



Las ferias del mueble en Alemania

Situación actual, evolución reciente y tendencias

Antonio Martínez Cestero
Jefe Departamento Hábitat
Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf

Índice



Situación Actual

Alemania como referente ferial y contexto de transformación del sector



Evolución reciente

Cambios en el panorama ferial tras la pandemia



Tendencias y perspectivas

Consolidación, especialización e internacionalización de las ferias del sector del mueble

Las ferias del mueble en Alemania

Situación actual: **Certámenes sectoriales del mueble**

	Próxima edición
IMM (Colonia) Feria internacional de mueble y decoración.	19-22.01.2027
INTERZUM (Colonia) Certamen líder a del sector de suministros para la industria del mueble.	11-14.05.2027
SPOGA (Colonia) Feria de equipamiento de jardinería y artículos para exteriores.	22-24.06.2026
ORGATEC (Colonia) Feria líder del mueble de oficina y colectividades.	27-30.10.2026
IDD (Colonia) Muestra expositiva de diseño de interiores.	30-31.10.2026

II | Las ferias del mueble en Alemania

Evolución reciente: Expositores: total y españoles

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
IMM	1.253 / 28	1.365 / 24	1.264 / 26	X	X	718 / 8	750 / 12	X	339 / 0
INTERZUM	X	1.805 / 67	X	X	X	1.600 / 57	X	1.613 / 66	X
SPOGA	2.152 / 30	2.281 / 25	X	X	818 / 31	1.853 / 25	1.798 / 24	1.599 / 19	X
ORGATEC	753 / 57	X	X	X	686 / 52	X	729 / 45	X	X

II Las ferias del mueble en Alemania

Evolución reciente: **Visitantes: total**

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
IMM	125.000	150.000	128.000	X	X	100.000	42.000	X	10.000
INTERZUM	X	74.000	X	X	X	62.000	X	60.000	X
SPOGA	40.000	40.000	X	X	25.000	30.000	28.000	26.000	X
ORGATEC	63.000	X	X	X	45.000	X	50.000	X	X

II | Las ferias del mueble en Alemania

Evolución reciente: **Comentarios**

- Puede apreciarse en todos los casos que las cifras de expositores no alcanzan el nivel prepandemia.
- En cuanto a la participación española, sucede lo mismo salvo en la feria INTERZUM, a causa de nuevos expositores.
- Los visitantes también se han reducido, aunque desde la pandemia existe una clara recuperación, y una tendencia a mayor internacionalización.
- En suma, se aprecia una recuperación, aunque es dudoso que se lleguen a alcanzar las cifras récord previas a 2020.

II | Las ferias del mueble en Alemania

Evolución reciente: **Expositores y visitantes (SEDES)**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
IDD	X	X	X	106 / 10.000	X	X
ARCHITECT AT WORK	Düsseldorf Hamburgo Stuttgart	Berlín Múnich	Düsseldorf Hamburgo Stuttgart	Berlín Múnich	Düsseldorf Hamburgo Stuttgart	Berlín Múnich



1. Reducción o redimensionamiento de los grandes certámenes, que conviven simultáneamente con ferias locales de su misma marca, o bien con **ferias-nicho de gran especialización sectorial** o por su grupo objetivo de cliente.
2. Descentralización y atomización del negocio ferial, sin perjuicio de la existencia de un **certamen internacional líder**, que sigue siendo referencia, pero no alcanzará los niveles prepandemia ni en cuanto a expositores ni en la cifra de visitantes.
3. Intensificación de la competencia interna entre ferias alemanas de un área temática, en este caso el hábitat, con muchos supuestos en los cuales una feria intenta atraer **segmentos de oferta de otros certámenes** (p.e. en alfombras y moquetas, HEIMTEXTIL, o AMBIENTE, en artículos de decoración y mobiliario).
4. Aparente contradicción entre el mantenimiento de liderazgo de un **certamen** y la creación simultánea de **ferias filiales bajo su marca**, en una estrategia de respuesta de las sociedades feriales a la transformación de la demanda.

1. Mayor **esfuerzo de marketing** y **ofensiva de servicio** de las sociedades feriales para captar o retener a los clientes, mediante flexibilización de requisitos organizativos y adaptación a los requerimientos de los expositores, que tiene su primera plasmación en la seria reflexión planteada por muchas ferias en cuanto a la duración y frecuencia del evento: a corto y medio plazo las ferias van a durar menos días y algunos certámenes dejarán de ser anuales.
2. Refuerzo en la utilización de **instrumentos de difusión y comunicación electrónica interempresarial** (redes sociales, apoyos en IA, plataformas de match-making, etc) para complementar el paquete de oferta de las ferias frente a sus clientes y hacer más fructífera la participación en el certamen.
3. Mejora de las **infraestructuras viarias de Alemania**, en particular las comunicaciones aéreas y de la red ferroviaria, que actualmente se encuentran en un proceso de renovación y actualización y no tienen el nivel deseado y que sería más adecuado para la experiencia ferial.



4. Se espera un incremento de la **internacionalización**, la generalización de los criterios de **sostenibilidad** como inspiradores de la actuación ferial, por organizadores y expositores, y la **primacía de lo cualitativo** sobre lo cuantitativo.
5. El **impulso expositor** de las empresas muestra una dinámica clara: de las presentes en los certámenes líderes un 57% desea mantener su espacio, un 18% desea reducirlo y un 21% desea incrementarlo.
6. Conclusión: pese a la crisis económica y la inestabilidad geopolítica la **participación en ferias** constituirá también a corto y medio plazo la **principal herramienta de marketing del negocio exportador**. Un 73% de los expositores encuestados consideran que es un instrumento no prescindible (84% sector de producción, 75,9% comercio y 66,39 sector servicios). La participación en feria reflejará, en todo caso, la situación económica, los avances tecnológicos y las tendencias sociales.



ICEX

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN