

El mercado del libro electrónico en Alemania

Octubre de 2014

Este estudio ha sido realizado por
Jaime Navarro Santiuste, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
del Consulado de España en Düsseldorf

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR.	5
1. El mercado editorial alemán.	6
2. El libro electrónico.	9
3. Dispositivos de lectura.	10
3.1. <i>E-Readers</i> .	10
3.2. Tabletas.	12
3.3. <i>Smartphones</i> y ordenadores.	12
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES.	13
4. DEMANDA.	17
5. PRECIOS.	21
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO.	23
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.	25
8. PERSPECTIVAS DEL SECTOR.	28
9. BILIOGRAFÍA.	29

1. RESUMEN EJECUTIVO.

El mercado editorial alemán es económicamente muy estable, no presenta grandes altibajos coyunturales, debido sobre todo a la continuidad del consumo del libro como producto cultural y a la legislación sobre precio fijo del libro. El desarrollo del mercado editorial alemán permite augurar a medio plazo una situación consolidada de convivencia entre los tres medios soporte del libro: el audiolibro, el ejemplar impreso y el *e-book*, que frente a la demanda del lector tendrán una función complementaria, ejerciéndose la opción de consumo según las circunstancias y necesidades de lectura.

En el año 2013 se editaron cerca de 82.000 nuevos títulos en el mercado editorial alemán y 2012 aproximadamente 80.000. El género más vendido en Alemania es claramente el de ficción, con un 33,8% en 2013, seguido por el infantil y juvenil (15,8%) y por el de autoayuda (14,5%). Cabe destacar que de los casi 82.000 nuevos títulos publicados en 2013, 10.731 corresponden a traducciones, básicamente del inglés (67,6%), francés (10,2%) y japonés (5,8%).

El tamaño del mercado alemán del libro en 2013, según las estimaciones de la Asociación Alemana, se cifra en 9.540 millones de Euros. El canal prioritario continúa siendo la librería, seguida por la venta directa por las editoriales y las ventas por internet. Se constata que algunos canales tradicionales como la venta a distancia por correo o la venta en círculos de lectores (cancelación por el grupo *Bertelsmann* del conocido *Buchclub*) van perdiendo relevancia o incluso desapareciendo.

La facturación del libro electrónico en Alemania durante el año 2013 alcanzó los 230 millones de Euros, un 125% más que el año anterior y un 995% más en comparación con 2010. Estas cifras desprenden una evolución extraordinaria del mercado, más aún si se tiene en cuenta que se estima que crezca en un 186% hasta el año 2016. En el año 2013 se vendieron en Alemania de forma legal 21,76 millones de libros electrónicos, que supone un incremento de un 65% respecto a los 13,2 millones de *e-books* vendidos de forma legal durante el 2012. Estas cifras no tienen en cuenta el número de descargas ilegales de libros electrónicos, de las cuales no existen estadísticas concretas, pero que juegan un papel importante del sector.

La cuota anual de facturación del libro electrónico entre el público lector, excluyendo el libro escolar y los libros técnicos, de acuerdo con la metodología sectorial que se adopta en Alemania, supone un 4,1% del mercado en 2013, habiendo sido del 2,7% en el ejercicio anterior y estimando que alcance un 6,3% en 2015.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

En 2013 el 4,1% de la población alemana mayor de 14 años adquirió de forma legal al menos un *e-book* durante el año (2,3% durante el año 2012). Compraron libros electrónicos 3,4 millones de ciudadanos alemanes, frente a los 2,4 millones de 2012. Cada uno de los lectores alemanes de libro electrónico compró de media 6,4 *e-books* en 2013; en 2012 la cifra fue de 5,5 *e-books* por lector.

Las ventas de *e-readers* se elevaron en 2013 en Alemania, en comparación con el año anterior, en un 19% hasta alcanzar los 81 millones de Euros. En 2014 se espera un nuevo aumento de las ventas y de la facturación en el mercado alemán de *e-readers*.

La proporción de editoriales alemanas que ofrecen en su catálogo *e-books* ha pasado del 53% en 2012 al 65% en 2013, es decir, dos de cada tres poseen en su catálogo al menos un libro electrónico. Se observa que las grandes editoriales ofertan *e-books* al 100%, en tanto que la proporción de las pequeñas editoriales que ofrecen libro digital supera el 57% (48% en 2012).

El precio medio del libro electrónico en 2013 en Alemania fue de unos 7,58 Euros, un 1,81% inferior al precio medio de 2012. Se estima que en el año 2014 el precio medio de un *e-book* en Alemania se encuentre por debajo de los 7 Euros, en concreto en 6,90 Euros, un 8,97% inferior al año 2013. Los *e-books* se ofertan generalmente a un precio aproximado de un 20 a un 30% inferior que los libros impresos. La asociación alemana de libros, la Börsenverein, está presionando fuertemente para ampliar el marco reglamentario alemán de precios fijos en la venta al por menor de libros impresos a los libros electrónicos. Otra importante preocupación de la asociación es que, en virtud de las políticas europeas, el tipo de IVA reducido del 7% en los libros impresos no se puede aplicar a los libros electrónicos, ya que, al ser clasificados como un servicio y no como un producto, se aplica la tasa normal del 19%.

Se constata, en encuestas representativas al lector consumidor, que la preferencia por el libro impreso se mantiene alta, pero va aumentando la aceptación del libro electrónico, y se va suavizando la postura radical de exclusividad del libro impreso, de forma que la proporción de aquellos que rechazan el *e-book* disminuye de 2012 a 2013 del 40 al 38%, y aumenta la proporción, del 13 al 15% de los lectores que desean comprar libros en ambos formatos.

La cuota de las librerías alemanas que ofertan *e-books* y dispositivos de lectura o *e-readers* en su catálogo de producto superó el 79% en 2013 (6% más que en 2012). Las librerías de gran tamaño incluso alcanzan el 98%. El motivo básico para incluir en su oferta tanto *e-books* como *e-readers* es fundamentalmente de imagen.

Sobre las plataformas de venta del libro electrónico sólo están disponibles los datos hasta 2012. Se estima que a finales de 2013 la cuota de Amazon superó el 55%. La concentración avanza y plantea serios problemas de competencia en un mercado que hasta hace unos años estaba muy estructurado. La mayor incógnita actual se plantea en relación con las plataformas de comercialización del libro electrónico, tanto por parte de las editoriales como de las librerías, sobre todo teniendo en cuenta el papel predominante del gigante Amazon, cuya evolución a corto plazo condicionará de forma decisiva la difusión del *e-book* en el mercado editorial alemán.

El crecimiento y la consolidación del *e-book* en el mercado alemán exigirán una política previsible y ajustada de precios en relación con el libro impreso y la adopción de estándares técnicos de compatibilidad entre los diferentes dispositivos de lectura, pues la existencia de sistemas cerrados dificulta enormemente la expansión del libro electrónico.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR.

En la edición 22.^a del *Diccionario de la lengua española* de la *Real Academia Española* (RAE), publicada en 2001, no aparece ninguna definición del libro electrónico, aunque sí introduce el término en la segunda de acepción del vocablo “*libro*”:

“Libro, (Del lat. liber, libri).

1. m. Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen.
2. m. Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte. Voy a escribir un libro. La editorial presentará el atlas en forma de **libro electrónico**.”

Esta acepción sólo hace referencia al libro electrónico como un soporte del libro. No obstante, en el avance de la edición 23.^a del Diccionario, prevista para finales de 2014, sí que se incluye una definición específica del “*libro electrónico*” dentro de la palabra “*libro*”:

“~ *electrónico*.

1. m. **Dispositivo** electrónico que permite almacenar, reproducir y leer libros.
2. m. libro en **formato** adecuado para leerse en ese dispositivo o en la pantalla de un ordenador.”

Cuando nos referimos a libros electrónicos, inevitablemente tenemos que abordar dos tipos de productos diferentes pero intrínsecamente unidos entre sí: el lector o dispositivo electrónico (también conocido como *e-reader*) y el libro electrónico en sí o libro digital (también conocido como *e-book* o *eBook*).

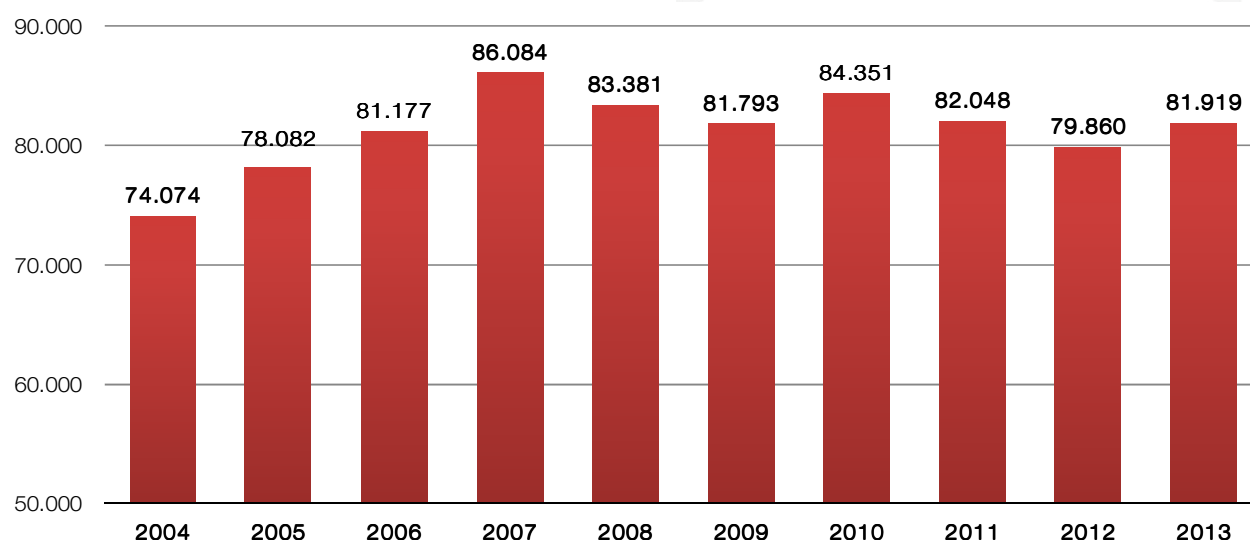
En el siguiente estudio de mercado se analiza el sector del *e-book* y el *e-reader* en Alemania, si bien, sobre todo se centrará de una forma más exhaustiva en el primero de ellos.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

1. EL MERCADO EDITORIAL ALEMÁN.

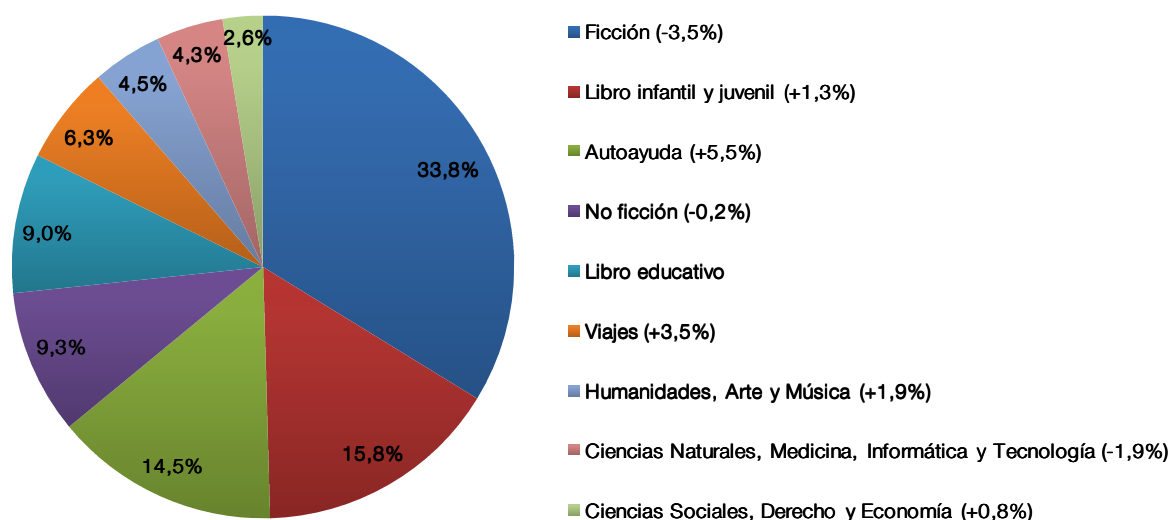
El mercado editorial alemán es económicamente muy estable, no suele presentar grandes altibajos coyunturales, debido sobre todo a la continuidad del consumo del libro como producto cultural y a la legislación sobre precio fijo del libro. En la siguiente gráfica se muestra la producción de nuevos títulos en el mercado alemán entre 2004 y 2013, la cifra de títulos editados como primera edición en 2013 es notable, aunque no llega a las cifras de 2007 o 2010, cuando se alcanzaron máximos históricos.

EDICIÓN DE NUEVOS TÍTULOS. (2004-2013)
(En unidades)



Fuente: Börsverein des Deutschen Buchhandels.

VENTAS POR GÉNERO EN 2013. (VARIACIÓN 2013/2012)
(En porcentaje)



Fuente: GfK Entertainment.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

El género más vendido en Alemania es claramente el de ficción, con un 33,8% en 2013 y una variación del -3,5% respecto a 2012, seguido por el infantil y juvenil (15,8%) y por el de autoayuda (14,5%), siendo este último el que mayor aumento porcentual ha experimentado (5,5%).

Dentro del género de ficción domina la literatura narrativa con un 51,7% en 2012, cuota que ha aumentado respecto a 2011 (49,2%). Asimismo, el segmento del comic/dibujos/humor/sátira y el de la ciencia ficción/fantasía han crecido ligeramente respecto al ejercicio anterior, mientras que el segmento de suspense ha visto reducida su cuota dentro del género de ficción en un 2%.

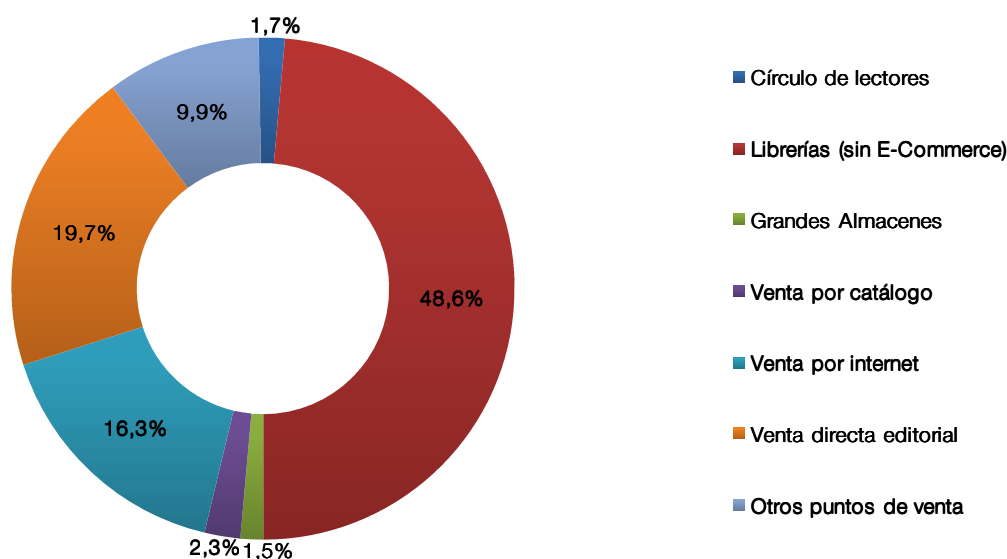
Los libros infantiles (hasta 11 años) son los más vendidos dentro del género de literatura infantil y juvenil (27% en 2012), seguidos de los libros juveniles (26,4%) y los libros de ilustraciones (18%), siendo estos últimos los que mayor crecimiento experimentaron en el año 2012 dentro del género (17,1% en 2011).

En el género de los libros de autoayuda se encuentra en el primer puesto el segmento de comida y bebida (25,2%), seguido del de la salud (17,0%) y del de ayuda en el día a día (16,6%).

Como dato adicional puede indicarse que de los casi 82.000 nuevos títulos publicados en Alemania, 10.731 corresponden a traducciones, básicamente del inglés (67,6%), francés (10,2%) y japonés (5,8%).

El tamaño del mercado alemán del libro en 2013, según las estimaciones de la Asociación Alemana, se cifra en 9.540 millones de Euros. El canal prioritario continúa siendo la librería, seguida por la venta directa por las editoriales y las ventas por internet. Se constata que algunos canales tradicionales como la venta a distancia por correo (retroceso paulatino) o la venta en círculos de lectores (cancelación por el grupo *Bertelsmann* del conocido *Buchclub*) van perdiendo relevancia o incluso desapareciendo.

VENTAS POR CANAL EN 2013. (En porcentaje)



Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

La siguiente tabla ofrece la información de las ventas por canal en el sector editorial alemán entre el año 2008 y el 2013, incluyendo la variación porcentual y la cuota anual de cada uno de los canales. Cabe destacar, que el sector creció desde el 2004 hasta el 2010 sin cesar y, tras dos años de reducción en la facturación (-1,4% en 2011 y -0,8 en 2012), éste vuelve a crecer en 2013 en un 0,3%,

FACTURACIÓN, VARIACIÓN Y CUOTA POR CANAL. (2008-2013)

(En porcentaje y millones de Euros)

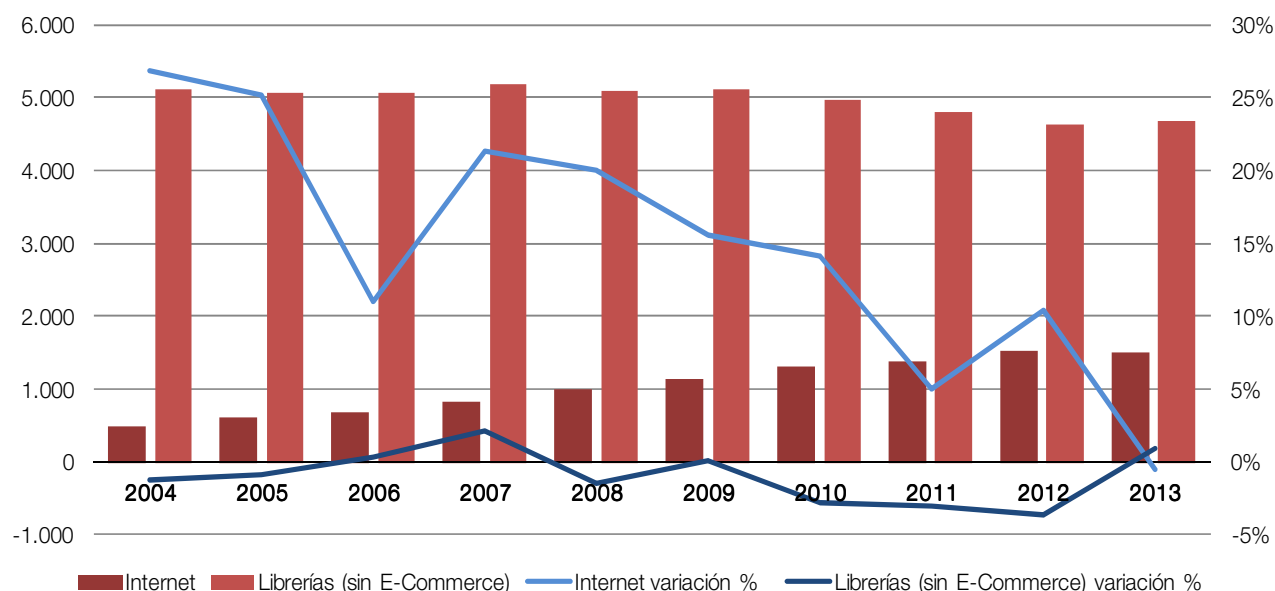
	2008			2009			2010		
	Var.	Facturación	Cuota	Vari.	Facturación	Cuota	Var.	Facturación	Cuota
Librerías (sin E-Commerce)	-1,5	5.060	52,6	0,1	5.065	52,3	-2,8	4.923	50,6
Otros puntos de venta	1,7	888	9,2	1,1	898	9,3	1,7	913	9,4
Grandes Almacenes	-18,0	287	3,0	-19,9	230	2,4	-10,4	206	2,1
Venta por internet	20,0	1.024	10,7	15,6	1.184	12,2	14,1	1.351	13,8
Venta por catálogo	-10,1	322	3,3	-1,9	316	3,3	0,6	318	3,3
Venta directa editorial	1,9	1.753	18,2	1,3	1.775	18,3	1,5	1.802	18,5
Círculo de lectores	-1,8	280	2,9	-20,9	223	2,3	-0,9	221	2,3
Total	0,4	9.614	100,0	0,8	9.691	100,0	0,4	9.734	100,0

	2011			2012			2013		
	Var.	Facturación	Cuota	Var.	Facturación	Cuota	Var.	Facturación	Cuota
Librerías (sin E-Commerce)	-3,0	4.775	49,7	-3,7	4.598	48,3	0,9	4.640	48,6
Otros puntos de venta	0,0	913	9,5	1,5	927	9,7	2,5	950	10,0
Grandes Almacenes	-13,1	179	1,9	-11,3	159	1,7	-11,9	140	1,5
Venta por internet	5,0	1.419	14,8	10,4	1.567	16,5	-0,4	1.560	16,4
Venta por catálogo	-9,1	289	3,0	-13,9	249	2,6	-11,6	220	2,3
Venta directa editorial	1,7	1.833	19,1	0,8	1.848	19,4	1,7	1.880	19,7
Círculo de lectores	-12,7	193	2,0	-10,4	173	1,8	-7,5	160	1,7
Total	-1,4	9.601	100,0	-0,8	9.520	100,0	0,3	9.550	100,0

Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels.*

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

FACTURACIÓN DE LIBRERÍAS E INTERNET. (2004-2013) (En porcentaje y millones de Euros)



Fuente: Börseverein des Deutschen Buchhandels.

