



JUGENDBAROMETER 2016

ZUM THEMA GEISTIGEN EIGENTUMS

-

Titelbilder:

© Michael Flippo

© Antares614

Jugendbarometer 2016 zum thema geistigen eigentums

-

This survey has been commissioned to GFK, by the European Union Intellectual Property Office in the framework of the Programme of the European Observatory on Infringements of Intellectual Property Rights.

FIELDWORK 2015

PUBLICATION April 2016

Inhaltsangabe

Vorworts	6
1. Zusammenfassung	9
1.1 Digitale Inhalte	10
1.2 Online-Kauf von physischen Waren	16
1.3 Kommunikation über Nachahmungen und Produktpiraterie	21

Vorworts

Jugendbarometer 2016 zum thema geistigen eigentums

Bei früheren Studien des Amtes im Auftrag der Beobachtungsstelle wurden die engen Verflechtungen zwischen Rechten des geistigen Eigentums und der Wirtschaft deutlich. Dabei wurden auch die negativen Folgen von Verletzungen für Arbeitsplätze in der rechtmäßigen Wirtschaft und für die Staatseinkünfte aufgezeigt.

Die Studie aus dem Jahr 2013 zu der Frage, was Unionsbürger von diesen wichtigen Rechten halten, hat jedoch gezeigt, dass nicht jeder den Beitrag der Rechte des geistigen Eigentums uneingeschränkt akzeptiert und insbesondere junge Leute durchaus skeptisch sein können.

Als Reaktion auf diese Ergebnisse versuchte das Amt, die Einstellungen der 15- bis 24-Jährigen über das hier vorgestellte Jugendbarometer zum Thema geistigen Eigentums besser zu verstehen; dies soll regelmäßig wiederholt werden, um die Entwicklung zu beobachten.

Das Jugendbarometer erstreckt sich auf junge Menschen in allen 28 EU-Mitgliedstaaten, und sein Hauptziel besteht darin, Kenntnisse darüber zusammenzutragen, wie junge Leute sich online in Bezug auf Rechte des geistigen Eigentums verhalten.

Dabei wird insbesondere untersucht, welche Antriebe und Hindernisse beim Erwerb von digitalen Inhalten und physischen Waren, die von legalen ebenso wie von illegalen Quellen angeboten werden, im Wesentlichen zum Tragen kommen.

Schließlich wird im Rahmen der Studie geprüft, was zur Verbesserung der Lage unternommen werden könnte.

Um kurz einige der wichtigsten Ergebnisse zusammenzufassen: Der Bericht zeigt, dass es in den Augen junger europäischer Bürger an Informationen über Rechte des geistigen Eigentums fehlt, die ihnen zu einem besseren Verständnis der Problematik verhelfen könnten. Die jungen Menschen geben ferner an, dass die vorliegenden Informationen ihrer Altersgruppe nicht zielführend vermittelt werden.

Zusammen führen diese Faktoren zu einem Klima der Gleichgültigkeit, mit der Folge, dass es vielen Jugendlichen, die in diesem digitalen Zeitalter aufwachsen, egal ist, ob sie Rechte des geistigen Eigentums verletzen oder nicht.

Rund ein Drittel der bei der Studie Befragten führt aber auch die Tatsache der mangelnden Verfügbarkeit von Filmen oder Fernsehserien, zu denen ihre Altersgenossen in den USA oder andernorts Zugang haben, als einen Grund dafür an, dass sie illegale Quellen in Anspruch nehmen.

Schließlich, und dies ist vielleicht der wichtigste Punkt, nannten zwei Drittel der Befragten den Preis als wesentliche Triebfeder für die Nutzung illegaler Quellen.

Diese Studie liefert einen umfassenden Überblick über das Thema; sie wurde objektiv anhand einer transparenten Methodik durchgeführt.

Der vorliegende Bericht sollte daher von Inhabern von Rechten des geistigen Eigentums, Branchenfachleuten, Pädagogen und politischen Entscheidungsträgern zusammen mit den Daten und Belegen in anderen vom Amt durch ihre Beobachtungsstelle durchgeführten Studien sorgfältig gelesen werden.

Auch wenn die Ergebnisse nicht jedem gefallen dürften, führen sie sicherlich das Ausmaß des Problems vor Augen, wenn künftige Generationen Rechte des geistigen Eigentums verstehen und achten sollen.

Es bleibt zu hoffen, dass sie zum Verständnis der Problematik beitragen und zu neuen Konzepten inspirieren, um jungen Leuten die Instrumente an die Hand zu geben, die sie brauchen, um die Rolle von Innovationen richtig zu verstehen und umfassend und konstruktiv an der Wissensgesellschaft mitzuwirken.

Vor diesem Hintergrund wollen wir das Fundament für ein Netzwerk legen, welches als Vorbild dient bei unseren gemeinsamen Anstrengungen zum Aufbau einer Strategie für die Aufklärung und Kommunikation über Rechte des geistigen Eigentums, die tatsächlich funktioniert, wenn sie von den Akteuren vor Ort umgesetzt wird.

Dies dürfte kein einfaches Unterfangen werden, doch spannend wird es ganz bestimmt, und ich möchte mich ganz herzlich bei all jenen bedanken, die uns helfen, die ersten Schritte auf diesem Weg zu unternehmen.

António Campinos

Geschäftsführer, EUIPO

1. Zusammenfassung

Jugendbarometer 2016 zum thema geistigen eigentums

Im Jahr 2013 hat das HABM über die Europäische Beobachtungsstelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums die Studie „Die Bürger Europas und das geistige Eigentum: Wahrnehmung, Bewusstsein und Verhalten“ in Auftrag gegeben. Eines ihrer wichtigsten Ergebnisse ist, dass die jüngere Generation geistiges Eigentum deutlich stärker in Frage stellt als andere Altersgruppen.






Um die Gründe für diesen Umstand besser zu verstehen, gab das HABM diese Folgestudie in Auftrag, die sich mit jungen Menschen zwischen 15 und 24 Jahren in allen 28 Mitgliedstaaten beschäftigt. Zentrales Ziel der Studie ist es, Erkenntnisse darüber zusammenzutragen, wie junge Menschen sich online verhalten, und insbesondere zu erforschen, was für sie die wesentlichen Antriebe und Hindernisse beim Erwerb von legal wie illegal angebotenen Online-Inhalten und physischen Waren sind, und zu beurteilen, was zur Verbesserung der Situation getan werden könnte.

Die erste Phase der Studie umfasste qualitative Forschung in allen 28 Mitgliedstaaten. Diese erfolgte in Form von zweistündigen Fokusgruppensitzungen, an denen pro Gruppe acht junge Europäer teilnahmen. Die zweite Phase bildete der quantitative Teil der Studie, der aus einer Online-Erhebung unter Nutzung der CAWI¹-Methodik auf der Grundlage von GfK-Panels in den 28 Mitgliedstaaten bestand. Der Fragebogen für die Online-Erhebung wurde auf der Grundlage der Ergebnisse der qualitativen Fokusgruppen entworfen und wurde genutzt, um über die bei der qualitativen Forschung gewonnenen Erkenntnisse hinaus quantifizierbare Daten zu erhalten. Die standardmäßig betrachteten Untergruppen beziehen sich auf die soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Altersgruppe, Bildungsniveau (abgeschlossene Bildungsgänge und Ausbildungen), Beschäftigungsstatus und studentisches Einkommen.

1.1 Digitale Inhalte

MUSIK IST DER TEIL DER ONLINE-INHALTE, AUF DEM AM HÄUFIGSTEN ONLINE ZUGEGRIFFEN WIRD

Musik, Filme, Serien und Spiele wurden in den vergangenen zwölf Monaten von der Mehrheit der Befragten abgerufen und genutzt, während elektronische Zeitungen und Zeitschriften sowie E-Books von einer etwas geringeren Anzahl von Befragten abgerufen wurden.

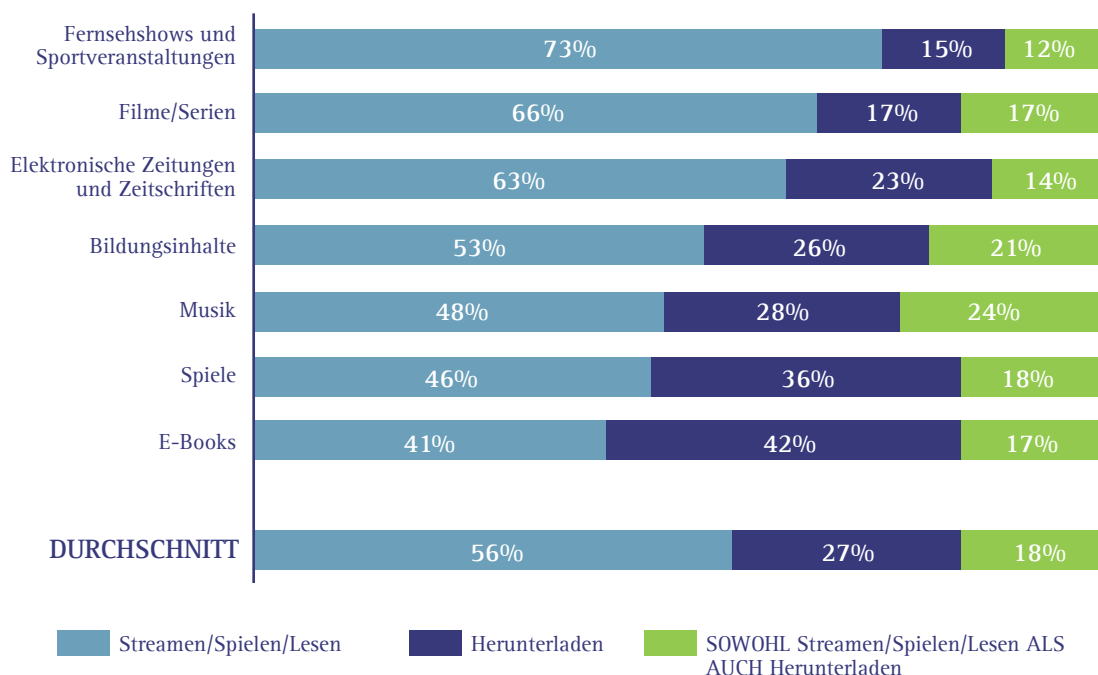
 97% - MUSIK	 80% - FERNSEHSHOWS UND SPORTVERANSTALTUNGEN
 95% - FILME UND SERIEN	
 91% - SPIELE	 61% - ELEKTRONISCHE ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN
 83% - BILDUNGSINHALTE	 58% - E-BOOKS

1 Computer Assisted Web Interviewing (computergestützte Online-Interviews).

Betrachtet man die Nutzungshäufigkeit², so wurde pro Jahr im Durchschnitt 204 Tage auf Musik zugegriffen. Die von jungen Menschen am seltensten genutzten Inhalte waren elektronische Zeitungen und Zeitschriften mit einer Nutzungshäufigkeit von 46 Tagen pro Jahr.

DAS STREAMEN VON INHALTEN IST ALLGEMEIN BELIEBTER ALS DAS HERUNTERLADEN

Die Fokusgruppen fanden heraus, dass es für junge Menschen weniger Sinn ergibt, ein Lied herunterzuladen und es auf der Festplatte ihres Mobiltelefons, Tablets, Laptops oder sonstigen Geräten zu speichern. Dasselbe gilt für Sportveranstaltungen, bei denen es sich um einmalige Veranstaltungen handelt, die „live“ erlebt werden wollen. Aus diesem Grund werden Musik, Filme, Serien und Sportveranstaltungen gestreamt und nicht heruntergeladen; auf E-Books trifft dies nicht zu. Die Präferenzen beim Streamen oder Herunterladen digitaler Inhalte wurden durch die Ergebnisse der Online-Erhebung bestätigt.

