DETALLE DE EXPORTACIONES (miles de EUR)						Variación
Partidas	2000	2001	2002	2003	2004 (prev.)	2000-2003
852439	350.482,22	435.578,69	910.612,46	1.287.567,19	1.641.794,48	267,37%
852431	205.994,67	273.855,55	724.919,92	682.950,98	607.230,34	231,54%
852491	231.162,44	175.883,31	222.567,20	225.238,10	249.531,10	-2,56%
852499	60.980,45	69.199,94	83.231,50	102.185,94	115.689,80	67,57%
852440	12.319,57	11.002,35	7.890,40	5.412,66	1.528,35	-56,06%
TOTAL	860.939,35	965.519,84	1.949.221,48	2.303.354,87	2.615.774,07	167,54%

Fuente: Eurostat

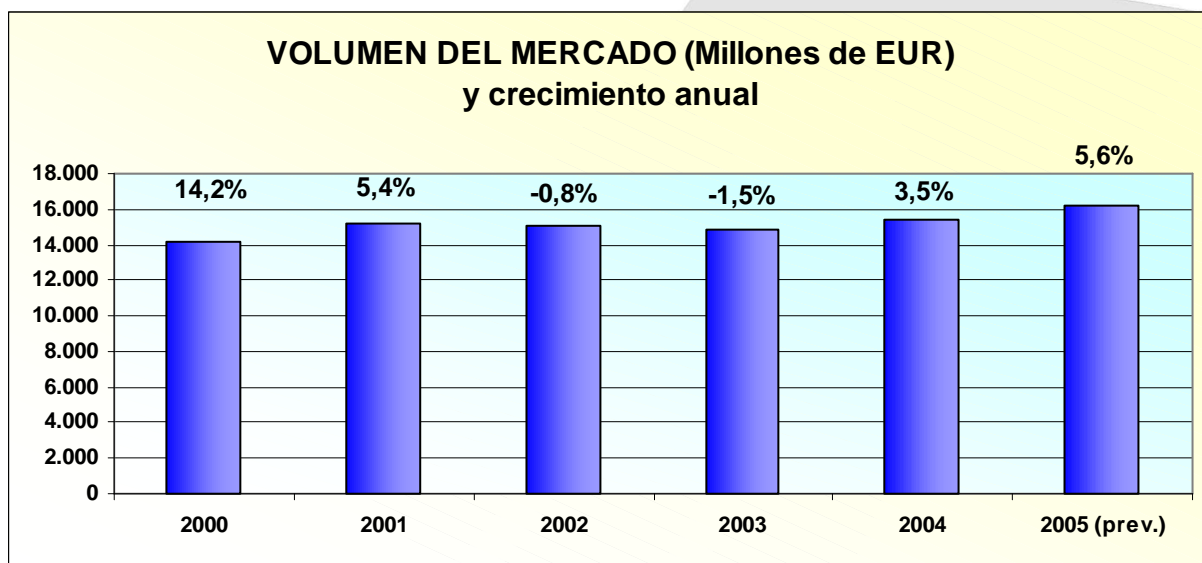


Fuente: Eurostat

A modo de conclusión se incluye una tabla con datos relativos al volumen del mercado alemán de software, entendiendo por tal el valor total de las transacciones realizadas en el sector.

	VOLUMEN DEL MERCADO					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (prev.)
Millones EUR	14.200	15.200	15.100	14.900	15.400	16.200
Variación interanual	14,20%	5,40%	-0,80%	-1,60%	3,50%	5,60%

Fuente: Bitkom



Fuente: Eurostat

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

En este apartado se analizará quién está vendiendo en Alemania, y qué parte del total de las ventas corresponden a empresas españolas. Para ello se presentan cinco tablas correspondientes a cada uno de los últimos cinco años.

IMPORTACIONES 1999			
Rango	País	valor (EUR)	%cuota importación
1	Irlanda	387.259.300	33,35%
2	Países Bajos	190.718.800	16,42%
3	Reino Unido	180.974.790	15,59%
4	Estados Unidos	122.579.980	10,56%
5	Austria	84.885.000	7,31%
6	Francia	50.223.200	4,33%
7	Dinamarca	23.881.140	2,06%
8	Suiza	20.849.760	1,80%
9	Taiwan	16.488.040	1,42%
10	Bélgica	13.311.730	1,15%
31	España	544.980	0,05%
	TOTAL TOP 10	1.091.171.740	93,97%
	RESTO	70.011.960	6,03%
	TOTAL IMPORTACIONES	1.161.177.000	100,00%

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES 2000			
Rango	País	valor (EUR)	%cuota importación
1	Irlanda	378.788.720	28,87%
2	Países Bajos	257.168.020	19,60%
3	Reino Unido	152.051.910	11,59%
4	Estados Unidos	134.693.480	10,26%
5	Austria	132.577.010	10,10%
6	Francia	56.491.570	4,31%
7	Dinamarca	31.543.800	2,40%
8	Suiza	30.178.520	2,30%
9	Bélgica	23.230.340	1,77%
10	Luxemburgo	19.842.080	1,51%
21	España	2.270.990	0,17%
	TOTAL TOP 10	1.216.565.450	92,71%
	RESTO	95.637.590	7,29%
	TOTAL IMPORTACIONES	1.312.203.040	100,00%

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES 2001			
Rango	País	valor (EUR)	%cuota importación
1	Irlanda	388.400.480	29,70%
2	Países Bajos	232.366.070	17,77%
3	Reino Unido	155.970.400	11,93%
4	Austria	119.285.130	9,12%
5	Estados Unidos	112.859.590	8,63%
6	Francia	88.741.180	6,79%
7	Suiza	37.792.180	2,89%
8	Dinamarca	35.167.130	2,69%
9	Bélgica	26.358.460	2,02%
10	Luxemburgo	18.101.690	1,38%
19	España	4.358.820	0,33%
	TOTAL TOP 10	1.215.042.310	92,90%
	RESTO	92.829.370	7,10%
	TOTAL IMPORTACIONES	1.307.871.680	100,00%

Fuente: Eurostat

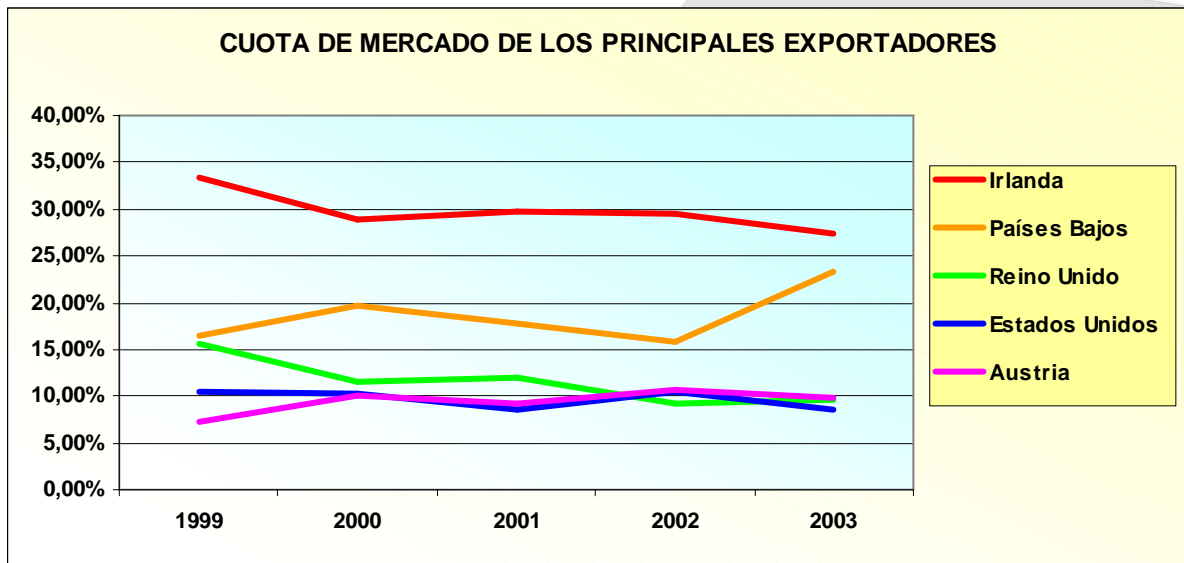
IMPORTACIONES 2002			
Rango	País	valor (EUR)	%cuota importación
1	Irlanda	391.919.260	29,45%
2	Países Bajos	211.544.350	15,90%
3	Austria	142.287.330	10,69%
4	Estados Unidos	138.436.950	10,40%
5	Reino Unido	122.011.300	9,17%
6	Francia	68.460.500	5,14%
7	Suiza	52.089.800	3,91%
8	Dinamarca	37.796.070	2,84%
9	Japón	36.240.820	2,72%
10	Bélgica	17.802.250	1,34%
18	España	4.960.990	0,37%
	TOTAL TOP 10	1.218.588.630	91,57%
	RESTO	112.239.970	8,43%
	TOTAL IMPORTACIONES	1.330.828.600	100,00%

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES 2003			
Rango	País	valor (EUR)	%cuota importación
1	Irlanda	432.962.150	27,42%
2	Países Bajos	367.279.610	23,26%
3	Austria	156.388.390	9,90%
4	Reino Unido	153.592.260	9,73%
5	Estados Unidos	134.228.850	8,50%
6	Francia	72.957.440	4,62%
7	Suiza	50.052.360	3,17%
8	Polonia	47.675.650	3,02%
9	Japón	31.087.270	1,97%
10	Dinamarca	30.092.800	1,91%
25	España	951.020	0,06%
	TOTAL TOP 10	1.476.316.780	93,49%
	RESTO	102.774.040	6,51%
	TOTAL IMPORTACIONES	1.579.090.820	100,00%

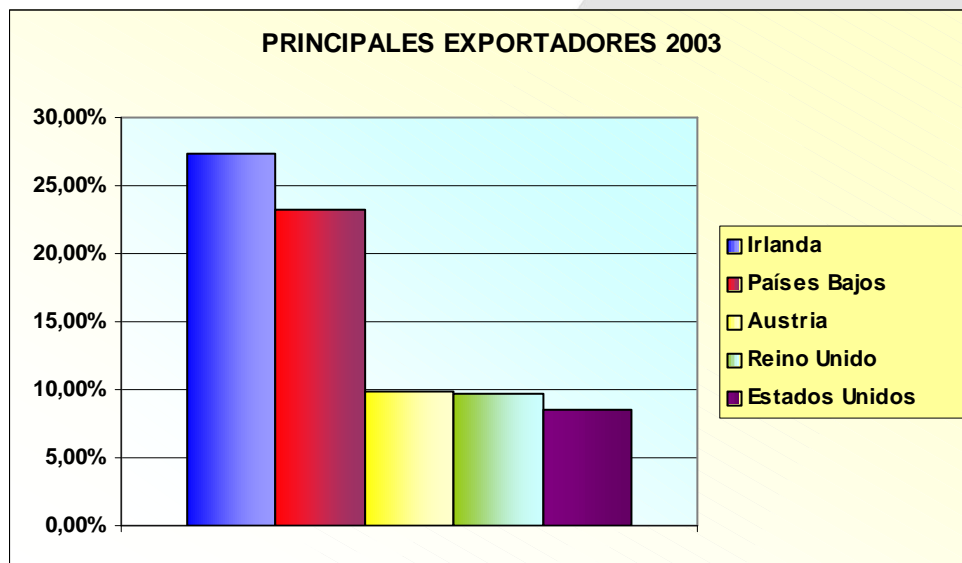
Fuente: Eurostat

De los datos que figuran en las tablas precedentes podemos obtener un gráfico de los mayores exportadores de software a Alemania en los últimos cinco años.



Fuente: Eurostat

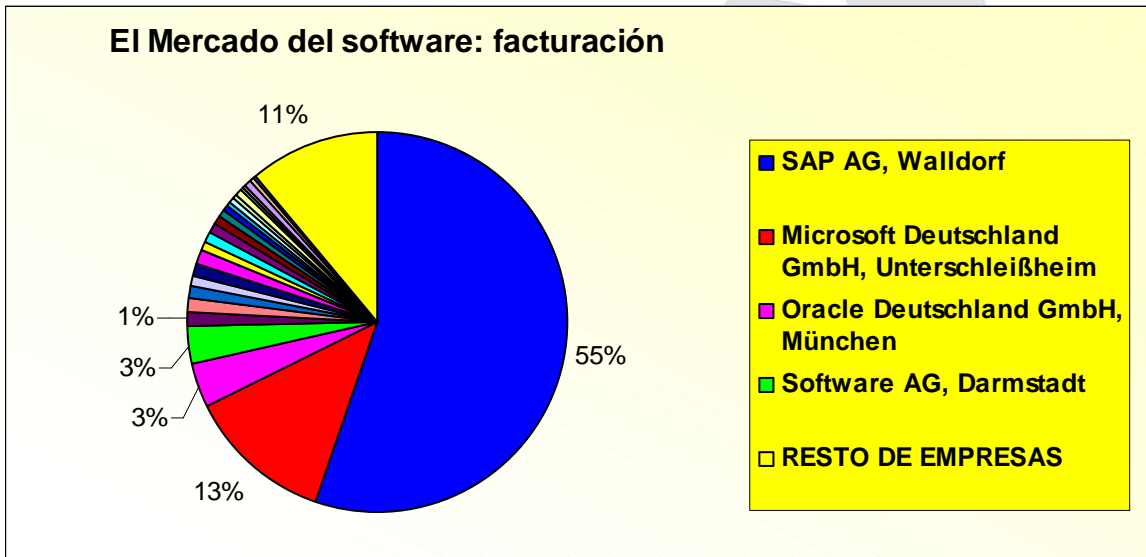
Obsérvese que si tanto en el gráfico precedente como en el siguiente no figura la posición de España es por su muy escasa entidad y apenas sería apreciable.



La mayor empresa productora de software, no sólo en Alemania sino en toda Europa es SAP AG. Esta empresa fue fundada en 1972 por dos antiguos empleados de IBM y ella sola factura más de la mitad de la facturación total del sector.

La facturación total del sector fue en el año 2003 de 12.700 millones de EUR, lo cual supuso un incremento del 3% con respecto al año anterior.

Para tener una idea global de quién está elaborando software y en qué medida, veamos la clasificación de las veinticinco primeras empresas alemanas del sector por volumen de facturación.



	Empresa	Facturación en millones de EUR		Nº de trabajadores	
		2003	2002	2003	2002
1	SAP AG, Walldorf	7.025,0	7.413,0	30.000,0	28.410,0
2	Microsoft Deutschland GmbH, Unterschleißheim	1.600,0	1.500,0	1.600,0	1.500,0
3	Oracle Deutschland GmbH, München	433,8	445,6	1.300,0	1.500,0
4	Software AG, Darmstadt	422,2	475,0	2.703,0	3.013,0
5	CA Computer Associates GmbH, Darmstadt	143,0	133,0	530,0	550,0
6	PSI AG, Berlin	137,7	150,7	1.221,0	1.338,0
7	Agilisys Company, München	135,0	sin datos	1.200,0	sin datos
8	Mensch und Maschine Software AG, Wessling	131,0	143,0	405,0	470,0
9	SAS Institute GmbH, Heidelberg	129,0	132,0	720,0	730,0
10	Ixos Software AG, Grasbrunn	127,1	122,0	919,0	778,0
11	FJH AG, München	120,1	130,2	1.034,0	973,0
12	BMC Software GmbH, Düsseldorf	118,0	120,0	240,0	300,0
13	Novell GmbH, Düsseldorf	109,0	108,0	280,0	290,0
14	Nemetschek AG, München	95,6	105,5	760,0	881,0
15	SoftM Software & Beratung AG, München	69,2	75,9	449,0	457,0
16	Beta Systems Software AG, Berlin 6)	55,8	45,1	381,0	293,0
17	Autodesk GmbH, München	55,0	60,0	100,0	110,0
18	Interflex Datensysteme GmbH & Co. KG, Stuttgart	54,5	48,9	401,0	427,0
19	Business Objects Deutschland GmbH, Köln	52,0	33,7	120,0	80,0
20	CSB-System AG, Geilenkirchen	50,4	50,2	439,0	451,0
21	Siebel Systems Deutschland GmbH, Ismaning	50,0	52,7	165,0	175,0
22	Sage KHK Software GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main	48,0	43,0	415,0	396,0
23	MIS AG, Darmstadt	47,9	47,9	461,0	545,0
24	Schleupen AG, Moers	47,6	44,9	350,0	337,0
25	Peoplesoft GmbH, Unterföhring	45,0	35,0	200,0	160,0
	RESTO DE EMPRESAS	1.398,1			
	TOTAL	12.700,0			

Fuente: Lünendonk

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

El mercado alemán del software se encuentra en un buen momento después de la crisis que sufrió en el año 2002.

En este apartado es donde hablaremos con un poco más de profundidad acerca de el software que no es *off the rack* sino diseñado específicamente en función de las necesidades de un cliente concreto: ERP, EDI, CRM.

Los segmentos en los que se espera un mayor crecimiento son:

Software de seguridad, por la mayor concienciación tanto de particulares y empresas sobre los peligros que suponen los ataques de virus y gusanos.

Software de código abierto. La consultora IDC estima que la cuota de mercado del sistema operativo Linux en Alemania, que actualmente se sitúa en el 12,5%, crecerá hasta alcanzar más de un 30% en 2008.

Desarrollo de nuevas formas de luchar contra la Piratería. Según datos de la empresa consultora citada anteriormente, uno de cada tres programas informáticos que hay en Alemania es una copia ilegal.

ERP

Si una empresa española se decide a ofertar un sistema ERP (Enterprise Resource Planning) a un cliente alemán, muchas son las variables que debe tener en cuenta. A

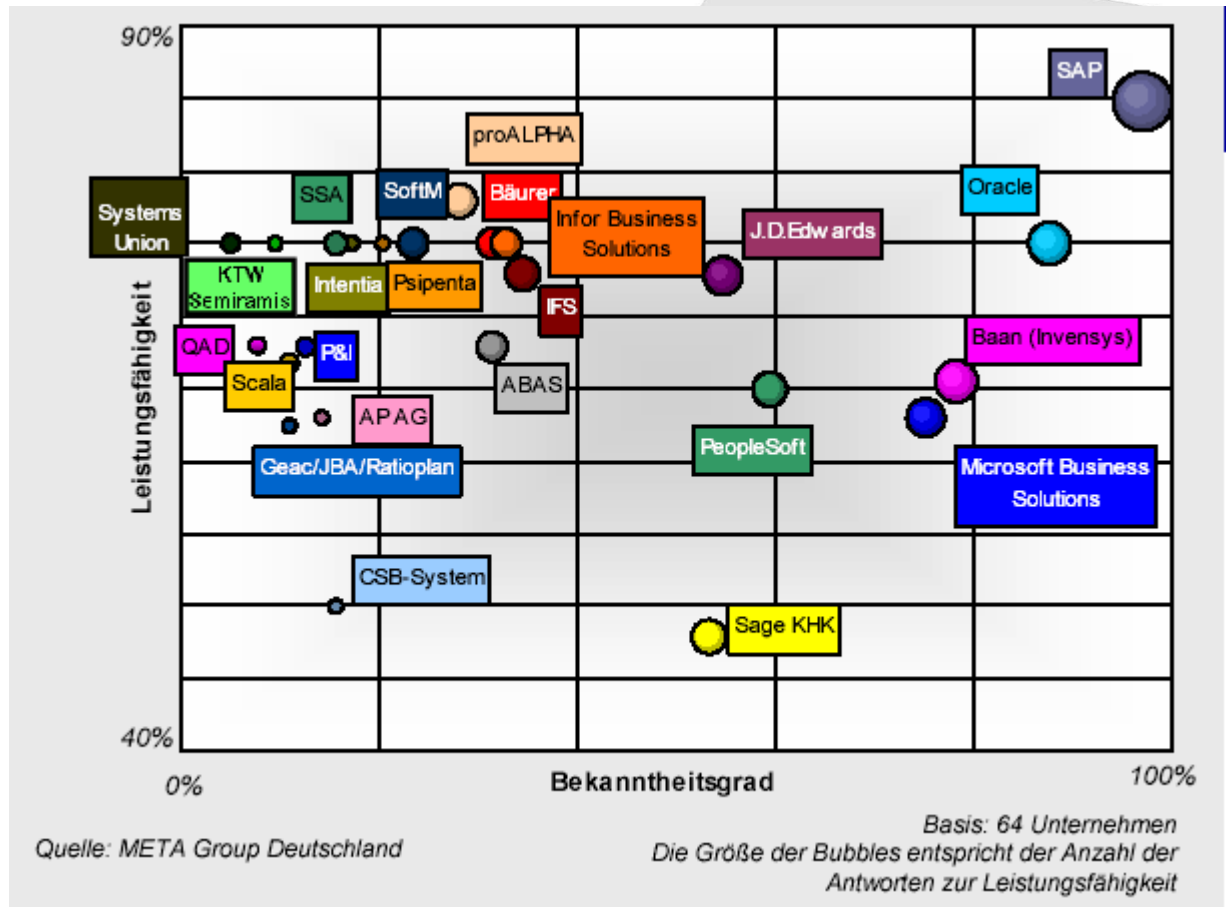
nivel macro las estructuras organizativas o los mecanismos de control propios de las empresas alemanas. A un nivel micro, los condicionantes que actúan a un nivel individual; esto es, cómo va a interactuar el individuo con el software.

En Alemania existe una circunstancia que se da también en España: las empresas grandes han ido absorbiendo a otras más pequeñas en su proceso de crecimiento. Muchas de esas pequeñas empresas tenían ya su propio ERP, lo cual supone unas enormes posibilidades en el campo de la integración. No ya sólo entre ERP's sino también entre ERP y EDI (Electronic Data Interchange).

Dotar a una empresa de un sistema ERP es un proceso caro, largo y difícil. La empresa alemana es consciente de que se va a atar a un solo proveedor durante un largo plazo de tiempo que pueden ser meses o incluso años. De aquí se deriva una vez más la conclusión de que entrar en el mercado con un socio local, al menos al principio, es imprescindible.

Actualmente las objeciones que oponen las empresas a la oferta de establecer un ERP, CRM o EDI pueden resumirse en dos: el elevado coste y el cambio que ello supondría en la propia organización empresarial. La empresa que sepa rebatir dichas objeciones tendrá grandes posibilidades de éxito. Para el segundo de los argumentos no son pocas las empresas de software que están ampliando su oferta a campos como el e-learning o la "reingeniería de procesos".

A título ilustrativo, a continuación se muestra un gráfico realizado por la consultora alemana Metagroup sobre el mercado de ERP en Alemania. En el eje de abscisas se estima el grado de productividad y eficiencia de las empresas presentes en este mercado. En las ordenadas, el grado de popularidad.



CRM

El campo del CRM es sustancialmente mayor. No todas las empresas tienen un tamaño lo suficientemente grande como para necesitar un sistema de planificación de recursos ERP. Pero toda empresa cuando menos debería plantearse si sería conveniente contar con un sistema de administración de relaciones con los clientes o CRM. Esa misma pregunta la hizo en 2003 la empresa Schwetz consulting, a 573 empresas. La pregunta concreta era si iban a introducir en su empresa un sistema CRM. Las respuestas son las siguientes.