El diagrama de barras presenta la evolución paralela en el periodo entre 2004 y 2013 de la facturación en librerías, que ha disminuido en este periodo en casi un 10%, y las ventas en internet en el mercado editorial alemán, que se han triplicado en dicho periodo. Además, destaca el cambio de tendencia de ambos canales en 2013; la venta por internet ha pasado de un crecimiento del 10,4% en 2012 a uno del -0,4% en 2013, mientras que la venta en librerías ha pasado de un crecimiento de -3,7% a uno del 0,9%.

2. EL LIBRO ELECTRÓNICO.

El *e-book* (*electronic book*) o libro electrónico es la versión digital del libro impreso que se adquiere en internet y cuya lectura se realiza mediante un dispositivo de lectura como el *e-reader*, tableta, ordenador y *smartphone*. El usuario puede comprar y descargar el archivo para leerlo en su terminal.

En el año 2013 se vendieron en Alemania de forma legal 21,76 millones de libros electrónicos, lo que supone un incremento de un 65% respecto a los 13,2 millones de *e-books* vendidos de forma legal durante el 2012. Estas cifras no tienen en cuenta el número de descargas ilegales de libros electrónicos, de las cuales no existen estadísticas concretas, pero que juegan un papel importante del sector. Esta evolución es más que alentadora y hay que tomarla en consideración junto a la evolución del volumen total de las ventas de libros electrónicos que han alcanzado en el año 2013 los 230 millones de Euros.

Existen diferentes formatos para leer un *e-book*, actualmente los más extendidos son tres: *MobiPocket*, *ePUB* (*electronic publication*) y *PDF* (*Portable Document Format*). Los libros técnicos o especializados utilizan principalmente el formato *PDF*, mientras que en los libros de ficción el

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

formato libre *ePUB* es el más usado. Los *e-books* con formato *ePub* permiten una adaptación dinámica del texto al tamaño de la pantalla del correspondiente lector y, por lo tanto, son adecuados especialmente para dispositivos móviles. En cambio en los archivos *PDF*, el texto aparece como en los libros impresos, y existe la desventaja de no poder ajustarse de forma adecuada a la pantalla cuando se aumenta o se reduce el tamaño. El distribuidor norteamericano Amazon recurre a su propio formato *AZW*, basado en *Mobipocket*, y fabricado por la empresa francesa *Mobipocket SA* (subsidiaria de Amazon).

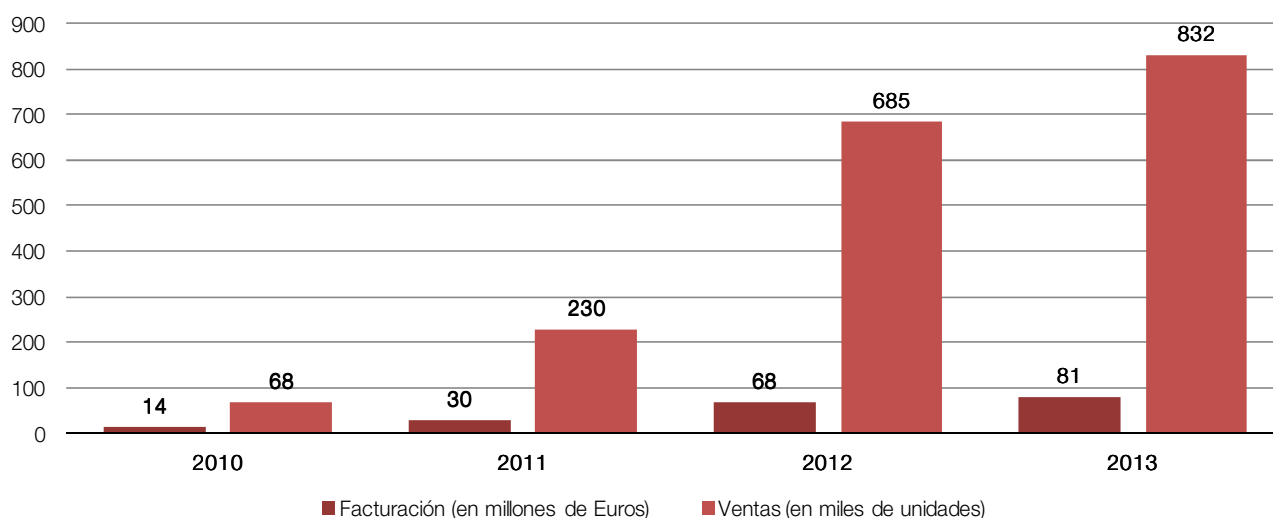
Los libros impresos en papel le otorgan a su dueño la propiedad de dicho libro y por lo tanto pueden leerlo, prestarlo e incluso venderlo. El caso de los libros electrónicos es muy diferente, puesto que lo que el consumidor adquiere con su compra es una licencia de uso personal que le permite utilizar el libro electrónico mediante un dispositivo de lectura. Por ello el fichero electrónico que contiene el libro se obtiene gratuitamente junto con la licencia. En la práctica no existe ninguna diferencia, porque ambos tipos de libros le permiten al comprador leer y disfrutar del libro, pero si el comprador decide querer prestar o vender el libro, en el caso del libro electrónico se encuentra con que no tienen el derecho de hacerlo. En cuanto a las devoluciones, nos encontramos con que no se aceptan devoluciones de libros electrónicos, aunque sí se permiten cambios.

3. DISPOSITIVOS DE LECTURA.

El principal dispositivo de lectura es el lector electrónico, también se pueden utilizar tabletas, *smartphones* u ordenadores para leer.

3.1. *E-Readers*.

FACTURACIÓN Y VENTAS DE *E-READERS* EN ALEMANIA. (2010-2013) (En millones de Euros y miles de unidades)



Fuente: GfK, BITKOM 2010-2013.

Las ventas de lectores de libros electrónicos como el Kindle, Sony Reader, Kobo o Tolino crecen. Las ventas de *e-readers* se elevaron en 2013 en Alemania, en comparación con el año an-

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

terior, en un 19% a alrededor de 81 millones de Euros. En 2014 se espera un nuevo aumento de las ventas y de la facturación en el mercado alemán de *e-readers*.

Los lectores electrónicos tienen un peso medio aproximado de 200 gramos, por lo que son muy ligeros, y algunos poseen la nueva tecnología denominada “tinta electrónica” que consiste en pantallas en blanco y negro con un alto contraste, que se pueden leer bajo la luz solar directa y reducen, en comparación con otras pantallas, la fatiga visual durante la lectura prolongada. Además, los *e-readers* cuentan con una duración de la batería de hasta dos meses, si sólo se utiliza la función de lectura.

La compra de uno u otro lector condiciona al usuario a ser comprador de libros electrónicos de uno u otro proveedor a posteriori, según se inclinen por los sistemas cerrados o abiertos:

A) Sistema cerrado (Amazon o iTunes).

Los libros electrónicos que comercializa Amazon sólo pueden reproducirse en su lector, el *Kindle*, ya que, como se indicó anteriormente, distribuidor norteamericano tiene su propio formato *AZW*, basado en *Mobipocket*. Así mismo, los usuarios del *Kindle* no pueden comprar libros en formato *ePUB*, el más usado por el resto de distribuidores. Con ello los usuarios se someten a las reglas de un proveedor único, y sin embargo, pese a ser un sistema bastante restrictivo ha sido elegido por más de la mitad de los usuarios alemanes.

B) Sistema abierto (Thalia.de, Weltbild.de, Buecher.de, Hugendubel.de, etc.).

En este sistema, el consumidor desvincula la compra a la de la posterior adquisición de libros electrónicos de un mismo proveedor. Aún así, muchas de las librerías *on-line* han optado por crear una *joint-venture* con algún proveedor de lectores de *e-books*, o por crear un lector propio, como es el caso de la librería electrónica Kobo que cuenta con su propio lector de libros electrónicos, bautizado con el mismo nombre.

No obstante, estos lectores permiten leer libros en formato *ePUB*, utilizado por todos los proveedores del sistema abierto. Con ello, el usuario puede adquirir un lector en un proveedor y luego, según le sea más conveniente, ir adquiriendo libros electrónicos de diversos proveedores.

COMPARATIVA ENTRE LAS TIENDAS DE LIBROS ELECTRÓNICOS EN ALEMANIA.

Tienda	<i>E-books</i> en alemán	De 100 títulos disponibles*	Sistema de protección anticopia	Lector que se adapta a sus formatos
Amazon	181.000	87	Kindle	Kindle
Thalia.de	130.000	77	Adobe Digital Editions	Kobo, Tolino, Sony, Tekstor, entre otros
Weltbild.de	156.000	85	Adobe Digital Editions	Kobo, Tolino, Sony, Tekstor, entre otros
Kobo	182.000	44	Adobe Digital Editions	Kobo, Tolino, Sony, Tekstor, entre otros
Libreka	76.000	78	Adobe Digital Editions	Kobo, Tolino, Sony, Tekstor, entre otros
eBook.de	235.000	81	Adobe Digital Editions	Kobo, Tolino, Sony, Tekstor, entre otros

* Selección de 100 títulos basada en las listas de libros más vendidos del semanario alemán *Der Spiegel*.

Fuente: *TV Digital*, nº12, 24.5.2013 Página 26.

3.2. Tabletetas.

En 2013 se vendieron en Alemania un total de alrededor de ocho millones de tabletetas. Mientras que los lectores de libros electrónicos están diseñados exclusivamente para la lectura de libros, las tabletetas ofrecen significativamente más características; se pueden utilizar para ver y grabar videos, hacer fotos, escuchar música y navegar por Internet. En particular, las mini-tabletetas ligeras con tamaños de pantalla de 7 " o 8" son las que están realizando una gran competencia a los *e-readers*. Alrededor de la mitad de éstas se venden a precios inferiores a 200 Euros, por lo que se mantienen en el nivel de los modelos de lectores electrónicos de alta calidad, ya que el precio medio de un *e-reader* es de 97 Euros en 2013 (99 Euros en 2012).

3.3. Smartphones y ordenadores.

En Alemania existe una amplia gama de aplicaciones de libros electrónicos para usuarios de *iPhone* en la *App Store* de Apple. Los propietarios de un *iPhone* pueden comprar y leer libros electrónicos mediante la aplicación *iBooks*. Además, muchas otras empresas ofrecen aplicaciones de libros *online* con las que se pueden comprar o leer los libros electrónicos. Amazon ofrece la posibilidad de obtener sus libros electrónicos a través de su aplicación *Kindle* para *iPhone*, *Android* y *BlackBerry*.

En los dispositivos móviles se prima la manejabilidad y por lo general el acceso directo a Internet, con la consiguiente posibilidad de descargar directamente los libros electrónicos. Las pequeñas pantallas y la escasa duración de la batería son los grandes inconvenientes de los teléfonos móviles a la hora de ser utilizados como dispositivos de lectura.