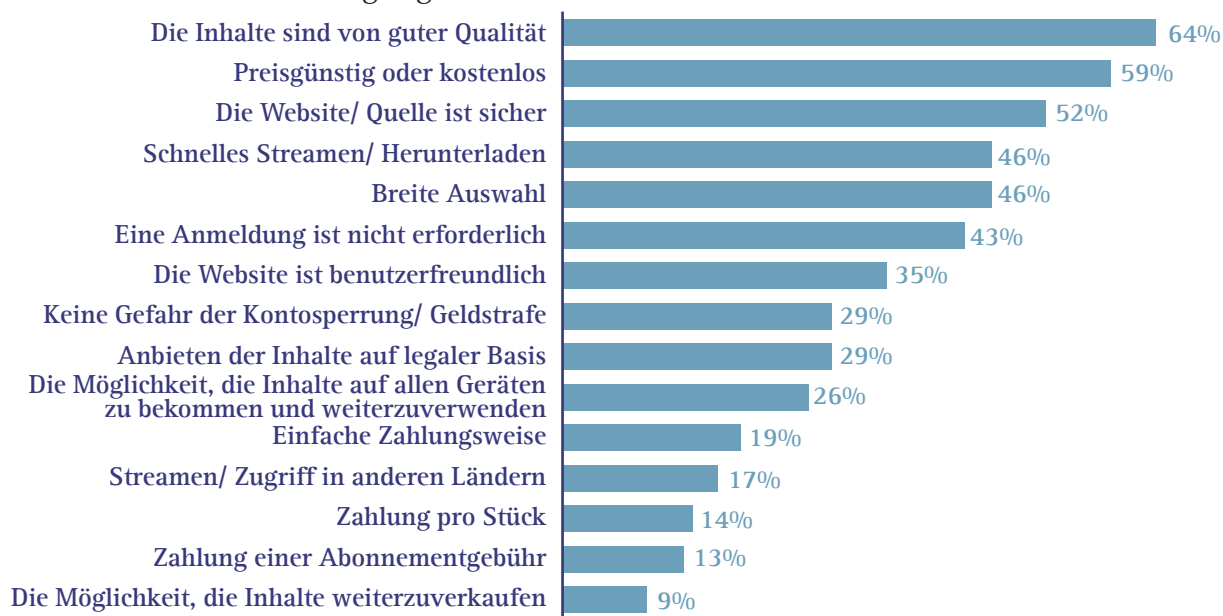


Jugendliche (15- bis 17-Jährige) streamen überdurchschnittlich oft verschiedene Inhalte: Fernsehshows und Sportveranstaltungen, elektronische Zeitungen und Zeitschriften, Filme und Serien, E-Books und Bildungsinhalte. Junge Erwachsene (22- bis 24-Jährige) laden Fernsehshows und Sportveranstaltungen, Filme und Serien, E-Books und Bildungsinhalte deutlich öfter herunter als der Durchschnitt.

² Die Nutzungshäufigkeit wird berechnet durch Umkodierung der Antworten auf eine einzelne Einheit von „Tagen pro Jahr“: Die Antwort „tägliche Nutzung“ wird mit 365 multipliziert, die Antwort „wöchentliche Nutzung“ wird mit 52 multipliziert, die Antwort „monatliche Nutzung“ wird mit 12 multipliziert und die Antwort „selten genutzt“ wird mit 4 multipliziert.

QUALITÄT, PREIS UND SICHERHEIT SIND DIE WICHTIGSTEN ASPEKTE BEIM ZUGREIFEN AUF ONLINE-INHALTE

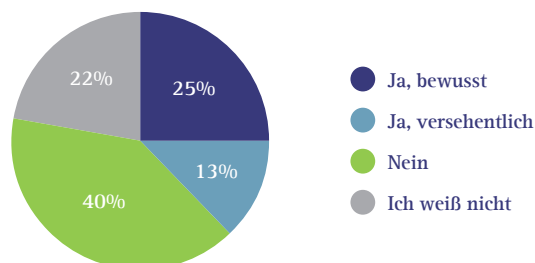
Bei den Antworten auf die Frage, was für junge Menschen beim Streamen oder Herunterladen von Online-Inhalten wichtig ist, stechen drei Aspekte heraus: Nahezu zwei Drittel der Befragten erklären, dass für sie die gute Qualität der Online-Inhalte sehr wichtig ist. Für einen etwas geringeren Anteil von Befragten ist es sehr wichtig, dass die Online-Inhalte preisgünstig oder kostenlos sind. Die Sicherheit der Website bzw. der Quelle wird an dritter Stelle genannt. Laut den Ergebnissen der Erhebung gibt fast ein Drittel (29 %) der jungen Menschen an, dass für sie beim Zugreifen auf digitale Inhalte die Legalität der Quelle von Bedeutung ist. Im Bericht werden Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern dargelegt.



25 % DER JUNGEN MENSCHEN HABEN IN DEN VERGANGENEN ZWÖLF MONATEN ILLEGALE QUELLEN GENUTZT, UM AN INHALTE ZU GELANGEN

Ein Viertel der jungen Menschen nutzt illegale Quellen, um auf Inhalte zuzugreifen. Wenngleich ein nicht geringer Anteil von jungen Menschen illegale Quellen nutzt, gab die große Mehrheit (81 %) in der Stichprobe an, beim Zugreifen auf Online-Inhalte auch legale Quellen zu nutzen. Dies bedeutet, dass nur eine Minderheit ausschließlich illegale Quellen nutzt, um auf Online-Inhalte zuzugreifen. Innerhalb dieser Minderheit sind Männer überrepräsentiert (22 % gegenüber 16 % Frauen) sowie auch Befragte, die über ein Einkommen verfügen (20 % gegenüber 15 % ohne Einkommen). Unter Studierenden mit einem Einkommen ist der Anteil derjenigen, die bewusst illegale Quellen nutzen, höher: 70 % gegenüber 63 % der Studierenden ohne Einkommen. Einen höheren Anteil der bewussten Nutzung weisen jene Befragten auf, die bereits über einen Bildungsabschluss verfügen.

Nutzung illegaler Quellen, um auf digitale Inhalte zuzugreifen³

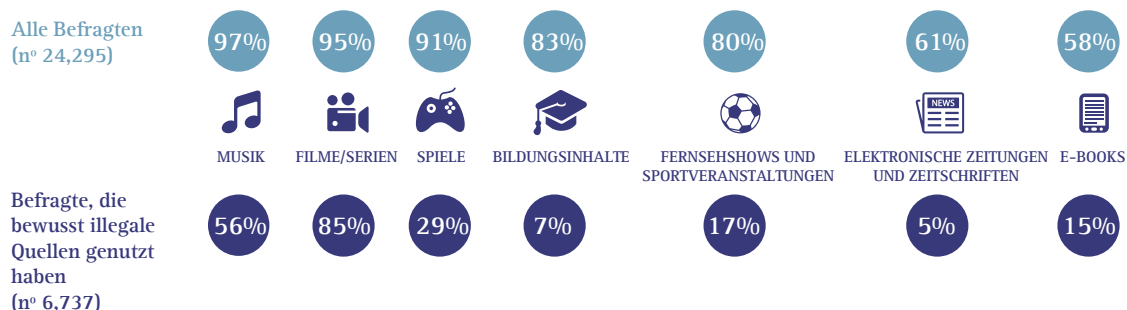


Diejenigen, die nicht bewusst illegale Quellen genutzt haben, oder diejenigen, die dies versehentlich taten (hauptsächlich die jüngste Altersgruppe) nannten folgende Gründe für den Verzicht auf Rechtsverstöße: die Angst vor den Gefahren durch Viren oder Spyware (53 %), geringes Vertrauen in illegale Quellen (45 %) und die Absicht, nicht rechtswidrig zu handeln (43 %). Die meisten der jungen Menschen, die nicht wissen, ob sie legale oder illegale Quellen genutzt haben, gaben als Begründung an, dass sie nicht in der Lage seien zu bestimmen, ob die Quelle legal sei oder nicht.

FILME UND SERIEN SIND DIE INHALTE, AUF DIE AM HÄUFIGSTEN ÜBER ILLEGALE QUELLEN ZUGEGRIFFEN WIRD

Von allen digitalen Inhalten, auf die junge Menschen zugreifen, ist Musik der beliebteste: Fast alle jungen Menschen gaben an, Musikinhalte zu streamen oder herunterzuladen (97 %). Allerdings ist es so, dass nur knapp über die Hälfte (56 %) der jungen Menschen, die illegale Quellen nutzen, dies tun, um auf Musikinhalte zuzugreifen. Obwohl Filme und Serien die Inhalte sind, auf die am zweithäufigsten zugegriffen wird (95 %), stellen sie die Inhalte dar, auf die am häufigsten bewusst über illegale Quellen zugegriffen wird (85 %).

Nutzung digitaler Inhalte im Rahmen der allgemeinen und bewussten Nutzung digitaler Inhalte aus illegalen Quellen⁴



3 Quelle: Frage IV2: Haben Sie in den vergangenen zwölf Monaten Inhalte von illegalen Quellen (Websites) genutzt, gespielt, heruntergeladen oder gestreamt? N= 24.083 und IV3: Haben Sie illegale Quellen bzw. Websites bewusst genutzt, um auf Inhalte zuzugreifen? (N=9.907)

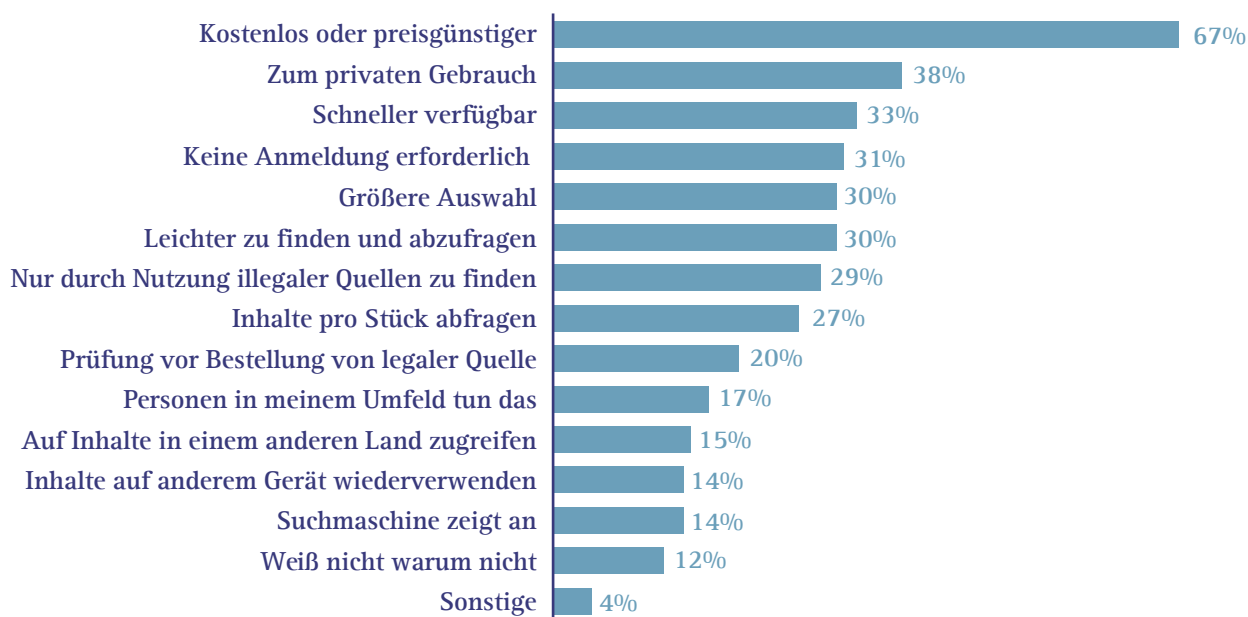
4 Quelle: Frage II3.1: Wie oft haben Sie in den vergangenen zwölf Jahren folgende Inhalte im Internet angehört, angeschaut, gelesen, genutzt, gespielt, heruntergeladen usw.? (N=24,295) und IV4. Welche Art von Inhalten aus einer illegalen Quelle (Website) haben Sie bewusst genutzt, gespielt, heruntergeladen oder gestreamt? Bitte geben Sie alles Zutreffende an. (N=6.737)

PREIS, „NUR ZUM PRIVATEN GEBRAUCH“ UND VERFÜGBARKEIT SIND DIE HAUPTANTRIEBE FÜR DIE NUTZUNG ILLEGALER QUELLEN

Der Preis spielt die größte Rolle für weibliche Nutzer (73 % gegenüber 62 % der Männer), Studierende ohne Einkommen (71 % gegenüber 67 % der Studierenden mit einem Einkommen), erwerbslose Befragte (67 % gegenüber 56 % der erwerbstätigen Befragten) und nicht zuletzt für Studierende an Hochschulen (73 % gegenüber 62 % der Personen mit niedrigem Bildungsniveau). Der Preis ist in allen Ländern für die Mehrheit der jungen Europäer der Hauptantrieb für die Nutzung illegaler Quellen zwecks Zugriffs auf Online-Inhalte. Als zweiten Grund für die Nutzung illegaler Quellen geben 38 % der Befragten an, ihr Handeln nicht für falsch zu halten, da sie es nur zum privaten Gebrauch täten. Diese Einstellung wird weniger häufig von Personen geäußert, die über einen Hochschulabschluss verfügen (28 % gegenüber 38 % der Personen mit mittlerem und 34 % der Personen mit niedrigem Bildungsabschluss).

30 % der Befragten geben an, die digitalen Inhalte, nach denen sie suchen, auf legalen Websites nicht finden zu können, und etwa jeder Dritte nennt als wichtigste Gründe für die Nutzung illegaler Quellen die folgenden Aspekte: Online-Inhalte aus illegalen Quellen seien schneller verfügbar, eine Anmeldung sei nicht erforderlich, Inhalte aus illegalen Quellen seien leichter zu finden und abzufragen oder die Auswahl sei bei illegalen Quellen größer. Alle diese Gründe werden häufiger von weiblichen als von männlichen Nutzern genannt.

Ausschlaggebende Gründe für die bewusste Nutzung illegaler Quellen⁵

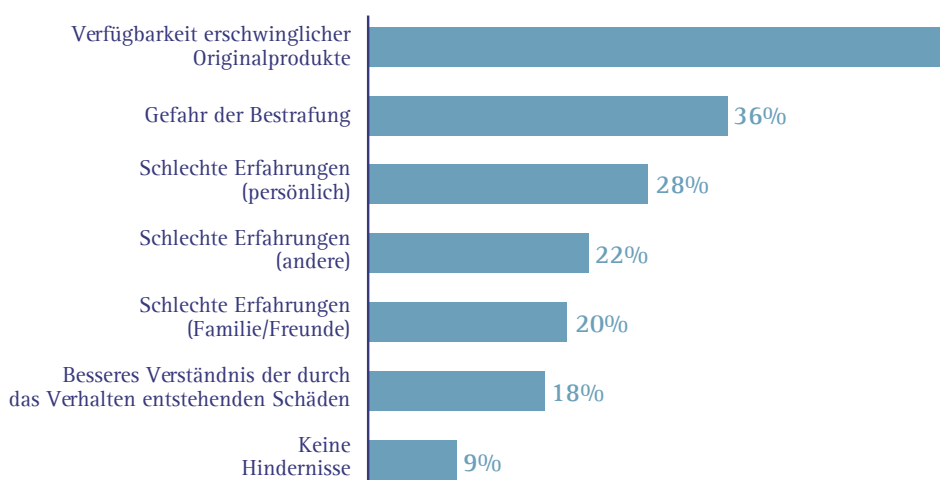


⁵ Quelle: Frage IV5: Sie haben angegeben, in den vergangenen zwölf Monaten bewusst illegale Quellen (Websites) genutzt zu haben, um auf Online-Inhalte zuzugreifen. Was waren die Gründe dafür? Bitte geben Sie alles Zutreffende an. (N=6.737)

DIE VERFÜGBARKEIT ERSCHWINGLICHER INHALTE ÜBER LEGALE QUELLEN, DIE GEFAHR DER BESTRAFUNG UND NEGATIVE ERFAHRUNGEN WÄREN DIE HAUPTGRÜNDE FÜR EINEN KÜNFTIGEN VERZICHT AUF NUTZUNG ILLEGALER QUELLEN

Für diejenigen Teilnehmer der Fokusgruppen, die bewusst illegale Quellen nutzen, um auf digitale Inhalte zuzugreifen, scheint ein potenzieller Verlust an Einkünften, den Musik- oder Filmstars durch ihr Verhalten erleiden könnten, kein schlagendes Argument zu sein. Laut Erhebung wäre die Verfügbarkeit erschwinglicher Inhalte über legale Quellen der Hauptgrund für einen künftigen Verzicht auf Nutzung illegaler Quellen. Junge Frauen (61 % gegenüber 56 % der Männer) und Studierende an Hochschulen (63 % gegenüber 49 % der Personen mit niedrigem Bildungsabschluss) sind die soziodemografischen Gruppen, in denen diese Meinung am häufigsten vertreten wird. Die Gefahr der Bestrafung wird von jungen Menschen am zweithäufigsten als Grund für einen eventuellen Verzicht auf Nutzung illegaler Quellen genannt. Die potenzielle Gefahr der Bestrafung hat für junge Frauen (40 %) eine größere Bedeutung als für junge Männer (33 %), und die jüngste Altersgruppe (42 %) lässt sich davon mehr beeindrucken als die mittlere (36 %) und die älteste Altersgruppe (32 %) sowie Studierende (38 %) mehr als Nicht-Studierende (30 %). Der dritte Grund für den Verzicht auf Nutzung illegaler Quellen sind schlechte Erfahrungen. Den größten Einfluss haben negative persönliche Erfahrungen dabei besonders auf junge Frauen (31 % gegenüber 26 % der Männer).

Hauptgründe für den Verzicht auf Nutzung illegaler Quellen zwecks Zugriffs auf digitale Inhalte⁶



⁶ Fuente: Pregunta IV6: Ha señalado que utilizó fuentes ilícitas (sitios web) intencionadamente para acceder a contenidos en línea en los últimos 12 meses. ¿Qué le haría dejar de utilizar fuentes ilícitas? Indíquense todas las respuestas válidas. (N=6.737)