No: 47%

Si: 38%

Aun no, pero está planeado: 22%

Cierto es que el dato hay que tomarlo con cautela, pero significa que el 60% de las empresas alemanas piensan en un CRM.

Además de las intenciones de las empresas debemos conocer el estado en que se encuentran, qué software están utilizando actualmente. Los datos, procedentes también de Schwetz, son los siguientes:

ERP, CRM:	33.3%
Desarrollo propio:	28.4%
Software standard (Excel, Access):	25,5%
NS/NC	9,8%

2.2. Obstáculos comerciales

El hecho de que tanto Alemania como España pertenezcan a la Unión Europea simplifica significativamente la introducción de software en esta última. La normativa técnica de fabricación y homologación no difiere sustancialmente de la que sería aplicable en caso de que el producto fuera vendido finalmente en España. A continuación veamos brevemente cada una de las normas que han de ser tenidas en cuenta.

Normas ISO: Son muchas las que afectan al software: las normas ISO 9000 versión 2000, especificidades de la norma ISO 9000-3 para el caso del diseño, desarrollo, suministro, instalación y mantenimiento de software de computación y aplicación de estos conceptos y técnicas, las normas ISO/IEC 9126 e ISO/IEC 12207, su utilización, etc.

Directiva 91/250/CEE sobre la protección jurídica de programas de ordenador: Desde su entrada en vigor en Mayo de 1991 brinda a los programas de ordenador una protección similar a la de las obras literarias y artísticas; por un plazo que se prolonga hasta transcurridos cincuenta años de la muerte de su autor.

Cierto es que la protección aquí consagrada no deja de ser un tanto voluntarista; resultan obvias las dificultades existentes para hacer efectiva tal protección.

Normativa interna de la RFA: La directiva europea se traspuso al derecho alemán con la ley de protección del software de 24 de Junio de 1991. Esta ley modifica la Ley de Derechos de Autor de 1965; la cual ya brindaba protección en este campo. De todas maneras la trasposición de la Directiva hizo más eficaces las medidas antipiratería.

Calidad del producto:

El Instituto Alemán de Certificación (Gesellschaft für Konformitätsbewertung) expide un sello de calidad específico para el software: "Software DIN Geprüft". Dicho sello de calidad

certifica que el producto que lo posee reúne los requisitos establecidos en la norma técnica ISO/IEC 12119, que se aplica tanto al programa informático en sí, como a su envase, embalaje y manual de instrucciones.

La necesidad o no de obtener dicho certificado puede estimarse en función de dos variables:

-En primer lugar, el consumidor alemán otorga importancia a la calidad en una medida aun mayor que otros consumidores de los países de nuestro entorno. Si un producto quiere entrar en el mercado alemán no basta con que tenga la apariencia de ser un producto de calidad; sino que el consumidor no puede verse defraudado. En caso contrario cualquier intento de abordar el mercado alemán estaría abocado irremediablemente al fracaso.

-En segundo lugar, si la empresa española se decide a contar con la colaboración de un socio local, hay que tener en cuenta que es muy probable que dicho socio -ya sea un distribuidor, agente o representante- exija la obtención del mencionado sello de calidad como condición previa.

Para mayor información pueden consultarse las siguientes direcciones web:

www.dincertco.de Instituto Alemán de Certificación.

www.beuth.de Editorial Beuth, especializada en normativa técnica alemana.

Aparte de la mención realizada a la normativa técnica y de calidad que resulta aplicable al software, no podemos hablar en puridad de obstáculos comerciales sino más bien de adaptación al mercado.

En el resto de los apartados cuyo análisis resultaría procedente en este apartado, no presentan en realidad grandes diferencias con el mercado español: Requisitos medioambientales, medios de pago empleados, garantías de las mercancías, etc...

Atributos del producto y diferenciación:

No podemos hablar en puridad de un producto alemán frente al producto extranjero. El mercado alemán de software no difiere en este aspecto de otros mercados europeos. Sí se puede hablar en cambio de productos que provienen de las más diversas procedencias que para poder competir únicamente tienen que cumplir una serie de condiciones. Una de ellas es la *germanización* del producto. Un programa informático, sea del tipo que sea, debe estar traducido al alemán. Alemania es un país donde el conocimiento de otros idiomas, especialmente el inglés, está bastante extendido. Pero el consumidor exige utilizar programas traducidos a su propio idioma. Ello no es por sí solo garantía de éxito, pero si en el mercado existe un programa de similares características al que queremos vender en Alemania y la única diferencia es que el de la competencia está traducido a alemán y el nuestro al inglés, podemos dar por seguro que el consumidor local preferirá el primero.

Estrategias de adaptación:

Es altamente recomendable plantearse la entrada en el mercado alemán de la mano de un socio local. Dicho socio no sólo puede aportar conocimiento del mercado sino que además puede permitir a la empresa española aprovecharse de las ventajas de una imagen de marca que en realidad no tiene; en cierto modo podríamos decir que la empresa española se apropia de la marca del distribuidor alemán.

Claro que tal ventaja no se obtiene fácilmente: Probablemente el distribuidor sea tanto o más exigente con la calidad de nuestro producto que el propio consumidor final. El incumplir las exigencias de calidad de este mercado puede ser fatal también para las empresas locales, y difícilmente incurrirán en ese riesgo.

Estrategias de marketing:

Para la promoción del software español hay que tener en cuenta una serie de medios existentes en el mercado. La elección de unos u otros, o la combinación entre los mismos, es ya algo que corresponde a la dirección de marketing de la empresa. A continuación se presenta una lista no exhaustiva de los posibles medios a emplear en una estrategia de promoción:

Revistas especializadas: Existen multitud de revistas editadas en alemán y presentes tanto en Alemania como en Austria y en Suiza. Muchas de ellas son incluso versiones alemanas de revistas que pueden encontrarse también en España, Francia, Italia o el Reino Unido, como PC Welt. La mayoría de ellas no se circunscriben estrictamente al software sino que abarcan temas más amplios, englobando también otros sectores tales como hardware, imagen y sonido, nuevas tecnologías o telecomunicaciones. Algunas de estas revistas son Digital World, IX, DT Komputer Technik. Para tener una lista actualizada de todas las revistas alemanas especializadas de un determinado sector, puede consultarse a tal efecto la siguiente página web: www.fachzeitung.com, donde se pueden consultar los contenidos, examinar las tiradas e incluso solicitar online los *mediendaten* que incluyen los precios de los anuncios. No obstante, no debe olvidarse que la mayoría de estas revistas dedican reportajes y artículos a los productos de nueva aparición en el mercado. La aparición de nuestro producto en uno de ellos, y la obtención de una crítica favorable en los mismos, debería ser un paso previo a cualquier inversión publicitaria.

Ferias: La asistencia a ferias es de vital importancia. Para ello el ICEX da muchas facilidades a las empresas españolas. Lo más importante es conocer dónde y cuando van a tener lugar las ferias más interesantes para nuestro sector, lo cual no resulta difícil puesto que la propia página web del ICEX contiene información al respecto. Para ferias específicas dentro del mercado alemán existe un buscador específico (www.auma.de) que permite a la empresa española mantenerse al día en este sentido. Si queremos lanzar un producto en el mercado alemán sería deseable no empezar acudiendo a la feria especializada como expositores, sino ir en primer lugar como simple visitante para obtener información y si tener que realizar ningún desembolso económico significativo. Para más información acerca de las ferias puede consultarse el apartado existente a tal efecto en el presente estudio.

Distribución: En función del tipo de software que tratemos de vender en Alemania, deberemos optar por el canal de distribución más adecuado. Sin perjuicio de que la

distribución como tal se vea más adelante, no podemos dejar de resaltar la importancia que tiene como estrategia de marketing.

Televisión, radio, prensa: A excepción de algún tipo de software de entretenimiento lanzado por las grandes compañías con un apoyo puntual en este tipo de medios, no es normal que éstos sean utilizados en Alemania para la promoción del software. Con la excepción hecha de las revistas especializadas, ya mencionadas anteriormente.

La importancia de los prescriptores: Los prescriptores, o creadores de opinión, tienen una importancia capital a la hora de decidir un éxito comercial o el más estrepitoso de los fracasos. Son prescriptores en materia de software fundamentalmente los articulistas de las revistas especializadas. En el campo específico del software de entretenimiento existe también algún programa de televisión donde dichos programas son analizados y valorados. El eco que tales valoraciones producen en el consumidor alemán debe ser tenido en cuenta.

Precio: En relación a este apartado, el mercado alemán no presenta variaciones significativas con respecto al español. Es de aplicación la misma política que la empresa española esté llevando a cabo en el mercado nacional.

Servicio postventa: Hasta el momento hemos tratado de justificar por qué la entrada en el mercado alemán debe plantearse como algo a largo plazo; calidad, imagen de marca, etc. Un adecuado servicio postventa es el complemento adecuado para una buena estrategia de entrada. En el campo del software no requiere una inversión demasiado grande, ni siquiera la implantación en Alemania. Puede prestarse a través de un acuerdo con nuestro socio local o una línea telefónica de soporte técnico.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

El esquema aplicable a la distribución del software es el mismo que hemos venido manteniendo hasta ahora. Dependerá de qué tipo sea el software que queremos vender en Alemania.

Si se trata de un software estandarizado, ya sea de seguridad, entretenimiento, educativo, ect, etc... lo más recomendado para el mercado alemán será ponernos en contacto con un distribuidor específico del producto que estamos vendiendo. Posteriormente será él quien se encargue de distribuir nuestro producto tanto en las grandes superficies (Media Markt, Saturn, Ka De We, etc...) así como en el pequeño comercio.

Sin perjuicio de en los anexos del presente estudio se incluya un listado de distribuidores, es conveniente solicitarlo a la Oficina Económica y Comercial de España, que siempre nos facilitará, de manera gratuita, un informe actualizado.

Si nuestro producto no puede enmarcarse dentro del apartado anterior, sino que estamos hablando de un software diseñado de manera concreta para un cliente específico, no tiene

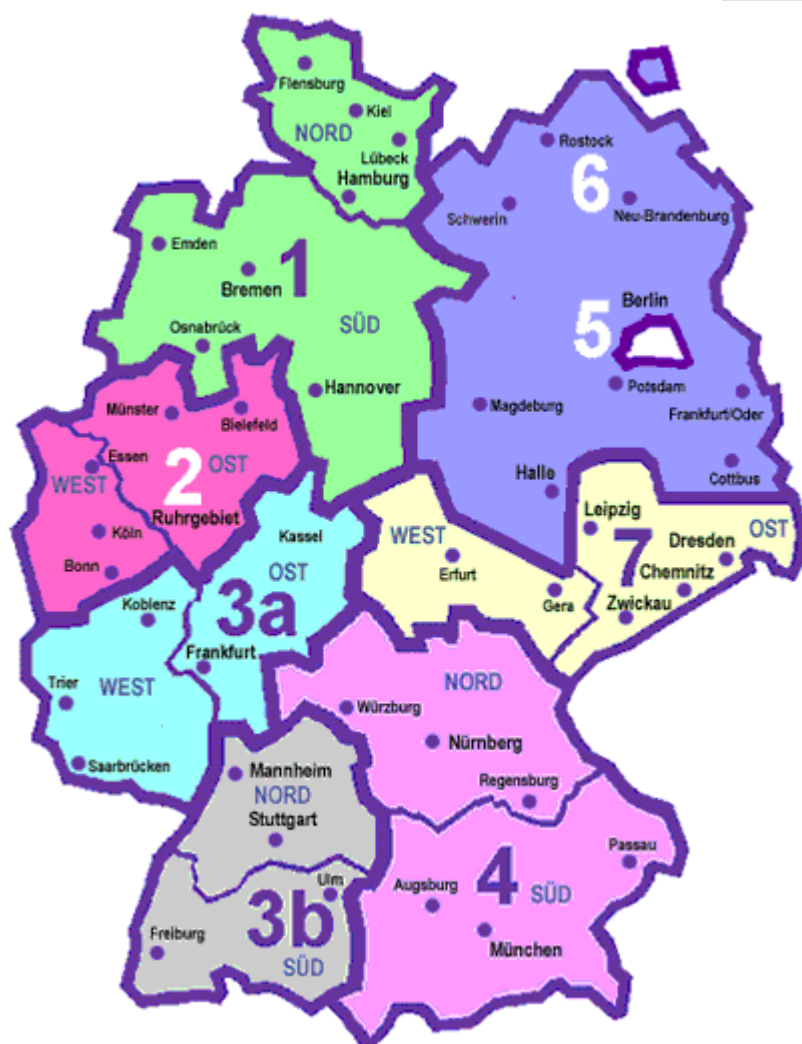
sentido entonces hablar de canales de distribución. En todo caso, de los contactos comerciales a realizar bien por cuenta de la empresa (recuérdese lo dicho en relación a la asistencia a ferias o a las revistas especializadas) o mediante la contratación de un agente que realice contactos y busque oportunidades de negocio.

Ponerse en contacto con un agente comercial es algo más complicado que encontrar un distribuidor; no obstante y al igual que en el punto anterior las Oficinas Comerciales acostumbran a guardar un listado de agentes que se han puesto en contacto con ellas ofreciendo sus servicios.

Por último, en cuanto a la representación en Alemania hay que mencionar que es costumbre no tener un único distribuidor o agente, sino varios que operen según la distinción de las zonas Nielsen con un consumo y características socioeconómicas homogéneas. A estas zonas se hará referencia a la hora de establecer cualquier estrategia de comercialización.

Para mayor información sobre la representación en Alemania, recomendamos la nota elaborada por la Oficina Económica y Comercial en Berlín sobre "La representación Comercial de Bienes de Equipo y de Bienes de Consumo en Alemania"

Las zonas Nielsen en Alemania no se corresponden con la división administrativa del país, sino que son tal y como figuran en el siguiente mapa:



1.2. Principales distribuidores

En los anexos del presente estudio se encontrará un listado exhaustivo de distribuidores según el campo específico de actividad.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1 Estrategias para el contacto comercial

Los contactos comerciales se hacen fundamentalmente a través de tres herramientas:

Las ferias especializadas; ya sea en calidad de expositor o de visitante. Es conveniente a la hora de entrar en un mercado nuevo asistir a las ferias especializadas en calidad de visitante, para tener una idea general de lo que en ellas sucede. Así en la próxima edición se puede acudir con un objetivo claro, aprovechando las múltiples facilidades que otorgan los organismos como el ICEX o las Cámaras de Comercio.

Huelga decir que en la asistencia a la feria como visitante no es en absoluto recomendable tratar de vender nuestros productos. Si se quiere vender es imprescindible hacer el esfuerzo económico que supone montar un stand.

La constancia en la asistencia a las ferias como expositor es algo visto con muy buenos ojos por el cliente germano. Da una imagen de seriedad a la empresa y al producto.

Las asociaciones: El asociacionismo está muy presente en la vida económica alemana. Contactar con la asociación del sector es otro método a tener en cuenta.

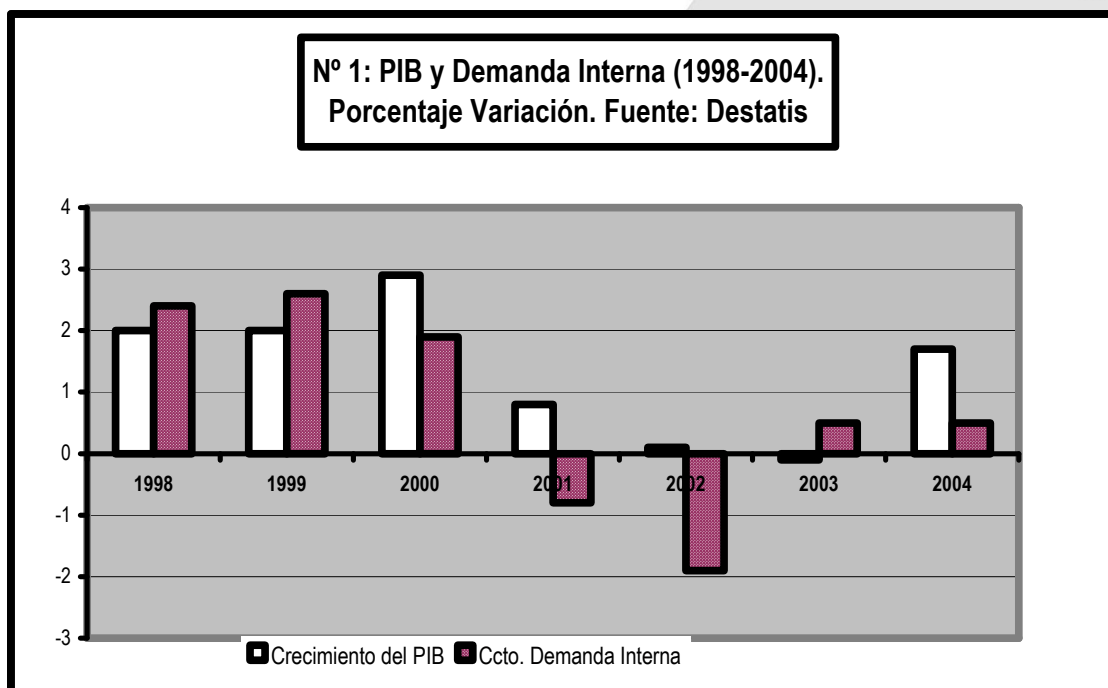
Las revistas especializadas.

IV ● ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores económicos

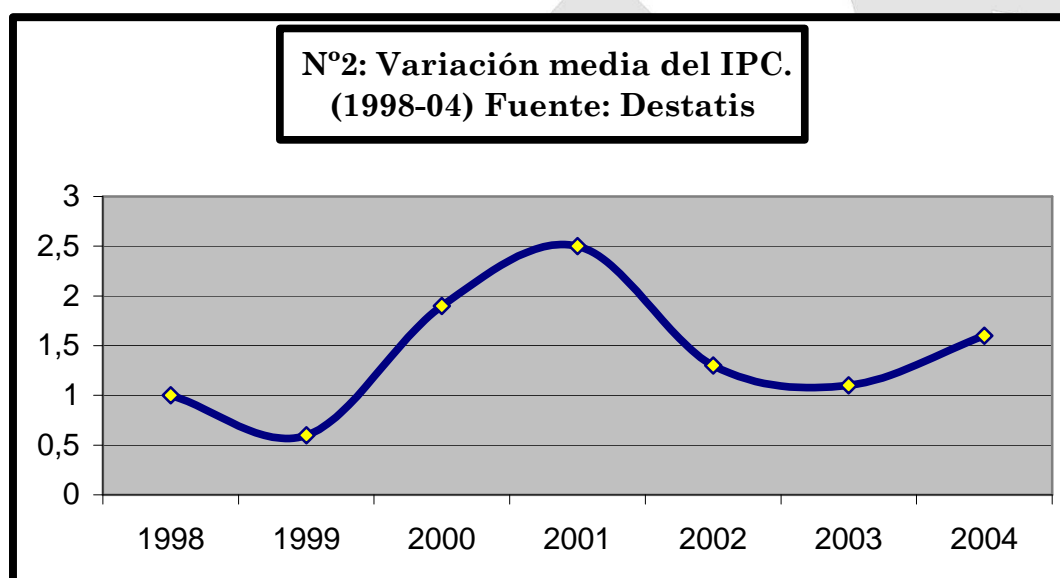
Crecimiento del PIB: Alemania viene padeciendo desde hace ya algunos años una situación de debilidad económica, que se refleja en unas tasas de crecimiento del PIB muy bajas, llegando incluso a la recesión, como en el año 2003. Durante estos últimos años se ha situado siempre a la cola de la Unión Europea en términos de crecimiento económico. Uno de los factores destacados de la crisis económica es el decaimiento de la demanda interna, especialmente acusado desde el año 2000, como puede apreciarse por el gráfico adjunto. Aunque la economía ha experimentado una leve recuperación en el año 2004, ello se ha debido más al tirón de las exportaciones. Y el ritmo de crecimiento continúa siendo comparativamente bajo.

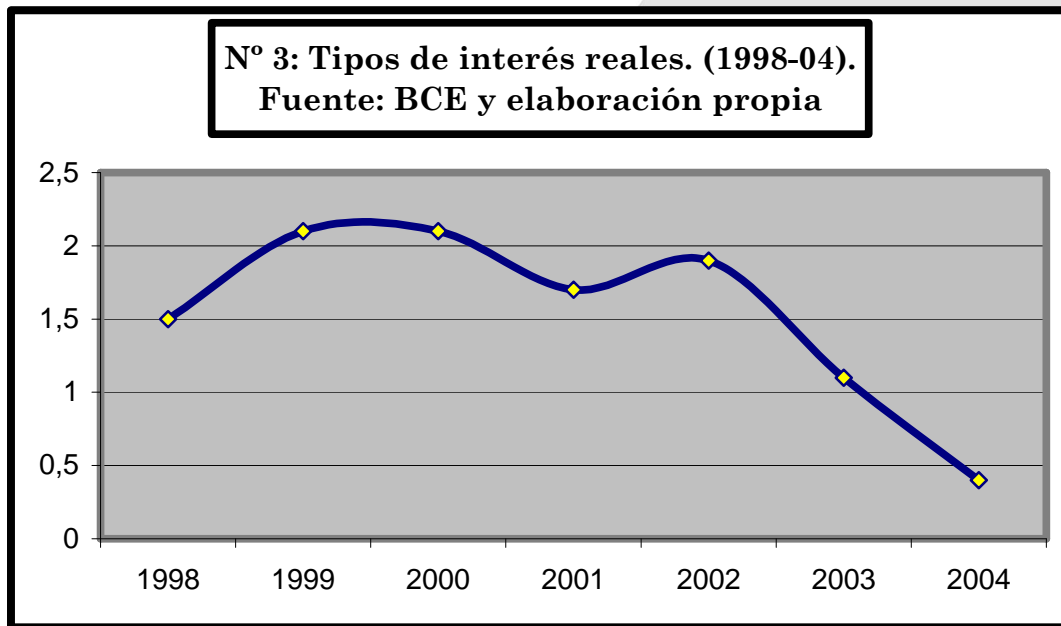


Inflación y tipos de interés: la tasa de inflación en Alemania ha ido disminuyendo, de acuerdo con la tasa de crecimiento del PIB. Ha habido incluso la posibilidad de una deflación en el año 2003. Ha habido un repunte inflacionista en el año 2004, provocado en parte por el tirón de la demanda externa, pero sobre todo por el aumento de ciertos precios administrados – medicamentos, tabaco – y la subida del precio del petróleo.

Pese a las continuas bajadas de tipos de interés por parte del **Banco Central Europeo (BCE)** desde el año 2000 la política del BCE no ha sido suficientemente expansiva en Alemania, dado que los tipos de interés reales son superiores a los del resto de la zona euro. El abaratamiento de las importaciones a través de la fortaleza del Euro frente al dólar ha favorecido la estabilidad de precios, aunque la causa fundamental de una

inflación tan reducida se encuentra en la ya mencionada **debilidad de la demanda interna**.

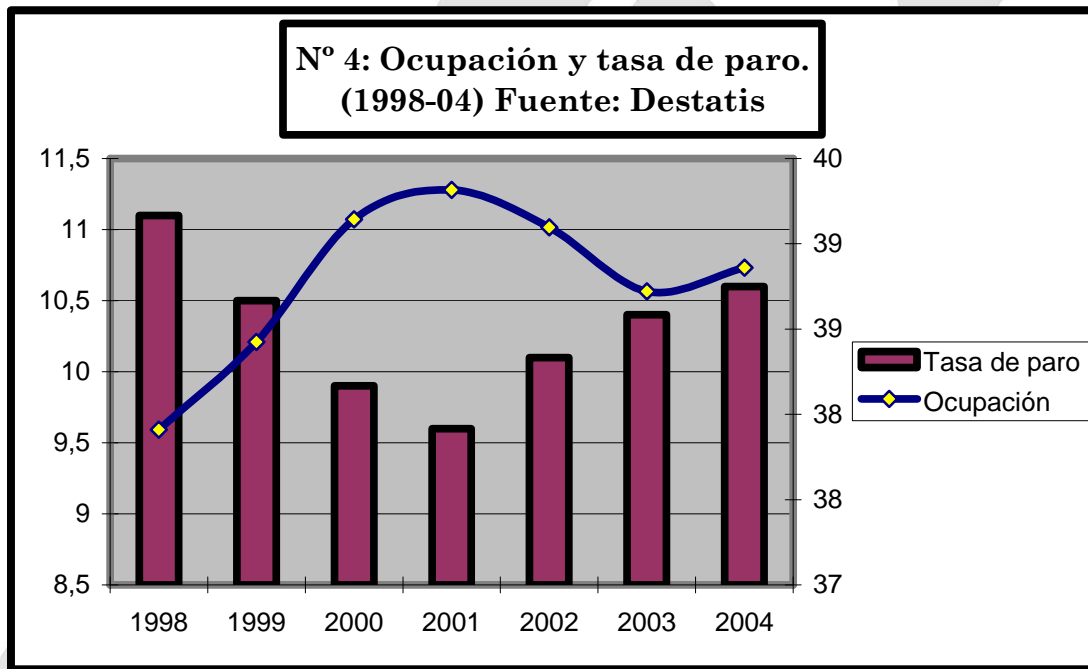




Empleo y paro: el número de empleados en Alemania ha disminuido fuertemente en los años 2001-03(más de 600.000 personas han dejado de trabajar). Aunque han vuelto a aumentar en el año 2004, ello parece más deberse a determinadas medidas gubernamentales, que han hecho aflorar una parte de la economía sumergida, que a una verdadera creación de empleo.

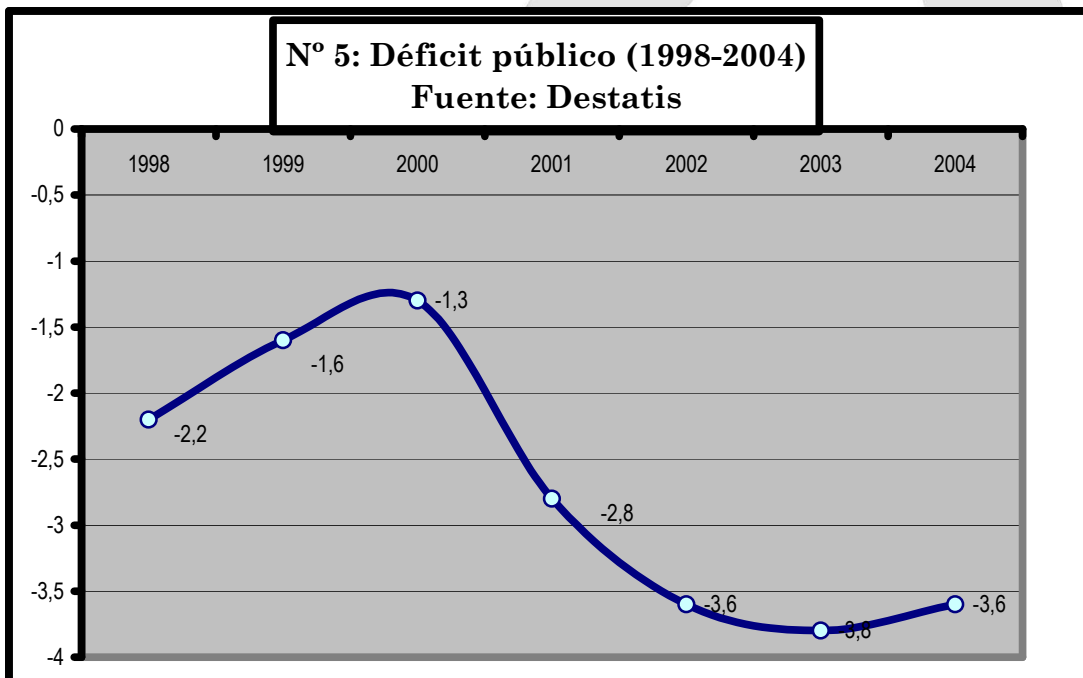
A su vez, las cifras de paro no han dejado de crecer en el mismo período (en diciembre de 2004 hubieron 370.000 parados más que en enero de 2001). A inicios del año 2005 – no

figura en el gráfico -la tasa de paro ha alcanzado su nivel más alto desde al menos 1929. Hay que resaltar la persistente diferencia entre las cifras de paro¹ (10,8%) en el territorio de la antigua República Democrática Alemana (18,4%) y en el de los antiguos Bundesländer (8,5%).



¹ Datos a Diciembre del año 2004.

Déficit público: el déficit alemán ha crecido durante los últimos años, superando durante tres años consecutivos los límites del Pacto de Estabilidad de la Unión Monetaria Europea. Además, no se prevé que dicho déficit vuelva a estar debajo del 3% (en el año 2003 la cifra oficial es del 3,9%) antes del año 2006.



2. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Después de entrevistas telefónicas y conversaciones personales mantenidas con profesionales del sector en algunas de las más importantes ferias alemanas, podemos afirmar que no existe una percepción, ni buena ni mala, del software español. Lo que los alemanes expresan cuando se les pregunta por el particular es la ignorancia absoluta. España es conocido como productor de multitud de artículos, pero entre ellos ninguno relacionado con la informática.

Un esfuerzo muy importante al respecto lo hace la empresa Panda Software, creadora del antivirus del mismo nombre, presente en el mercado alemán y en ferias tan importantes como la CeBIT de Hannover.

VI. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

Hanover (Alemania)



CeBIT - International Trade Fair for Information Technology, Telecommunications, Software & Services (UFI)

lugar	Messegelände
año de fundación	1986
frecuencia (años)	anualmente
fechas	09.03.2006 - 15.03.2006
organizador	Deutsche Messe AG Messegelände · 30521 Hannover Fon: ++49-(0)511-89-0 · Fax: ++49-(0)511-89-32626 http://www.messe.de e-mail: info@messe.de

equipo del proyecto	Fon: ++49-511-89-33101 · Fax: ++49-511-89-32654 e-mail: cebit@messe.de · http://www.cebit.de
Base de datos del expositor	disponible en línea en Internet / acceso por la 'Home Page' de la feria
sector principal	Informática, telecomunicación (sector 42), Electrónica de consumo, técnica radiofónica y televisiva (sector 87), y otros
segmento de la oferta	técnicas de la información, computarización de redes, software, telecomunicaciones, técnicas de bancos, redes de ordenadores, técnica de tarjetas, Internet, servicios TI, técnicas de seguridad, protección de datos, investigación y desarrollo, prestación de servicios
horario/acceso	todos los días 09.00-18.00 hora, admisión del público general
precios de las entradas	entrada para un día EUR 37,00, abono EUR 80,00
precio de alquiler del stand	cubierta (stand adosado) EUR 192,00/m ² , recinto al aire libre EUR 85,00/m ²
Hotelservice	· http://www.travel2fairs.com · e-mail: info@travel2fairs.com

datos estadísticos

	03 2003	03 2004	03 2005
control	FKM	FKM	FKM provisional
superficie (m²)			
superficie bruta	428 600	437 200	404 800
superficie neta	349 385	315 920	315 543
presentaciones	1 773	3 381	7 835
superficie alquilada	347 612	312 539	307 708
cubierta	337 314	303 457	290 316
nacional	248 709	218 633	204 084
extranjero	88 605	84 824	86 232

recinto al aire libre	10 298	9 082	17 392
nacional	9 386	7 537	16 572
extranjero	912	1 545	820
perfil de los expositores			
con stand propio	6 602	6 109	6 246
nacional	3 726	3 168	2 966
extranjero	2 876	2 941	3 280
perfil de los visitantes			
visitantes (entradas vendidas, a partir de 2001: accesos registrados en la entrada)			
total	556 248	489 230	474 082
nacional	444 442*	376 707*	345 606*
extranjero	111 806*	112 523*	128 476*

* = establecido por encuesta representativa

Hanover (Alemania)



Digital Factory/HANNOVER MESSE - Feria de software industrial y soluciones informáticas

lugar	Messegelände
año de fundación	2004
frecuencia (años)	anualmente
fechas	24.04.2006 - 28.04.2006
organizador	Deutsche Messe AG Messegelände · 30521 Hannover

	Fon: ++49-(0)511-89-0 · Fax: ++49-(0)511-89-32626 http://www.messe.de e-mail: info@messe.de
equipo del proyecto	Fon: ++49-511-89-31135 · Fax: ++49-511-89-31323 e-mail: hannovermesse@messe.de · http://www.digital-factory.com
Base de datos del expositor	disponible en línea en Internet / acceso por la 'Home Page' de la feria
sector principal	Informática, telecomunicación (sector 42)
segmento de la oferta	técnicas de ordenadores, software, prestación de servicios, automatización de la fabricación, automatización de procesos, procedimiento de aplicación, automatización, procesamiento de imágenes industrial, redes de ordenadores
horario/acceso	1. - 5. Tag 09.00-18.00 hora, admisión del público general
precios de las entradas	entrada para un día EUR 24,00, abono EUR 53,00
precio de alquiler del stand	cubierta (stand adosado) EUR 175,00/m ² , recinto al aire libre EUR 68,00/m ²
Hotelservice	· http://www.travel2fairs.com · e-mail: info@travel2fairs.com

datos estadísticos

	04 2004	04 2005
control	FKM	FKM provisional
superficie (m²)		
superficie bruta	11 000	8 100
superficie neta	3 238	4 303
presentaciones	224	220
superficie alquilada	3 014	4 083
cubierta	3 014	4 083

nacional	2 818	3 926
extranjero	196	157
perfil de los expositores		
con stand propio	154	222
nacional	130	201
extranjero	24	21
perfil de los visitantes		
visitantes		
visitantes	40 891*	35 816*
nacional	31 241*	26 146*
extranjero	9 650*	9 670*

* = establecido por encuesta representativa

Leipzig (Alemania)



GC - Games Convention - Primera feria europea de entretenimiento interactivo, informativo, educativo y hardware

lugar	Messegelände
año de fundación	2002
frecuencia (años)	anualmente
fechas	23.08.2006 - 27.08.2006
organizador	Leipziger Messe GmbH Messe-Allee 1 · 04356 Leipzig Fon: ++49-341-678-0 · Fax: ++49-341-678-8762

	http://www.leipziger-messe.de e-mail: info@leipziger-messe.de		
equipo del proyecto	Fon: ++49-0341-678-8280 · Fax: ++49-0341-678-8282 e-mail: info@gc-germany.com · http://www.gc-germany.com		
Base de datos del expositor	no disponible en línea en Internet		
sector principal	Informática, telecomunicación (sector 42)		
segmento de la oferta	software, hardware de ordenadores, juegos de ordenador, técnicas de ordenadores		
horario/acceso	1. Tag 09.00-18.00 hora, únicamente para visitantes profesionales, todos los días 09.00-18.00 hora, admisión del público general		
datos estadísticos			
	08 2002	08 2003	08 2004
control	no	no	FKM
superficie (m²)			
superficie bruta	30 000	40 000	60 000
superficie neta	24 376	30 664	33 239
presentaciones	11 310	12 773	11 960
superficie alquilada	13 066	17 891	21 279
cubierta	13 066	17 891	20 719
nacional	12 767	17 682	20 595
extranjero	299	209	124
recinto al aire libre			560
nacional			560
perfil de los expositores			
con stand propio	161	201	241
nacional	144	181	219

extranjero	17	20	22
perfil de los visitantes			
visitantes			
visitantes	80 000	92 000	105 030
nacional		89 700*	101 564*
extranjero		2 300*	3 466*

* = establecido por encuesta representativa

Essen (Alemania)



DMS EXPO - Feria internacional monográfica líder en Europa y congreso para la gestión de contenidos y documentos de empresas

lugar	Messegelände
año de fundación	1995
frecuencia (años)	anualmente
fechas	19.09.2006 - 21.09.2006
organizador	Koelnmesse GmbH Messeplatz 1 · 50679 Köln Fon: ++49-221-821-0 · Fax: ++49-221-821-2574 http://www.koelnmesse.de e-mail: info@koelnmesse.de
equipo del proyecto	Fon: ++49-221-821-2376 · Fax: ++49-221-821-3981 e-mail: dms@koelnmesse.de · http://www.dms-expo.de
Base de datos del	disponible en línea en Internet / acceso por la 'Home Page' de la feria

expositor	
Promotor/Patrocinador	Verband Organisations- und Informationssysteme (VOI)
sector principal	Informática, telecomunicación (sector 42)
segmento de la oferta	bancos de datos, software, sistemas de archivo, técnicas digitales
horario/acceso	Di. + Mi. 09.00-18.00 hora, Do. 09.00-17.00 hora, únicamente para visitantes profesionales
Hotelservice	.
	e-mail: touristikzentrale@essen.de

datos estadísticos

	09 2002	09 2003	09 2004
control	no	no	no
superficie (m²)			
superficie bruta		15 000	14 500
superficie neta	15 640	8 825	
superficie alquilada	15 640	8 825	
cubierta	15 640	8 825	
nacional	14 076	8 470	
extranjero	1 564	355	
perfil de los expositores			
con stand propio	124	104	308
nacional	112	92	276
extranjero	12	12	32

procedencia de los expositores (2004) de 15 países

Alemania (276), Austria (4), Bélgica (2), Estados Unidos (4), Francia (1), Grecia (1), Irán (1), Israel (1), Italia (2), Noruega (1), Países Bajos (2), Reino Unido (4), República Checa (1), Suiza (7), Taiwan (1)

perfil de los visitantes

visitantes			
visitantes	16 726	15 827	17 325
nacional	15 221*	14 245*	15 922*
extranjero	1 505*	1 582*	1 403*

* = establecido por encuesta representativa

Munich (Alemania)



SYSTEMS - IT.Media.Communications (UFI)

lugar	Neue Messe
año de fundación	1971
frecuencia (años)	anualmente
fechas	23.10.2006 - 27.10.2006
organizador	Messe München GmbH Messegelände · 81823 München Fon: ++49-89-949-11628 · Fax: ++49-89-949-11629 http://www.messe-muenchen.de
equipo del proyecto	Fon: ++49-89-949-11718 · Fax: ++49-89-949-11719 e-mail: info@systems.de · http://www.systems.de
Base de datos del expositor	disponible en línea en Internet / acceso por la 'Home Page' de la feria
sector principal	Informática, telecomunicación (sector 42)
segmento de la oferta	telecomunicaciones, técnicas de comunicaciones, multimedia, técnicas de la información, redes de ordenadores, técnicas de ordenadores, software, protección de datos, accesorios, computarización de redes, técnicas digitales, tecnologías

horario/acceso	todos los días 09.00-18.00 hora, admisión del público general, Registrierung erforderlich.		
datos estadísticos			
	10 2002	10 2003	10 2004
control	FKM	FKM	FKM
superficie (m²)			
superficie bruta	88 000	77 000	77 000
superficie neta	41 376	27 643	24 670
presentaciones	1 850	720	2 391
superficie alquilada	39 526	26 923	22 279
cubierta	39 526	26 923	22 279
nacional	37 282	25 313	20 334
extranjero	2 244	1 610	1 945
perfil de los expositores			
con stand propio	1 670	1 302	1 229
nacional	1 458	1 104	1 057
extranjero	212	198	172
procedencia de los expositores (2004) de 28 países			
Alemania (1079), Austria (30), Bulgaria (11), Canada (2), Corea (República) (1), Croacia (4), Dinamarca (1), Eslovenia (9), Estados Unidos (12), Finlandia (1), Francia (3), Hungría (21), India (1), Israel (1), Italia (3), Luxemburgo (6), Macedonia (5), Noruega (1), Países Bajos (6), Polonia (4), Reino Unido (13), República Checa (14), Rumania (27), Rusia (1), Serbia y Montenegro (9), Suecia (2), Suiza (7), Taiwan (1)			
perfil de los visitantes			
visitantes (entradas vendidas, a partir de 2001: accesos registrados en la entrada)			
total	72 950	71 790	65 859
nacional	66 822*	66 765*	61 381*
extranjero	6 128*	5 025*	4 478*

2. LISTADO DE DISTRIBUIDORES

Sistemas operativos. Software de sistemas y programas de soporte.			
ADN Advanced Database Network Distribution GmbH			
Auf der Heide 3	Bochum		
Teléfono	+49 (0)2 34 97 35-0	Fax:	(02 34) 97 35-560
info@adn.de	www.adn.de		
AM Professional Services GmbH			
Rotwandweg 5 A	Taufkirchen, Kr. München		
Teléfono	+49 (0) 89 6 14 58 90	Fax:	(0 89) 61 45 89 59
asb Systemhaus GmbH			
Motzstraße 1	Erfurt		
Teléfono	+49 (0)3 61 66 47 70	Fax:	(03 61) 6 64 77 21
info@asb-systemhaus.de	www.asb-systemhaus.de		
B C O GmbH			
Otto-Hahn-Straße 40	Bad Salzufen		
Teléfono	+49 (0) 52 22 9 99 90	Fax:	(0 52 22) 99 99 99
info@bco-gmbh.de	www.dco-gmbh.com		
BASIS International Software GmbH			
Kreuzberger Ring 23	Wiesbaden		
Teléfono	+49 (0)6 11 7 14 66 82	Fax:	(06 11) 7 14 66 83
info@basis-gmbh.com	www.basis-gmbh.com		

Berner & Mattner Systemtechnik GmbH			
Otto-Hahn-Straße 34	Ottobrunn		
Teléfono	+49 (0) 89 60 80 90-0	Fax:	(0 89) 6 09 81 82
info@bms.de	www.bms.de		
BORSU Computer GmbH			
Wiesenstraße 70, Gebäude B1/B4	Düsseldorf		
Teléfono	+49 (0)2 11 5 60 70	Fax:	(02 11) 56 07 10
info@borsu.com	www.borsu.com www.borsu.de		
Business Tools Consulting GmbH			
Mittelstraße 7	Schönefeld		
Teléfono	+49 (0) 30 6 34 02 30	Fax:	(0 30) 63 40 23 19
info@btc-gmbh.de	www.btc-gmbh.de		
CENIT AG Systemhaus			
Industriestraße 52-54	Stuttgart		
Teléfono	+49 (0)7 11 78 25-0	Fax:	(07 11) 78 25-40 00
info@cenit.de	www.cenit-group.com		
CETERA Computer-Vertriebs-Gesellschaft mbH			
Daimlerstraße 10	Kaarst		
Teléfono	+49 (0) 21 31 6 00 90	Fax:	(0 21 31) 66 72 34
info@cetera.de cetera@cetera.de	www.cetera.de		
Concurrent Computer GmbH			
Lena-Christ-Straße 46	Planegg		
Teléfono	+49 (0) 89 85 60 30	Fax:	(0 89) 85 60 31 50
	www.ccur.com		

CSS Computer Security Service GmbH			
Wilhelm-Beckmann-Straße 15	Essen		
Teléfono	+49 (0)2 01 2 78 82 86	Fax:	(02 01) 2 78 84 50
info@css-online.de	www.css-online.de		
CSS Computer Software Service Franz Schneider GmbH			
Robert-Bosch-Straße 22	Künzelsau		
Teléfono	+49 (0) 79 40 9 10 60	Fax:	(0 79 40) 91 06 66
Dastur Engineering International GmbH			
Oststraße 10	Düsseldorf		
Teléfono	+49 (0)2 11 17 85 40	Fax:	(02 11) 36 39 13
dei@dastur.d.uunet.de	www.dasturco.co.in		
Data Integral Gesellschaft für Informations- und Bürosysteme mbH			
Urachstraße 17	Freiburg		
Teléfono	+49 (0)7 61 70 31 10	Fax:	(07 61) 7 85 91
info@data-integral.de	www.data-integral.de		
sales@data-integral.de			
Datalog-Systeme zur Messwerterfassung GmbH & Co. KG			
Trompeterallee 110	Mönchengladbach		
Teléfono	+49 (0) 21 66 9 52 00	Fax:	(0 21 66) 95 20 20
info@datalog-kg.de	www.datalog-kg.de		
Dr.-Ing. Stahl GmbH			
Berliner Straße 88 A	Berlin		
Teléfono	+49 (0) 30 4 05 14 70	Fax:	(0 30) 4 04 67 19

DUDAS-ELEKTRONIK			
Jesinger Strape 23	Kirchheim unter Teck		
Teléfono	+49 (0) 70 21 5 32 03	Fax:	(0 70 21) 5 32 23
info@dudas.de			
ESS IT-Service Software Solution Center			
Augsburger Straße 31	Augsburg		
Teléfono	+49 (0)8 21 22 81 92-0	Fax:	(08 21) 22 81 92-21
info@ess-it-service.de	www.ess-it-service.de		
Freicon AG			
Munzinger Straße 5 a	Freiburg		
Teléfono	+49 (0)7 61 4 54 90	Fax:	(07 61) 4 54 91 79
vpm@freicon.de	www.freicon.de		
HMK Computer Technologies GmbH			
Am Kronberger Hang 2	Schwalbach		
Teléfono	+49 (0) 61 96 53 31 77	Fax:	(0 61 96) 53 31 99
info@hmk.de helmut.muehl- kuehner@hmk.de	www.hmk.de		
IDS Helmut Vida			
Siedlerstraße 48	Gäufelden		
Teléfono	+49 (0) 70 32 79 74-0	Fax:	(0 70 32) 79 74-11
info@ids-net.de	www.ids-net.de		
IGE + XAO Software Vertriebs GmbH			
Bahnhofstraße 22	Rastatt		
Teléfono	+49 (0) 72 22 77 47 38	Fax:	(0 72 22) 77 47 59
info.de@ige-xao.com	www.ige-xao.com		

Intel GmbH			
Dornacher Straße 1	Feldkirchen		
Teléfono	+49 (0) 89 99 14 30	Fax:	(0 89) 9 04 39 48
	www.intel.com www.intel.de		
Interleaf GmbH			
Fohrtweg 5	Seelze		
Teléfono	+49 (0) 51 37 12 87 37	Fax:	(0 51 37) 12 87 39
indirect@interleaf.com	www.interleaf.com		
iSOFT Systemhaus GmbH West			
Elbestraße 8	Marl		
Teléfono	+49 (0) 23 65 92 49 30	Fax:	(0 23 65) 9 24 93 19
isoft@t-online.de	www.i-soft-net.de		
Klopfer Datennetzwerk GmbH			
Turnerstraße 6	Böhlen		
Teléfono	+49 (0)3 42 99 60 10	Fax:	(03 42 99) 6 01 25
info@klopfer.com	www.klopfer.com		
LTX (Deutschland) GmbH			
Feringasträße 4	Unterföhring		
Teléfono	+49 (0) 89 4 62 35 50	Fax:	(0 89) 46 23 55 10
	www.ltx.com		
MISCO Germany Inc.			
Robert-Bosch-Straße 1-3	Langen		
Teléfono	+49 (0) 61 03 30 50	Fax:	(0 61 03) 30 51 11
bestellinfo@misco.de	www.misco.de		

MSC Vertriebs GmbH			
Industriestraße 16	Stutensee		
Teléfono	+49 (0) 72 49 91 00	Fax:	(0 72 49) 79 93
stutensee@msc-ge.com	www.msc-ge.com		
Neumüller Fenner Elektronik GmbH			
Henleinstraße 1	Markt Schwaben		
Teléfono	+49 (0) 81 21 25 83-0	Fax:	(0 81 21) 25 83-80
info@Neumueller.com	www.neumueller.com		
NOVELL GmbH			
Monschauer Straße 12	Düsseldorf		
Teléfono	+49 (0)2 11 56 31-0	Fax:	(02 11) 56 31-250
	www.novell.de		
Otto Mauthe Zeit- und Sicherheits-Systeme GmbH			
Wilhelm-Jerger-Straße 13	Niedereschach		
Teléfono	+49 (0) 77 28 9 26 60	Fax:	(0 77 28) 92 66 20
info@mauthe.com	www.mauthe.com		
PROUT AG			
Röntgenstraße 3	Darmstadt		
Teléfono	+49 (0) 61 51 93 06	Fax:	(0 61 51) 93 09 93
info@prout.de	www.prout.de		
Rexroth Sicherheitstechnik Vertriebs GmbH			
Harpener Feld 33	Bochum		
Teléfono	+49 (0)2 34 5 98 53	Fax:	(02 34) 5 98 54
rexroth-bochum@t-online.de			

Scientific Computers GmbH			
Friedlandstraße 18	Aachen		
Teléfono	+49 (0)2 41 40 00 80	Fax:	(02 41) 4 00 08 13
info@scientific.de	www.scientific.de		
schwabe + braun netzwerke GmbH			
Mollenbachstraße 10	Leonberg		
Teléfono	+49 (0) 71 52 3 57 66-0	Fax:	(0 71 52) 3 57 66-55
info@schwabe-braun.net	www.schwabe-braun.net		
SIV AG			
Konrad-Zuse-Straße 1	Roggentin		
Teléfono	+49 (0)3 81 25 24-0	Fax:	(03 81) 25 24-599
info@siv.de	www.siv.de		
Software-Ingenieurbüro Knöbel PC-Komplett-Service			
Im Wiesengrund 1	Delmenhorst		
Teléfono	+49 (0) 42 21 4 28 12	Fax:	(0 42 21) 4 02 11
Info@pc-komplett.de	www.pc-komplett.de		
Sophos GmbH			
Am Hahnenbusch 14 b	Nieder-Olm		
Teléfono	+49 (0) 61 36 9 11 93	Fax:	(0 61 36) 91 19 40
info@sophos.de	www.sophos.de		
Spatial Technology GmbH			
An der Eickesmühle 10	Mönchengladbach		
Teléfono	+49 (0) 21 66 91 55 70	Fax:	(0 21 66) 91 50 86
info@spatial.com	www.spatial.com		

TISCON AG			
Edisonallee 1-3	Neu-Ulm		
Teléfono	+49 (0)7 31 9 54 48-0	Fax:	(07 31) 9 54 48-900
info@tiscon.de	www.tiscon.de		
Unique a division of Memec GmbH			
Leonhardsweg 2	Unterhaching		
Teléfono	+49 (0) 89 6 15 23 90	Fax:	(0 89) 6 15 23 93 97 (Vertrieb)
info@unique.de.memec.com	www.unique.memec.com		
VERITAS Software Vertriebs GmbH			
Fischertwiete 2	Hamburg		
Teléfono	+49 (0) 40 32 00 58 00	Fax:	(0 40) 32 00 52 00
	www.veritas.com/de		
vmesystems Modul + Vertrieb GmbH			
Butzbacher Straße 16	Butzbach		
Teléfono	+49 (0) 60 33 61 93	Fax:	(0 60 33) 61 96
vmesystems@t-online.de			
Westcomp Systems Helmut Weber			
Rudolf-Diesel-Straße 7 b	Gilching		
Teléfono	+49 (0) 81 05 2 20 69	Fax:	(0 81 05) 90 20

Software para aplicaciones de burótica, comerciales, profesionales y financieras (parte I)

SAP Deutschland AG & Co. KG

dirección: Neurottstraße 15 a D-69190 Walldorf
Tlf / fax +49 (0) 62 27 7-4 74 74 (0 62 27) 7-5 75 75, (08 00) 5 34 34 2
www.sap.de

Concurrent Computer GmbH

dirección: Lena-Christ-Straße 46 D-82152 Planegg
Tlf / fax +49 (0) 89 85 60 30 (0 89) 85 60 31 50
www.ccur.com

Data Integral Gesellschaft für Informations- und Bürosysteme mbH

dirección: Urachstraße 17 D-79102 Freiburg
Tlf / fax +49 (0)7 61 70 31 10 (07 61) 7 85 91
info@data-integral.de sales@data-integral.de www.data-integral.de

DUDAS-ELEKTRONIK

dirección: Jesinger Strape 23 D-73230 Kirchheim unter Teck
Tlf / fax +49 (0) 70 21 5 32 03 (0 70 21) 5 32 23
info@dudas.de

iSOFT Systemhaus GmbH West

dirección: Elbestraße 8 D-45768 Marl
Tlf / fax +49 (0) 23 65 92 49 30 (0 23 65) 9 24 93 19
isoft@t-online.de www.i-soft-net.de

Software-Ingenieurbüro Knöbel PC-Komplett-Service			
dirección:	Im Wiesengrund 1	D-27751	Delmenhorst
Tlf / fax	+49 (0) 42 21 4 28 12		(0 42 21) 4 02 11
	Info@pc-komplett.de		www.pc-komplett.de

Landis GmbH			
dirección:	Blumenbergerstraße 143-145	D-41061	Mönchengladbach
Tlf / fax	+49 (0) 21 61 35 29 00		(0 21 61) 35 29 02 90

NOVELL GmbH			
dirección:	Monschauer Straße 12	D-40549	Düsseldorf
Tlf / fax	+49 (0)2 11 56 31-0		(02 11) 56 31-250
			www.novell.de

OptiCom Computersysteme GmbH			
dirección:	Bismarkstraße 59	D-64293	Darmstadt
Tlf / fax	+49 (0) 61 51 6 68 45 40		(0 61 51) 6 68 45 75
	opticom@t-online.de		

Prologue GmbH			
dirección:	Frankfurter Straße 181	D-63263	Neu-Isenburg
Tlf / fax	+49 (0) 61 02 7 98 48-20		(0 61 02) 7 98 48-28
	info@prologue.de		www.prologue.de

PROUT AG			
dirección:	Röntgenstraße 3	D-64291	Darmstadt
Tlf / fax	+49 (0) 61 51 93 06		(0 61 51) 93 09 93
	info@prout.de		www.prout.de

Dr.-Ing. Stahl GmbH			
dirección:	Berliner Straße 88 A	D-13467	Berlin
Tlf / fax	+49 (0) 30 4 05 14 70		(0 30) 4 04 67 19

Software para aplicaciones de buróptica, comerciales, profesionales y financieras (parte II)

ABB Automation Products GmbH			
dirección:	Dudenstraße 44	D-68167	Mannheim
Tlf / fax	+49 (0)6 21 3 8117 42		(06 21) 3 81-17 77

ADN Advanced Database Network Distribution GmbH			
dirección:	Albert-Einstein-Straße 14	D-12489	Berlin
Tlf / fax	+49 (0) 30 63 92 41 35		(0 30) 63 92 41 36

Adobe Systems GmbH			
dirección:	Ohmstraße 1	D-85716	Unterschleißheim
Tlf / fax	+49 (0) 89 31 70 50		(0 89) 31 70 57 05 (Adobe SeminarCenter)
	cic@adobe.com		www.adobe.com www.adobe.de

ALOS GmbH	
dirección: Dieselstraße 17	D-50859 Köln
Tlf / fax +49 (0) 22 34 40 08-0	(0 22 34) 40 08-456
info@alos.de	www.alos.de

Attachmate International Sales GmbH	
dirección: Wamslerstraße 4	D-81829 München
Tlf / fax +49 (0) 89 99 35 10	(0 89) 99 35 11 11
info@attachmate.de	www.attachmate.de

BARCODAT GmbH	
dirección: Robert-Bosch-Straße 13	D-72280 Dornstetten
Tlf / fax +49 (0) 74 43 96 01-0	(0 74 43) 39 99
vertrieb@barcodat.de	www.barcodat.de

Bavaria Zeitsysteme GmbH	
dirección: Auflegerstraße 12	D-81735 München
Tlf / fax +49 (0) 89 4 50 97 40	(0 89) 45 09 74-50
info@bedatime.de	www.bedatime.de

Bekau Auszeichnungssysteme	
dirección: Gabelsberger Straße 18	D-63225 Langen
Tlf / fax +49 (0) 61 03 2 18 66	(0 61 03) 2 81 98
kontakt@bekau.de	www.bekau.de

BORSU Computer GmbH	
dirección: Wiesenstraße 70, Gebäude B1/B4	D-40549 Düsseldorf
Tlf / fax +49 (0)2 11 5 60 70	(02 11) 56 07 10
info@borsu.com	www.borsu.com www.borsu.de

Burr & Partner

dirección: Mörikestraße 8 D-75397 Simmozheim
Tlf / fax +49 (0) 70 33 96 81 (0 70 33) 95 17
mail@burrbw.de www.burrbw.de

CLEVER Systemtechnik Vertriebs GmbH

dirección: Kirschenleite 17 D-91220 Schnaittach
Tlf / fax +49 (0) 91 53 9 22-0 (0 91 53) 9 22-333
info@clever-etiketten.de www.clever-etiketten.de

CNS Computer Network Systems GmbH

dirección: Wullener Feld 54 D-58454 Witten
Tlf / fax +49 (0) 23 02 9 14 21-0 (0 23 02) 9 14 21-21
info@centurio.de info@cnscomputer.de www.cnscomputer.de

Concurrent Computer GmbH

dirección: Lena-Christ-Straße 46 D-82152 Planegg
Tlf / fax +49 (0) 89 85 60 30 (0 89) 85 60 31 50
www.ccur.com

COT Computer Oem Trading GmbH

dirección: Güterstraße 5 D-64807 Dieburg
Tlf / fax +49 (0) 60 71 92 70 (0 60 71) 92 71 49
info@cot.de www.cot.de

CRH Datensysteme GmbH

dirección: Hasselwerder Straße 76 D-21129 Hamburg
Tlf / fax +49 (0) 40 42 10 34 18 (0 40) 42 10 34 20
info@crr-hh.de www.crr-hh.de

CSS Computer Software Service Franz Schneider GmbH

dirección: Robert-Bosch-Straße 22
Tlf / fax +49 (0) 79 40 9 10 60

D-74653 Künzelsau
(0 79 40) 91 06 66

CUBUS AG

dirección: Roggengabel 7 g
Tlf / fax +49 (0) 40 64 41 37-10
info@cubus.com

D-22397 Hamburg
(0 40) 64 41 37-11
www.cubus.com

CheSS Software- und Systemhaus Chemnitz GmbH

dirección: Stollberger Straße 33
Tlf / fax +49 (0)3 71 2 82 22 92

D-09221 Neukirchen (Erzgebirge)
(03 71) 23 62 99 48, 23 62 99 49

ChipSet Computersysteme und Service GmbH

dirección: Dunckerstraße 2
Tlf / fax +49 (0) 30 4 41 92 80
straube@chipset.de

D-10437 Berlin
(0 30) 4 41 92 82
www.chipset.de

DANKA Deutschland Holding GmbH

dirección: Hedelfinger Straße 58
Tlf / fax +49 (0)7 11 4 01 70
info@danka.de

D-70327 Stuttgart
(07 11) 40 17 35 30
www.danka.de

Dastur Engineering International GmbH

dirección: Oststraße 10
Tlf / fax +49 (0)2 11 17 85 40
dei@dastur.d.uunet.de

D-40211 Düsseldorf
(02 11) 36 39 13
www.dasturco.co.in

Data Integral Gesellschaft für Informations- und Bürosysteme mbH

dirección: Urachstraße 17 D-79102 Freiburg
Tlf / fax +49 (0)7 61 70 31 10 (07 61) 7 85 91
info@data-integral.de sales@data-integral.de www.data-integral.de

DECATES-Computeranlagen GmbH

dirección: Dresdener Straße 44 D-64372 Ober-Ramstadt
Tlf / fax +49 (0) 61 54 6 33 10 (0 61 54) 63 31 30
hkoch@decates.de

Deutsche Post AG Direkt Marketing Center Freiburg

dirección: Jechtinger Straße 8 D-79111 Freiburg
Tlf / fax +49 (0)7 61 47 95 70 (07 61) 4 79 57 19
dmcenter.FR@DeutschePost.de www.deutschepost.de/direktmarketing/

Dr.-Ing. Stahl GmbH

dirección: Berliner Straße 88 A D-13467 Berlin
Tlf / fax +49 (0) 30 4 05 14 70 (0 30) 4 04 67 19

DUDAS-ELEKTRONIK

dirección: Jesinger Straße 23 D-73230 Kirchheim unter Teck
Tlf / fax +49 (0) 70 21 5 32 03 (0 70 21) 5 32 23
info@dudas.de

EASY SOFTWARE AG

dirección: Alt-Moabit 60 a D-10555 Berlin
Tlf / fax +49 (0) 30 3 90 40 40 (0 30) 39 04 04 40
information.berlin@easy.de

EASY SOLUTIONS GmbH

dirección: Schleefstraße 2 e
Tlf / fax +49 (0)2 31 45 99 10

D-44287 Dortmund
(02 31) 4 59 91 99
www.easy.de

EBJ Elektronik Bauelemente Vertrieb

dirección: Daimler-Straße 53
Tlf / fax +49 (0) 62 03 1 00 50

D-68526 Ladenburg
(0 62 03) 10 05 11

ESF-Etiketten Vertriebs GmbH

dirección: Sommerbergstraße 33
Tlf / fax +49 (0) 77 23 91 22 78
esfgmbh@t-online.de

D-78120 Furtwangen
(0 77 23) 91 22 79
www.marschall-pw.de

ESS IT-Service Software Solution Center

dirección: Augsburgener Straße 31
Tlf / fax +49 (0)8 21 22 81 92-0
info@ess-it-service.de

D-86157 Augsburg
(08 21) 22 81 92-21
www.ess-it-service.de

Etiscan Identifikationssysteme GmbH

dirección: Rodheimer Straße 1
Tlf / fax +49 (0) 60 34 91 07-0
info@etiscan.de

D-61206 Wöllstadt
(0 60 34) 91 07-25
www.etiscan.de

Freicon AG

dirección: Munzinger Straße 5 a
Tlf / fax +49 (0)7 61 4 54 90
vpm@freicon.de

D-79111 Freiburg
(07 61) 4 54 91 79
www.freicon.de

Globalware AG

dirección: Hospitalstraße 6 D-99817 Eisenach
Tlf / fax +49 (0) 36 91 2 04-0 (0 36 91) 2 04-555
info@globalware.ag www.globalware.ag

Group1 Software GmbH

dirección: Münchner Straße 11 D-85540 Haar
Tlf / fax +49 (0) 89 46 23 87-0 (0 89) 46 23 87-44
info@group1.de www.group1.de

ICS International AG

dirección: Siemensstraße 11 D-61267 Neu-Anspach
Tlf / fax +49 (0) 60 81 9 40 00 (0 60 81) 4 19 50
marketing@ics-ident.de www.ics-ident.de

IMMEDIATE Software GmbH

dirección: Kleiner Ort 1 D-28357 Bremen
Tlf / fax +49 (0)4 21 2 07 15 00 (04 21) 2 07 13 30
info@immediate.de www.immediate.de

ISG Integrierte Informations-Systeme Consulting- u. Vertriebs GmbH

dirección: Rödelheimer Bahnweg 10 D-60489 Frankfurt/Main
Tlf / fax +49 (0) 69 7 89 90 60 (0 69) 78 99 06 66

ISM Computer Service OHG Ingenieurbüro Siede & Mirus

dirección: Mangerstraße 21 D-14467 Potsdam
Tlf / fax +49 (0)3 31 2 80 01 06 (03 31) 2 80 01 07

iSOFT Systemhaus GmbH West
dirección: Elbestraße 8 D-45768 Marl
Tlf / fax +49 (0) 23 65 92 49 30 (0 23 65) 9 24 93 19
isoft@t-online.de www.i-soft-net.de

Klopper Datennetzwerk GmbH
dirección: Turnerstraße 6 D-04564 Böhlen
Tlf / fax +49 (0)3 42 99 60 10 (03 42 99) 6 01 25
info@klopper.com www.klopper.com

Koch Media Deutschland GmbH
dirección: Lochhamer Straße 9 D-82152 Planegg
Tlf / fax +49 (0) 89 2 42 45-0 (0 89) 2 42 45-100
koch@kochmedia.com www.kochmedia.com

Lanner Group GmbH
dirección: Hansaallee 201 D-40549 Düsseldorf
Tlf / fax +49 (0)2 11 53 06 30 00 (02 11) 53 06 30 22
info@lannergroup.de www.lanner.com

LESSOR GmbH
dirección: Mülheimer Straße 12 D-40878 Ratingen
Tlf / fax +49 (0) 21 02 4 83 80 (0 21 02) 4 61 24
post@ussor.de www.ussor.de

Media Zone
dirección: Poststraße 20 a D-32108 Bad Salzuflen
Tlf / fax +49 (0) 52 22 63 88 01 (0 52 22) 63 88 45
team@mediazone.de www.mediazone.de

Megatech Software GmbH

dirección: Kantstraße 152 D-10623 Berlin
Tlf / fax +49 (0) 30 3 15 95 80 (0 30) 3 13 24 11
info@megatech.de www.megacad.de

Morgenstern EDV-Systeme

dirección: Philipp-Melanchthon-Straße 20 D-92224 Amberg
Tlf / fax +49 (0) 96 21 7 66 40 (0 96 21) 76 64 16
info@m-morgenstern.de www.m-morgenstern.de

MultiVision GmbH

dirección: Mündelheimer Weg 37 D-40472 Düsseldorf
Tlf / fax +49 (0)2 11 23 10 07 (02 11) 23 44 15
info@multivision.de www.multivision.de

NOVELL GmbH

dirección: Monschauer Straße 12 D-40549 Düsseldorf
Tlf / fax +49 (0)2 11 56 31-0 (02 11) 56 31-250
www.novell.de

OptiCom Computersysteme GmbH

dirección: Bismarkstraße 59 D-64293 Darmstadt
Tlf / fax +49 (0) 61 51 6 68 45 40 (0 61 51) 6 68 45 75
opticom@t-online.de

ORCOM Systemhaus GmbH

dirección: Hauptstraße 100 D-08115 Lichtentanne
Tlf / fax +49 (0)3 75 27 47 91 10 (03 75) 2 74 79-100
orcom.fg@t-online.de

PM Vertriebs und Service GmbH

dirección: Heerdter Landstraße 7
Tlf / fax +49 (0)2 11 56 81-0
print@d.dahm.de

D-40549 Düsseldorf
(02 11) 56 81-109
www.dahm.de

ProOn GmbH

dirección: Lise-Meitner-Straße 4
Tlf / fax +49 (0)4 21 3 65 44 44
info@ProOn.de

D-28359 Bremen
(04 21) 3 65 42 59
www.ProOn.de

PROUT AG

dirección: Röntgenstraße 3
Tlf / fax +49 (0) 61 51 93 06
info@prout.de

D-64291 Darmstadt
(0 61 51) 93 09 93
www.prout.de

schwabe + braun netzwerke GmbH

dirección: Mollenbachstraße 10
Tlf / fax +49 (0) 71 52 3 57 66-0
info@schwabe-braun.net

D-71229 Leonberg
(0 71 52) 3 57 66-55
www.schwabe-braun.net

Software-Ingenieurbüro Knöbel PC-Komplett-Service

dirección: Im Wiesengrund 1
Tlf / fax +49 (0) 42 21 4 28 12
Info@pc-komplett.de

D-27751 Delmenhorst
(0 42 21) 4 02 11
www.pc-komplett.de

tcn AG

dirección: Heinrich-Hertz-Straße 11
Tlf / fax +49 (0) 23 03 9 42 21-0
tcn@tcn.de

D-59423 Unna
(0 23 03) 9 42 21-99
www.tcn.de

TEPEDE GmbH

dirección: Unterhachinger Straße 75
Tlf / fax +49 (0) 89 61 39 10
info@xes.de

D-81737 München
(0 89) 61 39 12 11
www.xes.de

TGS-Telonic GmbH

dirección: Albin-Köbis-Straße 2
Tlf / fax +49 (0) 22 03 9 64 80
tgs@telonic.de

D-51147 Köln
(0 22 03) 96 48-231
www.telonic.de

3. BIBLIOGRAFÍA

Patentes de Software y nueva legislación sobre el Copyright.
Jesús M. González Barahona, Universidad Rey Juan Carlos.

Inquiry into National Practices in the measurement of software in the National Accounts
and in International Trade.
ITS (2001) Directorio de estadísticas de la OCDE.

Märkte und Tendenzen 26 Noviembre 2004.
Gruner + Jahr AG & Co. KG.

Top 25 der Standard-Software-Unternehmen in Deutschland 2003.
Lünendonk GmbH.

Analyse und Evaluation der Softwareentwicklung in Deutschland (2000).
GfK Marktforschung GmbH.
Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering IESE.
Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung ISI.

Software-Qualität: CMM, ISO und was dann?
Gerold Keefer, AVOCA, 1999.

Certification Scheme.
DIN CERTCO, 2004.

Kundenmanagement im Mittelstand,
Empirische Marktuntersuchung in 9 verschiedenen Branchen.
Schwetz Consulting, 2003.

Bekanntheitsgrad und Leistungsfähigkeit von ERP Software Anbietern.
META Group Deutschland, 2004.

Datos diversos.
EUROSTAT, Oficina Estadística de las Comunidades Europeas.

Datos diversos.
BITKOM, Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien
e.V.