También se pueden leer *e-books* mediante ordenadores de sobremesa y portátiles. Por ejemplo, Amazon también tiene un software de lectura libre, "*Kindle for PC*", que permite como la *Kindle-App* comprar y descargar libros electrónicos.

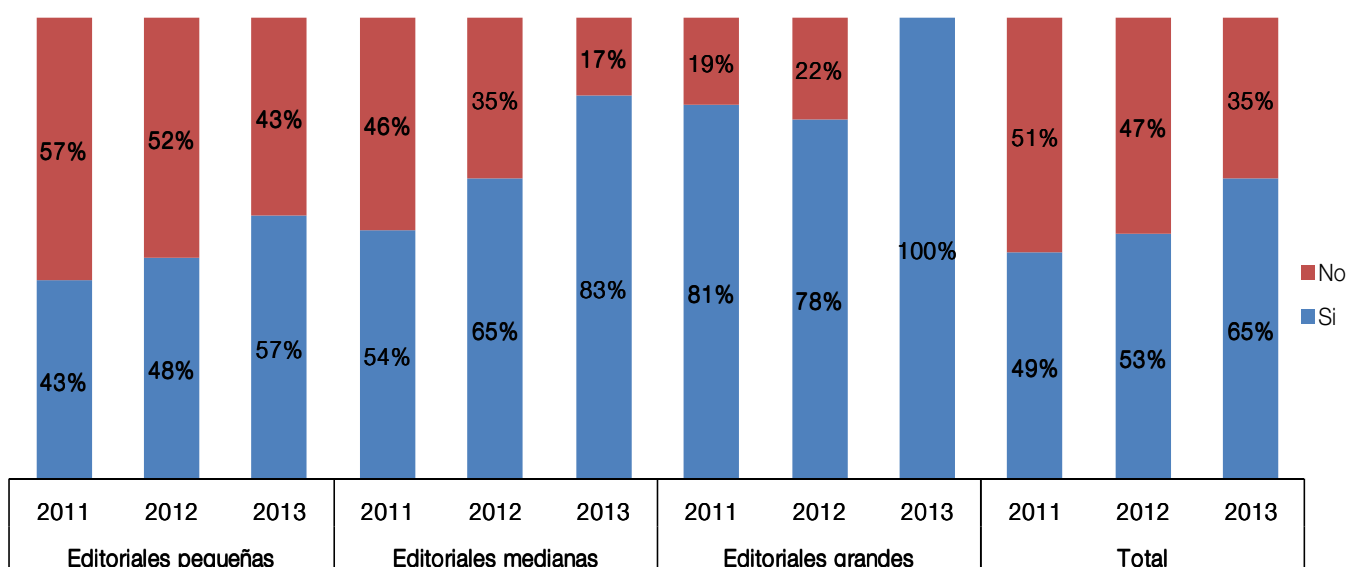
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES.

El formato del libro electrónico se sumó a los formatos de bolsillo y de tapa dura, y como consecuencia de la digitalización el papel de las editoriales cambió ligeramente, pues poseen la misma función pero asumen nuevas tareas.

Los contenidos digitales deben de ser tratados de forma diferente a los no digitales y los derechos de comercialización han de ser nuevamente negociados. Los editores tienen la oportunidad de aprovechar los contenidos propios de la editorial (ya sea mediante aplicaciones o mediante libros de contenido o los llamados libros electrónicos enriquecidos) para generar nuevas fuentes de ingresos.

La siguiente tabla muestra la distribución de libros electrónicos por las editoriales alemanas, haciendo distinción por tamaño entre las editoriales: pequeñas, medianas, grandes y el total.

DISTRIBUCIÓN DE LIBROS ELECTRÓNICOS POR LAS EDITORIALES ALEMANAS. 2010-2013
(En porcentaje)



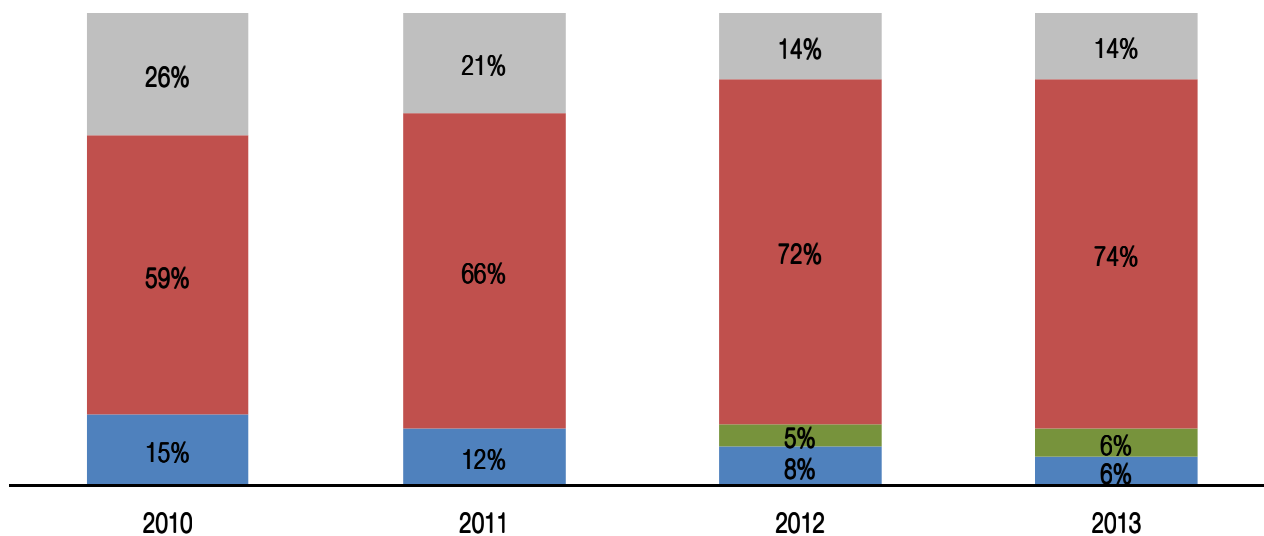
Fuente: Börseverein des Deutschen Buchhandels.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

La proporción de editoriales alemanas que ofrecen en su catálogo *e-books* ha pasado del 53% en 2012 al 65% en 2013, es decir, dos de cada tres poseen en su catálogo al menos un libro electrónico. Se observa que las grandes editoriales ofertan libro electrónico al 100%, en tanto que la proporción de las pequeñas editoriales que ofrecen libro digital supera el 57% (48% en 2012).

FORMAS DISTRIBUCIÓN DE LAS EDITORIALES ALEMANAS. 2010-2013

(En porcentaje)



■ Otras formas de distribución ■ Alquiler ■ Distribución mediante librerías online ■ Distribución directa a través de su propia página web

Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

En el año 2013 un 14% de las editoriales comercializaron sus *e-books* por vía de la venta directa (=2012), un 6% utilizaron modelos variados de cesión de derechos, y la inmensa mayoría (74%) vendían a través de los operadores de comercio electrónico.

En la protección anticopia se ha registrado una disminución de su relevancia. Del 62% de las editoriales que utilizan medios técnicos contra la piratería, casi 2/3 partes emplean una gestión suave del DRM (Digital Rights Management), como la denominada “marca digital de agua” (Digitale Wasserzeichen). Los expertos estiman una cuota del tráfico mercantil de libro electrónico sin protección cifrada en un 47%.

Según la Bibliografía Nacional Alemana (*Deutsche Nationalbibliografie*), sólo en el año 2013 fueron registrados 75.218 nuevos títulos de *e-books* en el directorio de libros electrónicos disponibles, correspondiendo 25.000 títulos a las novedades, más que en 2012 cuando por primera vez los nuevos títulos de libros electrónicos fueron registrados estadísticamente.

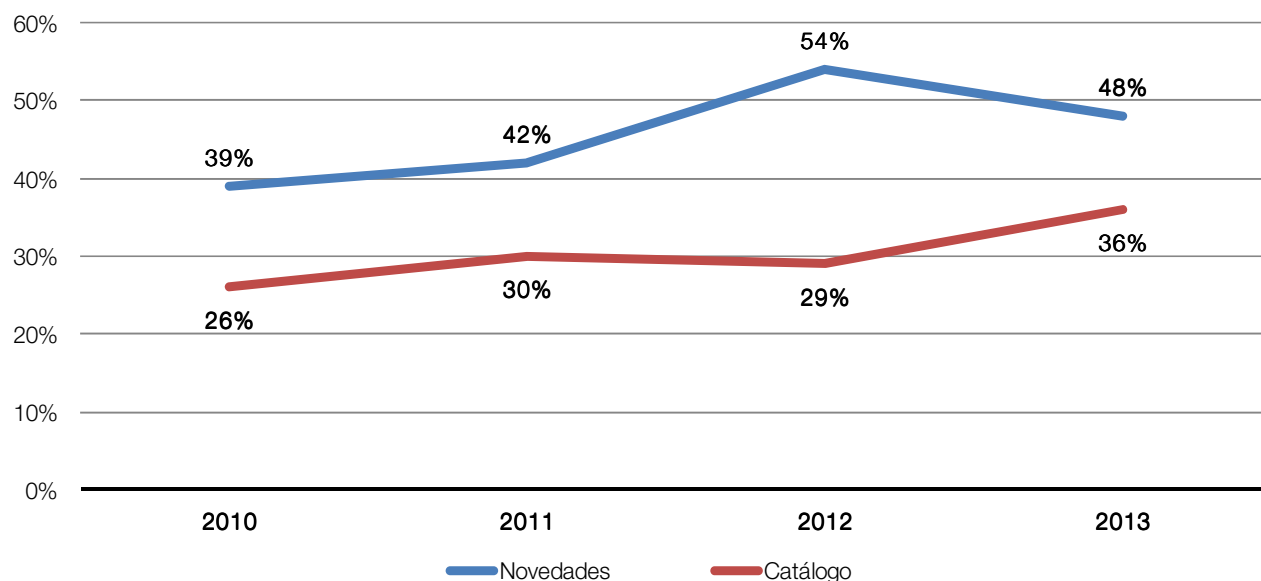
En el siguiente gráfico se muestra la cuota del libro electrónico sobre el libro impreso entre los años 2010 y 2013, tanto para las novedades como para el catálogo completo de una editorial media alemana. Por un lado, se observa que el 48% de los nuevos títulos ofertados por las editoriales en Alemania en el año 2013 se encontraban también disponibles en formato electrónico; un 6% menor que en 2012, cuando ascendía al 54% del total de las novedades. Ello significa

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

que uno de cada dos nuevos libros publicados en formato impreso en el mercado alemán se oferta también en formato electrónico. Por otro lado, de media el 36% (29% en 2012) de todos los títulos que una editorial posee en su catálogo están disponibles en *e-book*.

CUOTA DE LIBRO ELECTRÓNICO SOBRE LIBRO IMPRESO. 2010-2013

(En porcentaje)



Fuente: *Börsenverein des Deutschen Buchhandels*.