1.2 Online-Kauf von physischen Waren

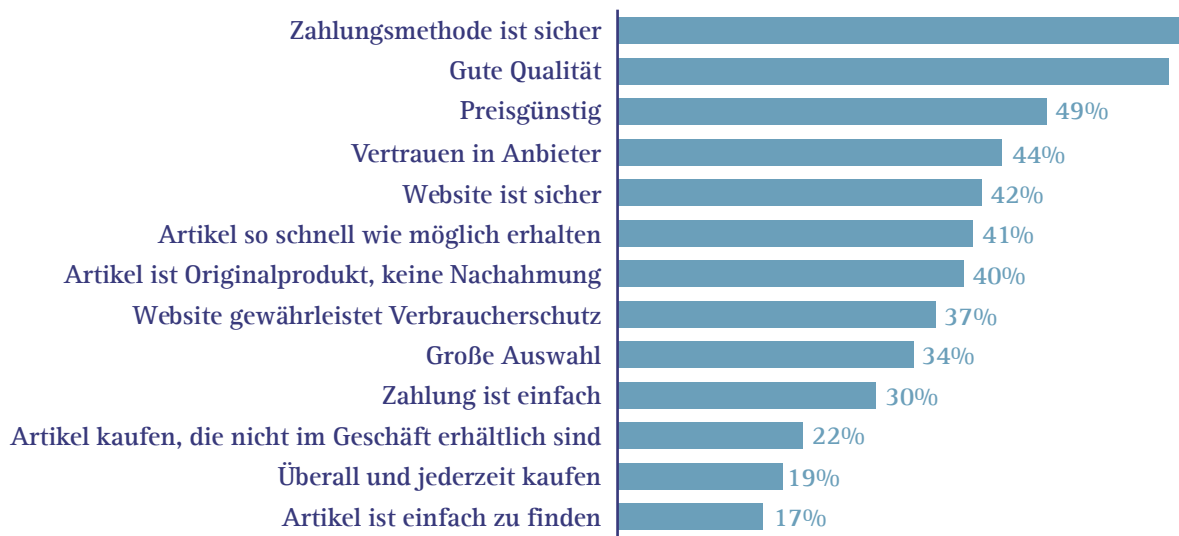
KLEIDUNG UND ACCESSOIRES SIND DIE PRODUKTE, DIE AM HÄUFIGSTEN ONLINE GEKAUFT WERDEN

Kleidung und Accessoires sind mit großem Abstand die Kategorie von Produkten, die von jungen Europäern am liebsten online gekauft werden. Das am zweithäufigsten online erworbene Produkt sind Schuhe. Beide Produktkategorien werden deutlich häufiger von jungen Frauen gekauft (73 % für Kleidung und Accessoires und 50 % für Schuhe) als von Männern (jeweils 55 % und 41 %). Die Unterschiede in dieser Produktkategorie sind nicht nur geschlechtsspezifisch, sondern der Online-Kauf von Kleidung und Accessoires nimmt auch mit zunehmendem Alter, Bildungsgrad und Einkommen zu. Fahr- bzw. Eintrittskarten - das am dritthäufigsten von Jugendlichen online gekaufte Produkt - werden ebenfalls häufiger von jungen Frauen gekauft (42 %) als von Männern (31 %). Wie Kleidung und Accessoires werden auch Fahr- bzw. Eintrittskarten häufiger von älteren Befragten, Personen mit höherem Bildungsniveau und Befragten, die über ein Einkommen verfügen, online gekauft.



SICHERE ZAHLUNGSMETHODEN, QUALITÄT UND PREIS SIND DIE WICHTIGSTEN ASPEKTE BEIM ONLINE-KAUF VON PRODUKTEN

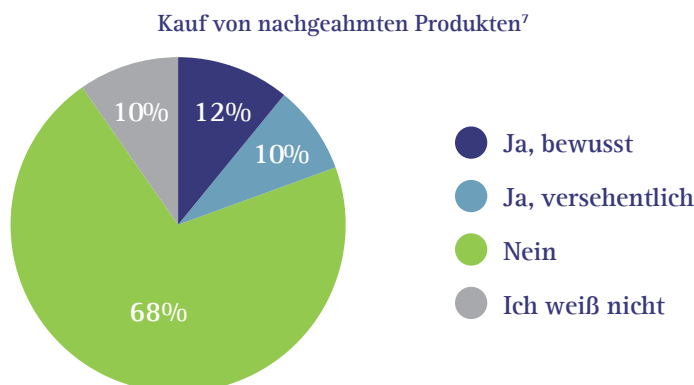
Eine sichere Zahlungsmethode wird von knapp zwei Dritteln der Befragten genannt. In Hinblick auf soziodemografische Kategorien halten mehr junge Frauen (69 %) und Studierende ohne Einkommen (68 %) die Sicherheit der Zahlung für wichtig als Männer (61 %) und Studierende mit einem Einkommen (64 %). In der jüngsten Altersgruppe (15- bis 17-Jährige) halten ebenfalls überdurchschnittlich viele Befragte diesen Aspekt für wichtig. Qualität ist der am zweithäufigsten genannte Aspekt, wobei es keine wesentlichen Unterschiede zwischen den verschiedenen soziodemografischen Gruppen gibt, wenngleich dieser Aspekt in der jüngsten Altersgruppe häufiger genannt wird als in den älteren Altersgruppen (68 % gegenüber 62 % bzw. 60 %). Der Preis ist der dritte Aspekt, der für junge Männer (50 % gegenüber 48 % der Frauen), die ältere Altersgruppe (18 % gegenüber 14 % bei der jüngsten Altersgruppe), erwerbstätige Personen (21 % gegenüber 16 % der erwerbslosen Personen) und Befragte mit niedrigem Bildungsniveau (19 % gegenüber 14 % der Personen mit höherem Bildungsniveau) mehr Bedeutung hat.



12 % DER JUNGEN MENSCHEN HABEN IN DEN VERGANGENEN ZWÖLF MONATEN BEWUSST NACHGEAHMTE WAREN ONLINE ERWORBEN

Über den Online-Kauf von nachgeahmten Waren denken junge Menschen anders als über den illegalen Zugriff auf digitale Inhalte und verhalten sich auch dementsprechend anders. Aus der qualitativen und quantitativen Analyse geht hervor, dass es junge Menschen beim Streamen oder Herunterladen von Inhalten nicht wirklich inte-

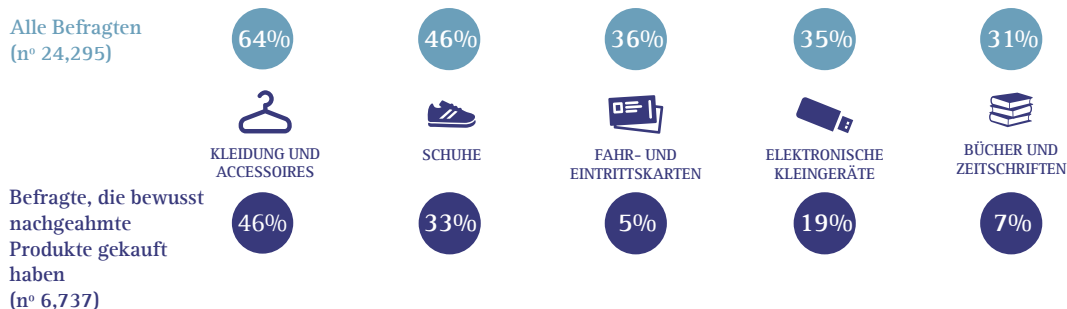
ressiert, ob die Quellen legal oder illegal sind. Dagegen gaben sie in den Fokusgruppen an, nachgeahmte Produkte nicht zu mögen und auch nicht daran interessiert zu sein, diese zu erwerben. Diese Erkenntnis wird durch die Ergebnisse der quantitativen Analyse gestützt. Junge Frauen, 18- bis 21-Jährige, Studierende und Erwerbslose sind weniger geneigt, bewusst nachgeahmte Produkte zu kaufen.



Nachgeahmte Produkte scheinen unter jungen Leuten einen eher schlechten Ruf zu haben. So wird ihnen im Vergleich zu Originalprodukten eine schlechtere Qualität zugeschrieben. Das Anbieten von nachgeahmten Produkten wird mit zweifelhaften Websites assoziiert, denen die jungen Leute kein Vertrauen schenken. Junge Europäer fürchten sich vor Betrug und haben Angst, dass sie durch den Online-Kauf von nachgeahmten Produkten geschädigt werden. Aus diesen Gründen vermeiden es junge Menschen bewusst, nachgeahmte Produkte zu kaufen.

KLEIDUNG UND ACCESSOIRES SIND DIE KATEGORIE VON NACHGEAHMTEN PRODUKTEN, DIE AM HÄUFIGSTEN ONLINE GEKAUFT WERDEN

Kleidung und Accessoires sind allgemein die Kategorie von Produkten, die am häufigsten online gekauft werden. Nachahmungen in anderen Kategorien werden weniger häufig gekauft.

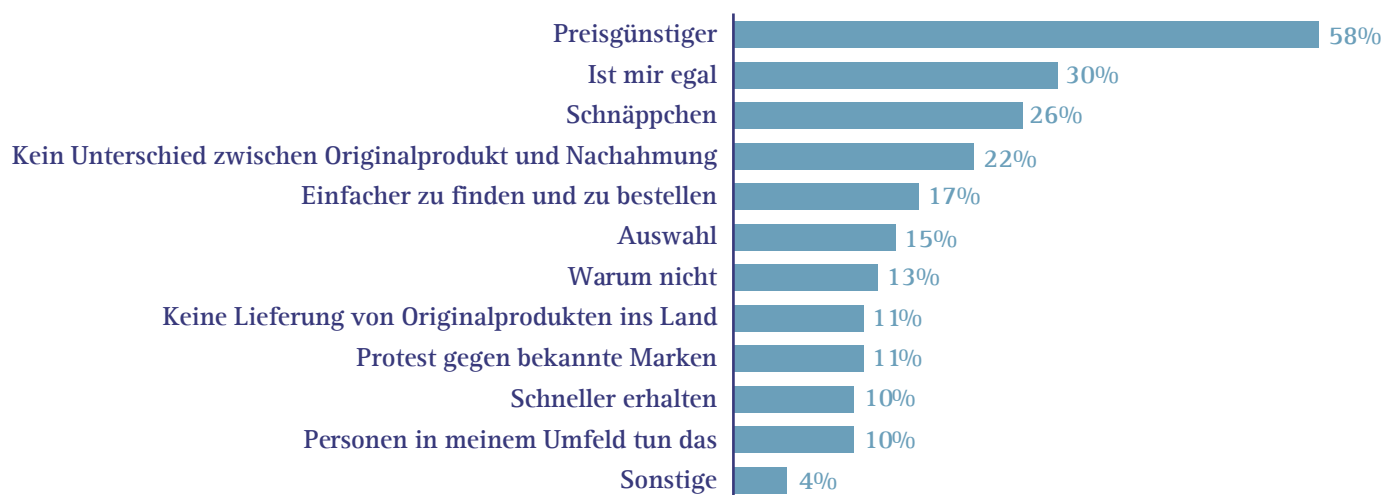


⁷ Quelle: Frage III2: Haben Sie in den vergangenen zwölf Monaten ein gefälschtes Produkt online gekauft? (N=21.981)

PRICEDER PREIS IST DER HAUPTANTRIEB FÜR DEN ONLINE-KAUF VON NACHGEAHMTEN PRODUKTEN, GEFOLGT VON GLEICHGÜLTIGKEIT UND DEM GLAUBEN, DASS FÄLSCHUNGEN EIN SCHNÄPPCHEN SIND

Für eine Minderheit von jungen Menschen, die bewusst nachgeahmte Produkte online kaufen, ist der Hauptantrieb für ihr Verhalten der Preis, danach folgt die Gleichgültigkeit gegenüber der Frage, ob die Waren nachgeahmt sind oder nicht. Bei einem Viertel derjenigen, die bewusst nachgeahmte Produkte online kaufen, speist sich jungen Leute haben ein nachgeahmtes Produkt gekauft, weil die Websites, auf denen die Originalprodukte angeboten werden, in ihrem Land nicht verfügbar sind.

Ausschlaggebende Gründe für den bewussten Online-Kauf von nachgeahmten Waren⁸

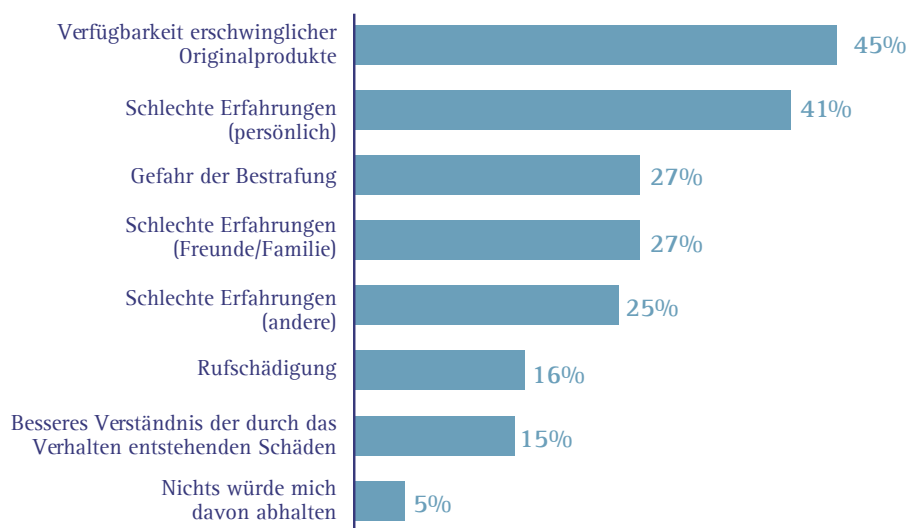


DIE VERFÜGBARKEIT ERSCHWINGLICHER ORIGINALPRODUKTE, SCHLECHTE ERFAHRUNGEN UND DIE GEFAHR DER BESTRAFUNG WÜRDEN DIE MEISTEN DER BEFRAGTEN VERANLASSEN, AUF DEN KAUF VON NACHGEAHMTEN PRODUKTEN ZU VERZICHTEN

Fast die Hälfte der Befragten würde auf den Kauf nachgeahmter Waren verzichten, wenn erschwingliche Originalprodukte verfügbar seien. Auch in diesem Fall scheint der Preis für die Entscheidung zum Kauf eines nachgeahmten Produkts von ausschlaggebender Bedeutung zu sein. Insbesondere junge Frauen (53 % gegenüber 38 % der Männer), die bewusst nachgeahmte Produkte gekauft haben, würden Originalprodukte kaufen, wenn diese erschwinglich seien. Schlechte Erfahrungen, die sie entweder selbst oder einer ihrer Freunde oder Verwandten oder andere gemacht haben, sind ein weiterer potenzieller Grund für den Verzicht auf diese Produkte. Für junge Frauen (44 %) hätten eigene schlechte Erfahrungen eine größere Bedeutung als für Männer (38 %).

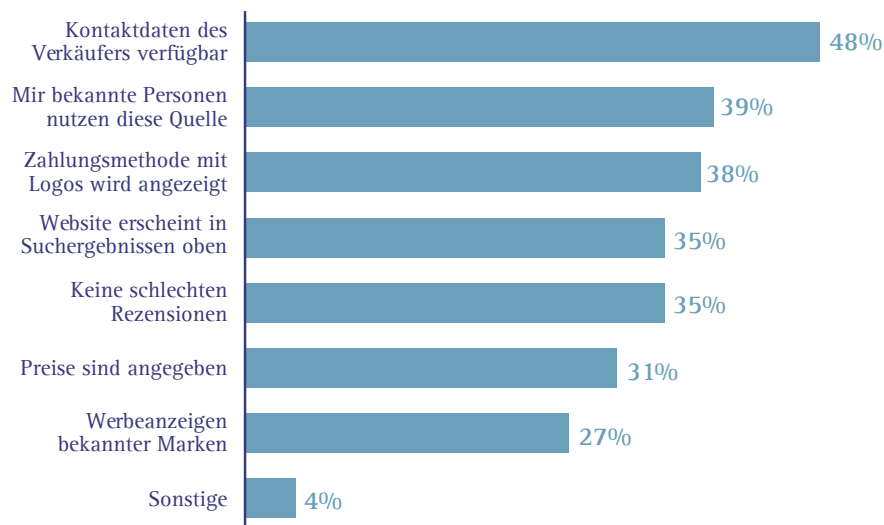
⁸ Quelle: Frage III4: Sie haben angegeben, in den vergangenen zwölf Monaten bewusst ein gefälschtes Produkt gekauft zu haben. Was waren die Gründe dafür? Bitte geben Sie alles Zutreffende an. (N=2.836)

Ein dritter wichtiger Faktor ist die Gefahr der Bestrafung, die von den Befragten als Grund für einen Verzicht auf den Kauf nachgeahmter Produkte genannt wird, wenn gleich nur 23 % der ältesten Altersgruppe (22- bis 24-Jährige) diese Antwort gab.



EIN DRITTEL DER BEFRAGTEN GIBT AN, WEBSITES, AUF DENEN NACHGEAHMTE PRODUKTE ZUM KAUF ANGEBOTEN WERDEN, VON JENEN UNTERSCHIEDEN ZU KÖNNEN, AUF DENEN ORIGINALPRODUKTE VERKAUFT WERDEN, UND DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN GIBT AN, ZWISCHEN LEGALEN UND ILLEGALEN QUELLEN VON ONLINE-INHALTEN UNTERSCHIEDEN ZU KÖNNEN

Als wichtigster Indikator, um eine Quelle als legal einzustufen zu können, wird von knapp der Hälfte aller Befragten (48 %) die Verfügbarkeit von Kontaktdaten genannt. Für 39 % der jungen Menschen ist ferner der Umstand, dass ihnen bekannte Personen die Website nutzen, ein klarer Grund, um die Quelle als legal einzustufen. Ein ähnlicher Prozentsatz hält eine Website für legal, wenn Zahlungsanbieter und Kreditkartenlogos auf den Zahlungsseiten angezeigt werden. Die Popularität der Website in Suchmaschinenergebnissen hat ebenfalls Einfluss auf junge Menschen. So geht knapp über ein Drittel (35 %) der jungen Menschen davon aus, dass eine Website legal ist, wenn diese als eines der ersten Suchergebnisse erscheint. Für 27 % der jungen Europäer ist die Tatsache, dass auf der Website Werbeanzeigen großer Marken zu sehen sind, ein Hinweis auf die Legalität der Quelle.



1.3 Kommunikation über Nachahmungen und Produktpiraterie

ARGUMENTE, DIE SICH AUF DIE PERSÖNLICHE SICHERHEIT UND MORALISCHE WERTE BEZIEHEN, SIND BESSER GEEIGNET, JUNGE LEUTE DAVON ZU ÜBERZEUGEN, ZWEIMAL ZU ÜBERLEGEN, BEVOR SIE ILLEGALE QUELLEN NUTZEN ODER NACHGEAHMTE WAREN KAUFEN.