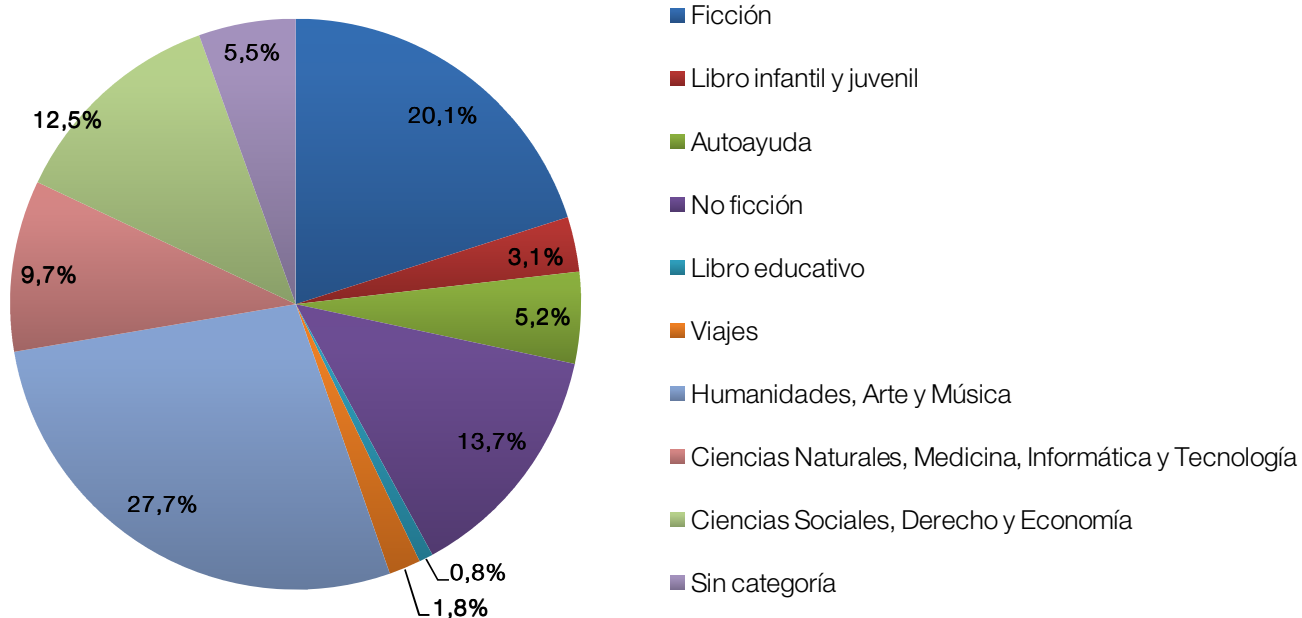
En el siguiente gráfico se muestran los libros electrónicos por género registrados durante el año 2013. Cabe destacar que el género de ficción alcanzó un 20,1% de cuota en 2013 (34,8% en 2012) y se colocó en la segunda posición, cediendo el primer puesto del ranking al género de humanidades, arte y música que logró un 27,7% (8,1% en 2012). Este cambio se debe probablemente a la extensa digitalización retrospectiva de los títulos que las editoriales poseen en sus catálogos.

En tercer lugar se encuentra el género de no ficción con un 13,7% (8,1% en 2012), seguido de las ciencias sociales, el derecho y la economía con un 12,5% (7,7% en 2012).

El 13% de los lectores de libros electrónicos utilizan, además de *e-readers* y tabletas, *smartphones* para leer, por esta razón los editores experimentan con formatos de lectura cortos, siguiendo el principio de las series televisivas, dichos formatos son: *e-shorts* y *e-novelas*.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

E-BOOKS REGISTRADOS POR GÉNERO EN 2013.
(En porcentaje)

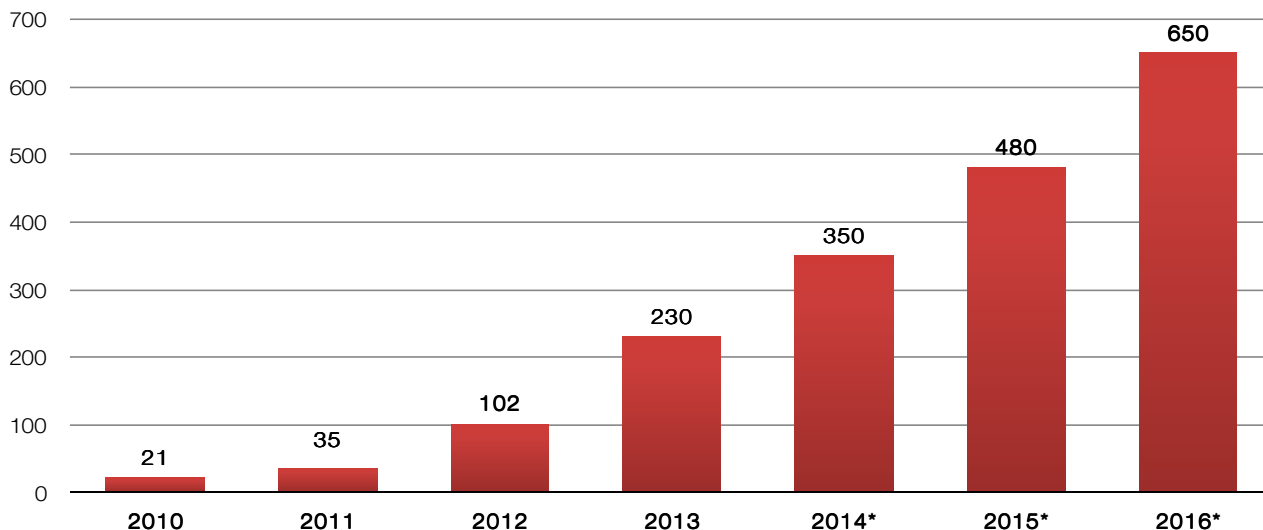


Fuente: Deutsche Nationalbibliografie.

4. DEMANDA.

La facturación del libro electrónico en Alemania durante el año 2013 alcanzó los 230 millones de Euros, un 125% más que el año anterior y un 995% más en comparación con 2010. Estas cifras desprenden una evolución extraordinaria del mercado, más aún si se tiene en cuenta que se estima que crezca en un 186% hasta el año 2016.

FACTURACIÓN DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA. (2010-2016)
(En millones de Euros)



**Estimación.*

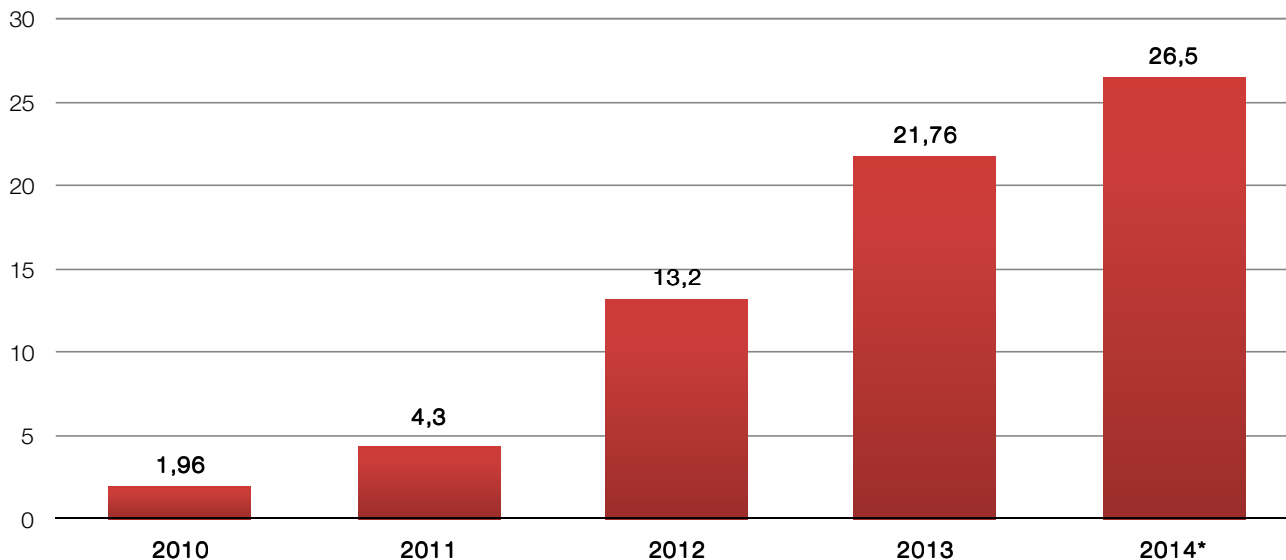
Fuente: GfK Entertainment.

En el año 2013 se vendieron en Alemania de forma legal 21,76 millones de libros electrónicos, que supone un incremento de un 65% respecto a los 13,2 millones de *e-books* vendidos de forma legal durante el 2012. Aunque el crecimiento interanual entre el año 2012 y 2013 fue muy importante, no alcanza las espectaculares cifras de crecimiento entre los años 2011 y 2012, cuando las ventas de libros electrónicos aumentaron un 307%. Estas cifras no tienen en cuenta el número de descargas ilegales de libros electrónicos, de las cuales no existen estadísticas concretas, pero que juegan un papel importante del sector.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

VENTAS DE LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA. (2010-2014)

(En millones de unidades)

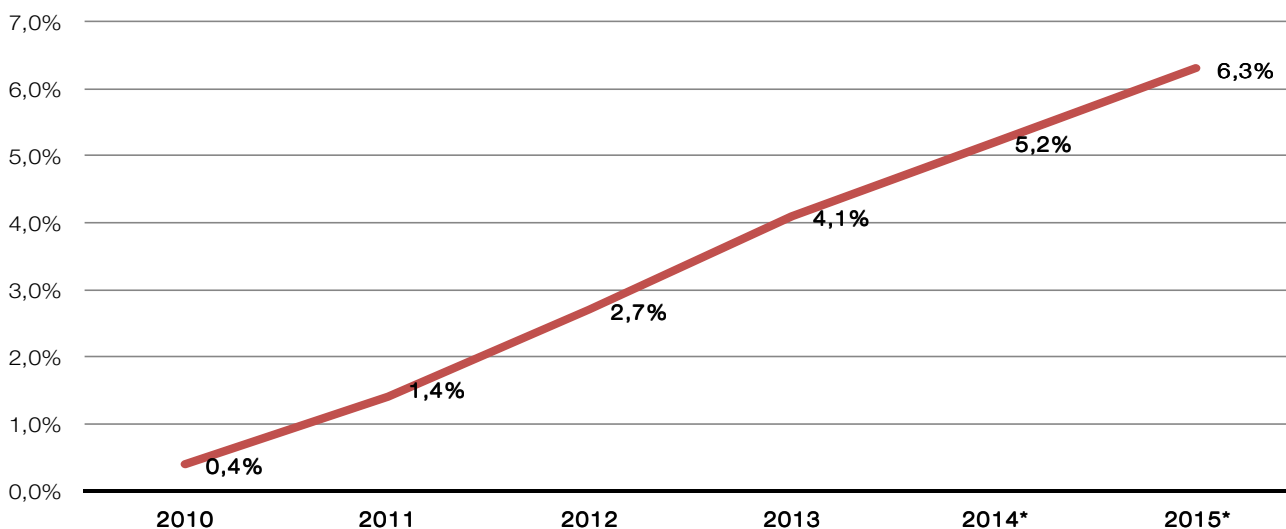


*Estimación.
Fuente: GfK Entertainment.

La cuota anual de facturación del libro electrónico entre el público lector, excluyendo el libro escolar y los libros técnicos, de acuerdo con la metodología sectorial que se adopta en Alemania, supone un 4,1% del mercado en 2013, habiendo sido del 2,7% en el ejercicio anterior y estimando que alcance un 6,3% en 2015.

CUOTA DE MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO. (2010-2015)

(En porcentaje)

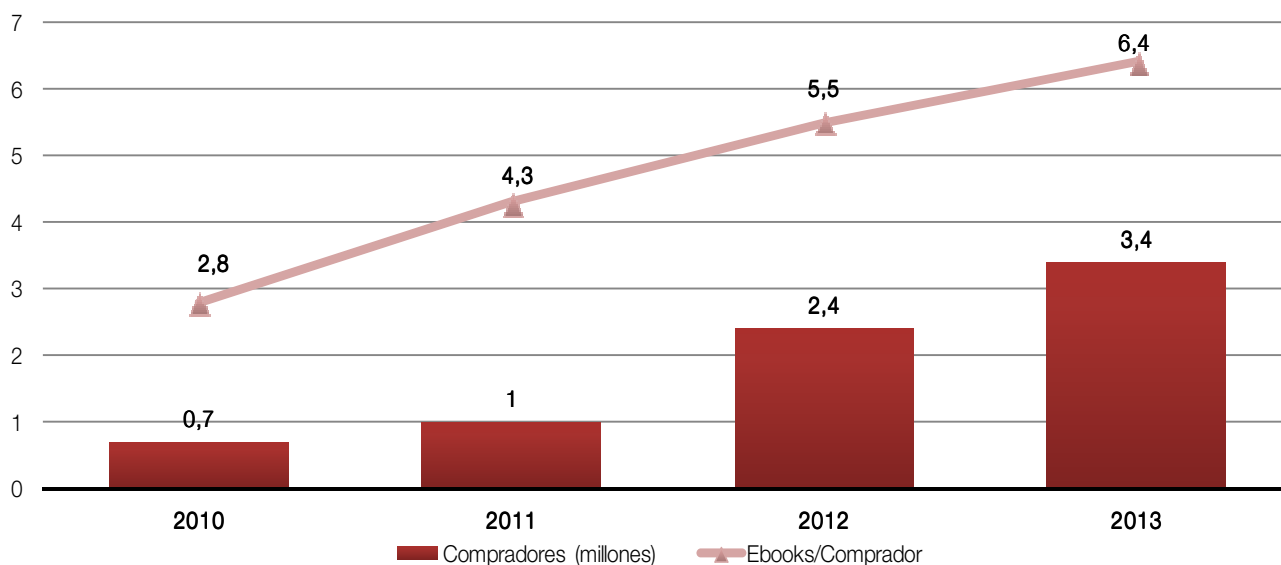


*Estimación.
Fuente: PwC.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

Las tabletas, los móviles y el ordenador son dispositivos secundarios y el lector de e-books es el dispositivo favorito del consumidor alemán. En 2013 compraron libros electrónicos 3,4 millones de ciudadanos alemanes, frente a los 2,4 millones de 2012. Cada uno de los lectores alemanes de libro electrónico compró de media 6,4 *e-books* en 2013; en 2012 la cifra fue de 5,5 *e-books* por lector.

CANTIDAD DE COMPRADORES Y DE *E-BOOKS* POR PERSONA. (En millones de personas y unidades por persona)



Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

En la siguiente tabla se muestran las estadísticas de la adquisición de libros electrónicos durante los 12 meses del año 2013 en Alemania, resultando que el 4,1% de la población alemana mayor de 14 años adquirió de forma legal al menos un *e-book* durante el año pasado (2,3% durante el año 2012).

Por géneros, las mujeres descargaron más libros que los hombres, un 4,6% frente a un 3,6%. Asimismo, cabe destacar que no sólo la generación más joven, la llamada generación de “nativos digitales”, es la que utiliza libros electrónicos, pues los compradores de *e-books* que se encuentra entre los 50 y 59 años se sitúan muy por encima de la media (6,3%).

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

ADQUISICIÓN DE *E-BOOKS* EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES. 2013

(En porcentaje)

	Si	1 <i>e-book</i>	2 o más <i>e-books</i>
Género			
Mujeres	4,6%	2,1%	2,5%
Hombres	3,6%	1,6%	2,0%
Edad			
14-19 años	2,1%	1,1%	1,0%
20-29 años	3,2%	1,5%	1,7%
30-39 años	5,8%	2,8%	3,0%
40-49 años	5,7%	2,3%	3,4%
50-59 años	6,3%	3,3%	3,0%
60-69 años	3,4%	1,2%	2,2%
70 años o más	1,5%	0,6%	0,9%
Formación			
Formación básica	2,6%	1,2%	1,4%
Secundaria	4,6%	2,1%	2,5%
Bachillerato/Carrera	4,5%	2,0%	2,5%
Salario neto del hogar			
hasta 999 Euros	2,1%	1,3%	0,8%
1.000-1.499 Euros	2,6%	1,0%	1,6%
1.500-1.999 Euros	2,6%	1,3%	1,3%
2.000-2.499 Euros	3,7%	1,8%	1,9%
2.500-2.999 Euros	6,8%	3,0%	3,8%
3.000 Euros o más	5,5%	2,3%	3,2%
Ocupación			
Estudiante	2,5%	1,1%	1,4%
Trabajador a tiempo completo	5,8%	2,5%	3,3%
Trabajador a tiempo parcial	5,3%	3,1%	2,2%
Sin ocupación	3,5%	1,9%	1,6%
Pensionista/jubilados	2,4%	0,8%	1,6%
Población			
Hasta 4.999 habitantes	3,8%	1,6%	2,2%
5.000-19.999 habitantes	4,8%	2,4%	2,4%
20.000-99.999 habitantes	3,7%	1,8%	1,9%
100.000 habitantes o más	4,2%	1,6%	2,6%
Total	4,1%	1,9%	2,2%

Base: República Federal Alemana, población alemana mayor de 14 años.1

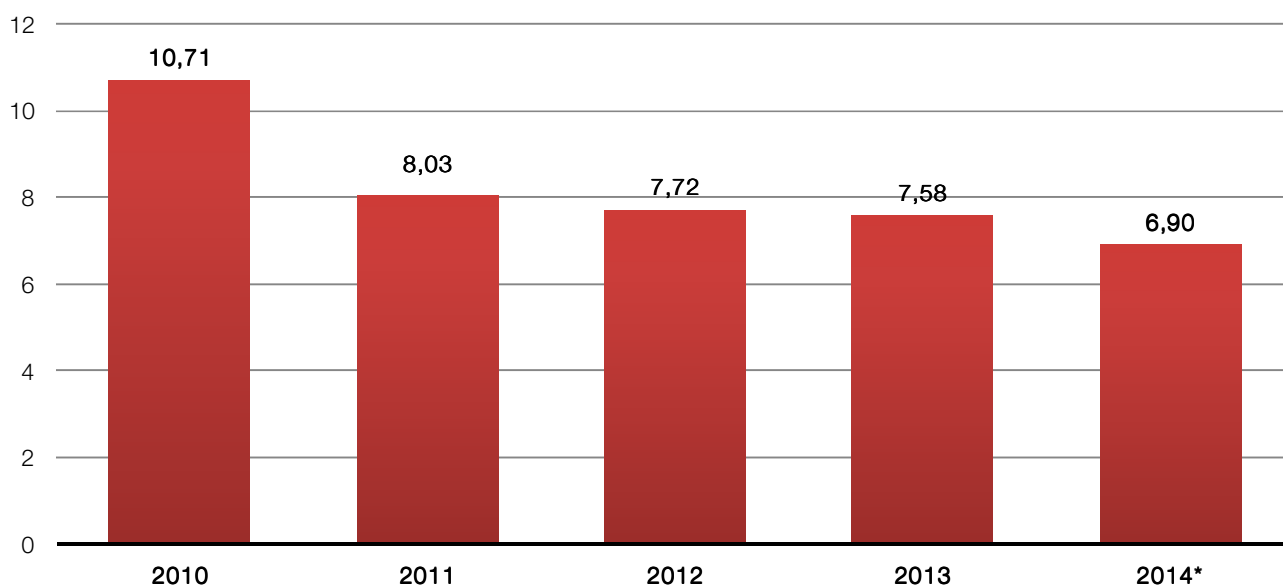
Fuente: GfK Consumer Panels.

5. PRECIOS.

El precio medio del libro electrónico en 2013 en Alemania fue de unos 7,58 Euros, lo que supone una disminución del 1,81% frente al precio medio de 2012, y de un 29,22% respecto al precio medio de 2010. Se estima que en el año 2014 el precio medio de un *e-book* en Alemania se encuentre por debajo de los 7 Euros, en concreto en 6,90 Euros, un 8,97% inferior al año 2013.

PRECIO MEDIO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA. (2010-2014)

(En millones de personas y unidades por persona)



*Estimación.

Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

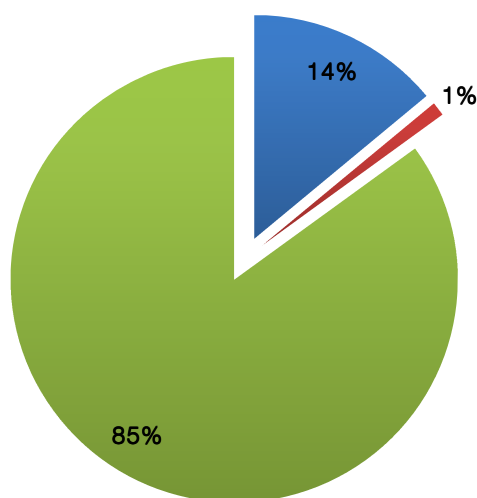
Los *e-books* se ofertan generalmente a un precio aproximado de un 20 a un 30% inferior que los libros impresos. La asociación alemana de libros, la *Börseverein*, está presionando fuertemente para ampliar el marco reglamentario alemán de precios fijos en la venta al por menor de libros impresos a los libros electrónicos. Otra importante preocupación de la asociación es que, en virtud de las políticas europeas, el tipo de IVA reducido del 7% en los libros impresos no se puede aplicar a los libros electrónicos, ya que, al ser clasificados como un servicio y no como un producto, se aplica la tasa normal del 19%.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

Un 48% de las editoriales que comercializan libro impreso y libro electrónico fijan el precio del *e-books* un 20% inferior al impreso, y un 42% lo hacen en una banda entre el 10 y el 20% inferior al mismo. Como balance, un 85% de las editoriales que ofertan *e-books* lo hacen fijando precios más baratos que para los impresos, y en casi la mitad de los casos la diferencia es superior al 20%.

PRECIO LIBRO ELECTRÓNICO VS. LIBRO IMPRESO. 2013

(En porcentaje)

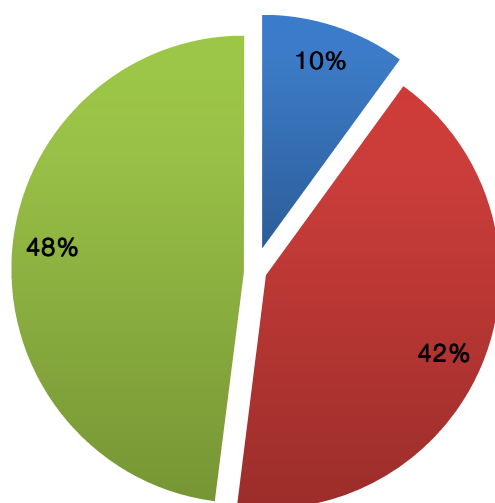


■ ... igual que el del libro impreso ■ ... mayor que el del libro impreso ■ ... menor que el del libro impreso

Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

PRECIO DEL LIBRO ELECTRÓNICO / PRECIO DEL LIBRO IMPRESO. 2013

(En porcentaje)



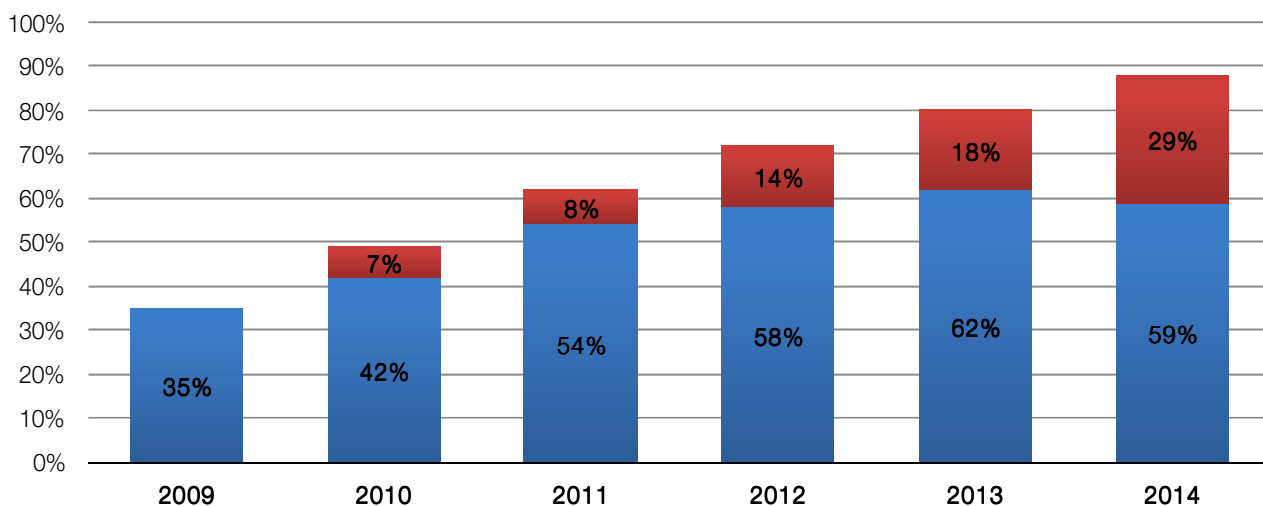
■ hasta un 10% menor ■ entre un 10-20% menor ■ más de un 20% menor

Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO.

En el año 2014 el 88% de los consumidores afirmaban conocer los libros electrónicos (80% 2013), incluso el 29% aseguraba conocer el producto bien o muy bien (2012: 18%). En el siguiente gráfico se observa claramente el aumento del conocimiento de los *e-books* por parte de la sociedad alemana; en los últimos seis años éste ha extendido del 35% al 88% de los ciudadanos alemanes.

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO (En porcentaje)



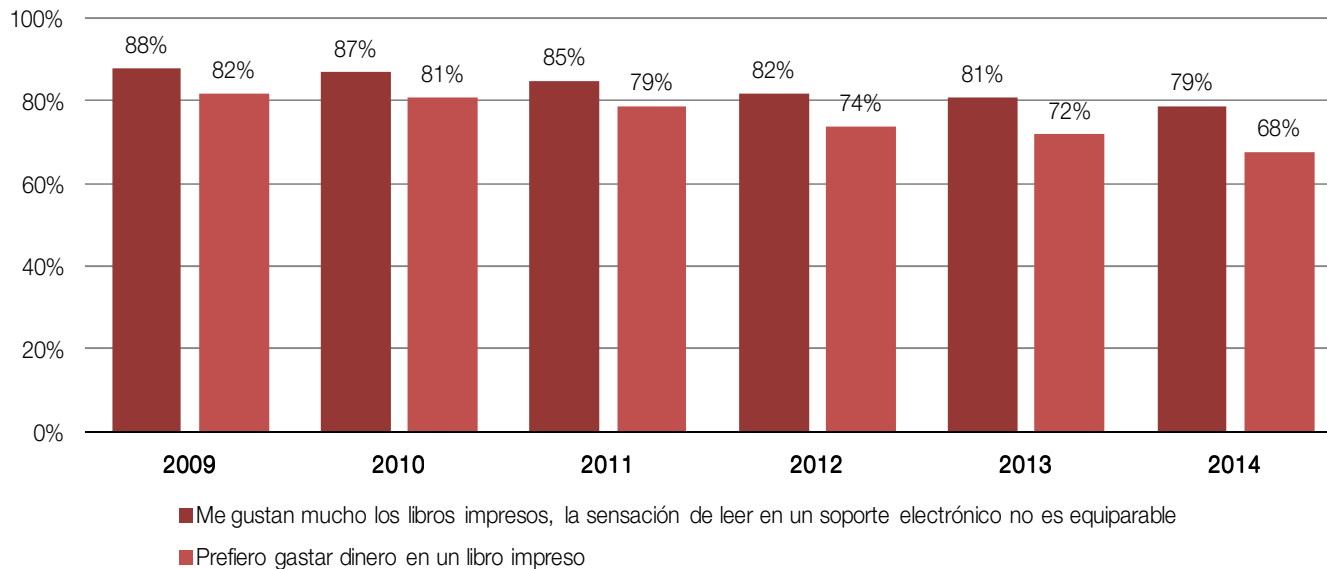
■ Conocimiento de los e-books, pero poco o nada informados ■ Conocimiento de los e-books y bien o muy bien informados

Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

Se constata, en encuestas representativas al lector consumidor, que la preferencia por el libro impreso se mantiene alta, pero va aumentando la aceptación del libro electrónico, y se va suavizando la postura radical de exclusividad del libro impreso, de forma que la proporción de aquellos que rechazan el *e-book* disminuye de 2012 a 2013 del 40 al 38%, y aumenta la proporción, del 13 al 15% de los lectores que desean comprar libros en ambos formatos.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

OPINIÓN DEL LECTOR SOBRE LOS LIBROS IMPRESOS (En porcentaje)



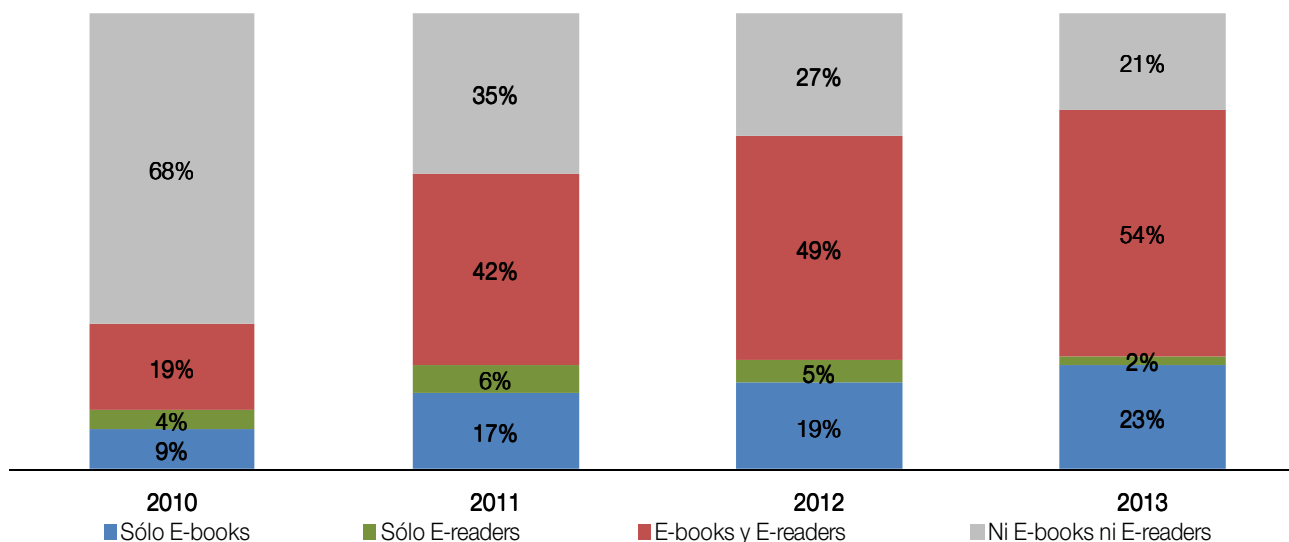
Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels.*

Preferencia de sistemas: de 2012 a 2013, la cuota de lectores que desean comprar exclusivamente libro impreso pasó del 40% al 38%, y subió la proporción de lectores que desean comprar tanto libro impreso como libro digital del 13 al 15%. Es muy relevante destacar que el lector de *e-books* desea sistemas abiertos, y en una encuesta representativa un 80% han manifestado que es importante que los *e-books* comprados puedan leerse en dispositivos de lectura de diferentes plataformas.

7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

La cuota de las librerías alemanas que ofertan *e-books* y dispositivos de lectura o *e-readers* en su catálogo de producto superó el 79% en 2013 (6% más que en 2012). Las librerías de gran tamaño incluso alcanzan el 98%. Los motivos básicos para incluir en su oferta tanto *e-books* como *e-readers* es fundamentalmente de imagen, no obstante también buscan nuevos clientes y el establecimiento de un modelo comercial multicanal.

E-BOOKS Y E-READERS EN EL CATÁLOGO DE LAS LIBRERÍAS ALEMANAS. 2010-2013
(En porcentaje)



Fuente: *Börseverein des Deutschen Buchhandels*.

La proporción de librerías que espera reducir sus ventas de libro impreso debido a la comercialización de *e-books* pasa del 57% en 2012 al 40% en 2013, y es destacable señalar que un 38% espera que no se produzca ninguna reducción de la facturación por yuxtaposición de ambos negocios.

Además, crece el temor de los libreros ante la concentración de la competencia en el negocio *on-line* (según un 87% de los encuestados) y retrocede el temor a otros elementos de riesgo como la piratería, la pérdida de facturación por canibalización del negocio *print* a causa del *e-*

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

book, así como la tradicional inquietud por la posible supresión por el legislador de la regulación del precio fijo.

En marzo de 2014 la plataforma de distribución propia del sector, *libreka!*, anunció un nuevo record: el catálogo del agregador, operado por la filial del Börsenverein MVB, había roto la barrera del millón de libros electrónicos, gracias a que al mes se añaden más de 10.000 nuevos libros digitales al catálogo.

En lo que respecta al hardware, la asociación de las librerías filialistas Thalia, Hugendubel y Weltbild ha introducido en el mercado el dispositivo de lectura digital “*Tolino*”, buscando crear un modelo contrario al “*Kindle*” de Amazon.

El libro electrónico supone para las librerías alemanas más un factor de imagen que de volumen de negocio, pues en el año 2013 los *e-books* generaron de media únicamente el 1% de la facturación de las librerías, aún así dicha cifra es el doble que la conseguida en el año anterior. La cuota de facturación del libro electrónico en las librerías de gran tamaño alcanza el 2%.

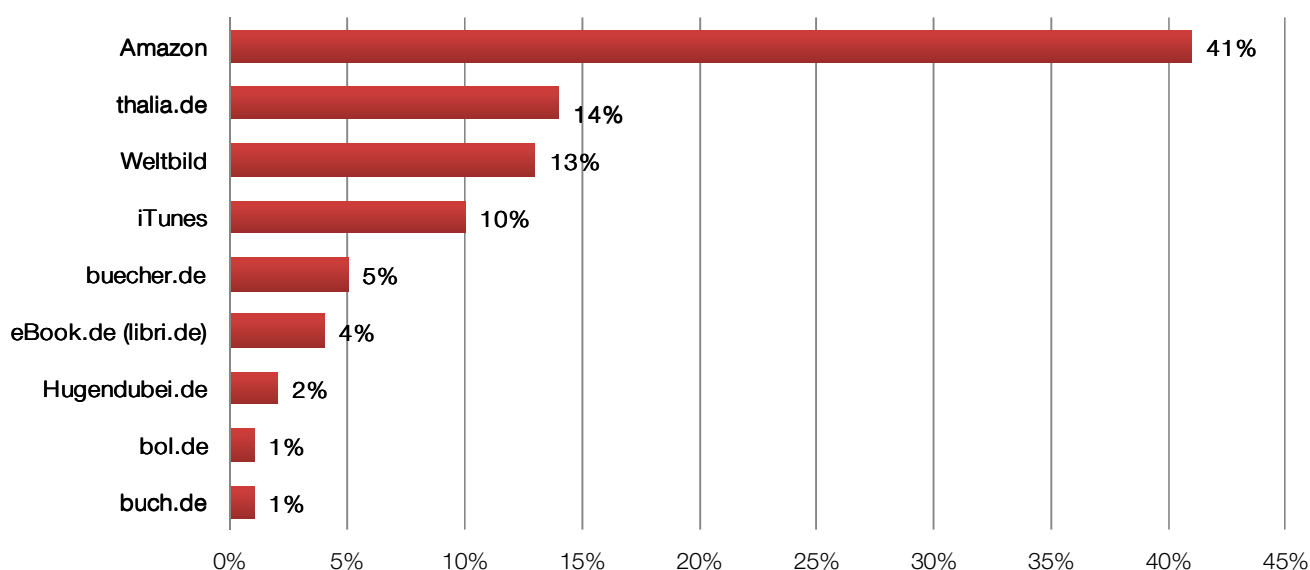
El 94% de los libreros alemanes considera que los libros electrónicos complementarán pero no reemplazarán a los libros impresos.

Sobre las plataformas de venta del libro electrónico sólo están disponibles los datos hasta 2012. Se estima que a finales de 2013 la cuota de Amazon superó el 55%, y esa cifra se puede haber incrementado esta primavera por la suspensión de pagos del grupo Weltbild, que era uno de los principales operadores en la venta por internet. La concentración avanza y plantea serios problemas de competencia en un mercado que hasta hace unos años estaba muy estructurado.

La venta a distancia de libros en Alemania, categorizada por los analistas como *Buchversandhandel*, (que incluye las ventas por internet, por catálogo, por suscripción en mailing, por teléfono o telefax y ventas de puerta en puerta) creció en 2013 un 4%, alcanzando los 2.700 millones de EUR.

CUOTA DE MERCADO: PLATAFORMAS DE VENTA EN INTERNET EN ALEMANIA. 2012

(En porcentaje)



Fuente: *Börsenverein des Deutschen Buchhandels*.

EL MERCADO DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN ALEMANIA

AMAZON

Se estima que en 2013 Amazon poseía más o menos la mitad del mercado de *e-books* alemán, seguido por la alianza Tolino de las dos cadenas de librerías más grandes, Thalia y Weltbild-Hugendubel al 34%, y Apple en el 10% (según el consejero delegado Ronald Schild de Libreka).

El impacto de Amazon y su fuerza de mercado en Alemania es objeto de numerosos debates, tanto en los medios de comunicación profesionales como en los generales, en el país. En Bad Hersfeld, el mayor centro logístico de Amazon en Alemania, los sindicatos y la dirección se enfrentaron varias veces a lo largo de 2013 en relación a los salarios, lo que resultó en varias huelgas. También fue muy criticado en los medios de comunicación la política de evadir impuestos en los grandes mercados europeos mediante la transferencia de beneficios a su sede europea de Amazon en Luxemburgo.

Ante la amenaza que Amazon supone para el sector, los libreros independientes y las grandes cadenas respondieron con una serie de iniciativas como la campaña “*Buy Local*” que obtuvo un apoyo de más de 90 comerciantes y fue ampliamente sustentada por los medios de comunicación alemanes.

Para hacer frente a Amazon las dos cadenas de librerías más grandes de Alemania optaron por atacar con su propio dispositivo de lectura llamado Tolino. El consorcio formado por las cadenas Thalia y Weltbild- Hugendubel, junto con Bertelsmann Club y Deutsche Telekom como socios tecnológicos, introdujo su primer dispositivo en marzo de 2013, teniendo como objetivo competir con el Kindle Paperwhite de Amazon. El dispositivo de lectura Tolino, respaldado por un catálogo de 300.000 títulos en Thalia y 500.000 en Weltbild, se posicionó en un precio de 99 Euros en el mercado alemán, claramente por debajo de los 129 Euros del dispositivo que ofrecía Amazon en su catálogo.

La venta de libros online en las distintas plataformas aumentó en 2013 un 7%, llegando a los 2.300 millones de Euros. Las ventas de Amazon en libros (incluyendo libro impreso y *e-books*) en 2013 aumentaron un 19%, y se cifran en 1.900 millones de Euros. Con ello controla el 80% del comercio electrónico del libro en Alemania.

Las ventas totales de libro electrónico en Alemania se estima que fueron en 2013 de unos 230 millones de Euros. No se conoce la cuota de Amazon sobre dichas ventas, pero se considera algo inferior al 50%, dado que realiza las ventas en dispositivo propio, el *e-reader* Kindle, que no se ha impuesto y compite con otros sistemas.

LA VENTA A DISTANCIA DEL LIBRO EN ALEMANIA: LA POSICIÓN DE AMAZON.

(En porcentaje)

	2012	2013
Venta a distancia tradicional libros	450 millones EUR	400 millones EUR
Venta a distancia on-line libros	2.150 millones EUR	2.300 millones EUR
Ventas Amazon libros (<i>print+e-book</i>)	1.600 millones EUR	1.900 millones EUR
Total venta a distancia libros	2.600 millones EUR	2.700 millones EUR

Fuente: *Buchreport Magazin*.

8. PERSPECTIVAS DEL SECTOR.

- **Estrategia empresarial de las editoriales:** Todo apunta a la necesidad de que las editoriales planteen su actividad articulando la oferta tanto de libro impreso como de libro digital para cada título editado, tendiendo a una estrategia de comercialización multicanal, con un previsible incremento de la comercialización directa en las ventas al consumidor del *e-book*.
- **Política comercial del sector librero:** Existe una coincidencia entre los expertos en la previsión de que en el negocio de librerías sólo sobrevivirán las empresas del comercio estacionario, esto es, con establecimiento físico abierto al público, que aborden una gran racionalización y profundización del factor servicio, que incluya un agregado de suministro rápido de pedidos, precio fijo, asesoría individual al cliente y experiencia agradable de compra (Einkaufserlebnis).
- **Cuota previsible del comercio electrónico:** Los analistas estiman que a corto y medio plazo se producirá una convivencia no beligerante entre los tres modelos existentes, el audiolibro (Hörbuch), el libro impreso (gedrucktes Buch) y el *e-book*, en el que al libro digital le podría corresponder un 35% de los ejemplares vendidos y un 25% de la facturación.
- **Incertidumbres:** Se suele considerar que el establecimiento definitivo de una política de precios adecuada, fijada en proporción al libro impreso, la resolución del problema actual de la incompatibilidad de formatos electrónicos de los dispositivos de lectura, el diferente tratamiento tributario del *e-book* y el libro impreso y el desarrollo legislativo referido a las prácticas monopolísticas del gigante Amazon son las variables que condicionarán en Alemania el desarrollo del negocio del libro electrónico.

9. BIBLIOGRAFÍA.

Publicaciones escritas

- *Buch und Buchhandel in Zahlen 2013*. Boersenverein des Deutschen Buchhandels, Fráncfor, 2013.
- *Verankert in Markt – Das E-Book in Deutschland 2013*. Boersenverein des Deutschen Buchhandels, Fráncfor, 2013.
- *Global eBook – A report on market trends and developments*. Rüdiger Wischenbart Content and Consulting, Viena, 2013.
- *E-Books in Deutschland – Der Beginn einer neuen Gutenberg-Ära?*. PricewaterhouseCoopers, Düsseldorf, 2010.
- *Ficha informativa: El libro electrónico en Alemania*. Oficina Económica y Comercial del Consulado de España en Düsseldorf, Düsseldorf, 2013.
- *Informe de la feria internacional del Libro de Fráncfort, 2013*. Oficina Económica y Comercial del Consulado de España en Düsseldorf, Düsseldorf, 2013.

Páginas web

- *Boersenverein des Deutschen Buchhandels*: <http://www.boersenverein.de/>
- *Boersenblatt Online, Daten und Fakten*: <http://www.mvb-boersenblatt.de>
- *Buchreport*: <http://www.buchreport.de>
- *Statistisches Bundesamt Deutschland*: <http://www.destatis.de/>
- *Instituto de Comercio Exterior de España*: <http://www.icex.es>

Bases de datos

- Estacom y otras bases de datos internas del ICEX