

Resultattavle for intellektuel ejendomsret og ungdom for 2019

SAMMENDRAG

Resultattavle for intellektuel ejendomsret og ungdom for 2019

Bestilt af Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) hos Ipsos

Sammendrag: oktober 2019

1. SAMMENDRAG

Resultattavle for intellektuel ejendomsret og ungdom for 2019

1.1 SAMMENDRAG AF DE VIGTIGSTE PUNKTER

Denne undersøgelse er en opfølgning på den første udgave af resultattavlen for intellektuel ejendomsret og ungdom (2016). Det specifikke formål med undersøgelsen er at forstå, hvilke drivkræfter og barrierer, der er de største, når der købes digitalt indhold på internettet eller fysiske varer, som udbydes lovligt eller ulovligt. Undersøgelsen fra 2019 er baseret på en tilsvarende onlineundersøgelse fra 2016 blandt unge (15-24 år) i de 28 EU-medlemsstater (EU28) og ser på ligheder og forskelle mellem dengang og nu. Dette sammendrag, der ledsager rapporten, sammenfatter de vigtigste konklusioner og konkrete resultater inden for de tre områder, som omfatter digitalt indhold, fysiske varer og kommunikation.

Det vigtigste aspekt ved resultattavlen for intellektuel ejendomsret og ungdom for 2019 er, at mange af resultaterne i meget høj grad svarer til dem fra undersøgelsen i 2016. Der er dog også interessante begyndende tegn på, at unge europæere muligvis er ved at ændre holdning og adfærd. Denne rapport sætter fokus på de mest markante ligheder og ændringer i forhold til den første udgave. Det er endnu uvist, om disse små ændringer er eller ikke er udtryk for en reel ændring i unges adfærd og holdninger. Der er også taget hensyn til de demografiske forskelle mellem unge i EU-28 og de betydelige forskelle landene imellem.

Kvalitet betyder noget, og prisen er også en vigtig faktor, men ikke så meget mere

Kvalitet betyder noget for unge, når de køber digitalt indhold eller fysiske varer på internettet. Desuden er det vigtigt for dem at kunne købe ind i et sikkert onlinemiljø. Selv om udgiften/prisen er en vigtig faktor, er den ikke så vigtig som i 2016. Prisen rangerer blandt de vigtigste begrundelser for at holde op med at krænke intellektuelle ejendomsrettigheder, men færre unge i 2019 er enige i, at det er en af de primære årsager til at holde op.

Unge bliver lidt mere bevidste om det lovlige aspekt

Når det gælder unge og krænkelser af intellektuelle ejendomsrettigheder, er der ligesom i 2016 stor forskel på at købe kopivarer og at skaffe sig adgang til digitalt indhold fra ulovlige kilder. Kun én ud af fem havde købt kopivarer, mens dobbelt så mange havde skaffet sig adgang til digitalt indhold fra ulovlige kilder. Resultattavlen for intellektuel ejendomsret og ungdom for 2019 indeholder en indikation af, at der har været **et lille fald (4 procentpoint) i den andel af unge, der bevidst har skaffet sig adgang til digitalt indhold via ulovlige kilder**, og en stigning i den andel, der bevidst ikke har brugt ulovlige kilder (11 procentpoint). Denne ændring **afspejler sig ikke i unges tendens til at købe kopivarer**, selv om de gør det i langt mindre grad, end når det gælder om at skaffe sig adgang til digitalt indhold gennem ulovlige kilder.

Unge i 2019 tænker over, om digitalt indhold og fysiske varer kommer fra lovlige kilder på internettet. Procentdelen af unge, der understreger, at det betyder noget, at en vare er ægte og ikke en kopi, er steget en smule, og det samme gælder den procentdel, der mener, at det er vigtigt, at onlineindhold udbydes lovligt. Der har været et mindre fald i andelen af unge, der siger, at de købte kopivarer, fordi de var ligeglade med, om de var ægte eller forfalskede. Det samme gælder for andelen af dem, der skaffede sig adgang til digitalt indhold via ulovlige kilder, fordi de ikke vidste bedre, eller fordi de ikke kunne se, at der var noget galt i det.

De fleste unge i hele Europa siger, at de kontrollerer mindst én gang, om en kilde er lovlig eller ulovlig (når de køber fysiske varer eller skaffer sig adgang til digitalt indhold). Tallet er faktisk steget marginalt siden 2016 (82 % i 2016 nævnte, at de kontrollerede mindst 1 gang sammenlignet med 87 % i 2019), hvilket tyder på, at unge er blevet lidt bedre til at kontrollere, om deres kilder er lovlige. For ret mange unge er det mest almindelige at kontrollere kilden ved at søge på internettet efter anmeldelser, kommentarer eller meninger (58 %). Dernæst er det også udbredt hos en del unge at kontrollere ejeren af webstedet (31 %) eller spørge venner (26 %), forældre eller slægtninge (19 %). Lidt over halvdelen (55 %) af de unge siger, at de er i stand til at identificere ulovlige kilder til digitalt indhold. Færre — 39 % føler sig i stand til at identificere ulovlige kilder til *fysiske* varer — men begge tal udgør en lille forbedring af resultaterne i forhold til 2016 med henholdsvis 4 og 3 procentpoint.

Samlet set tyder disse små ændringer på, at unge er mere villige til at kontrollere kilderne, og det kan fremmes yderligere.

Markedet har ændret sig

Forretningsmodeller, hvor der betales for digitalt indhold via et abonnement, synes at have vundet indpas med en stigning på 9 procentpoint hos dem, der siger, at det er vigtigt at betale et abonnement for at få adgang til alt indhold. Desuden har mønstret for, hvad unge skaffer sig adgang til, også ændret sig markant siden 2016. Der kan nemlig ses et fald på 17 procentpoint i antallet af unge, der siger, at de har anvendt ulovlige kilder for at skaffe sig adgang til musik, og et fald på 7 procentpoint blandt dem, der siger, at de har brugt ulovlige kilder til at skaffe sig adgang til film. Når de anvender ulovlige kilder, er der kun ringe sandsynlighed for, at det skyldes, at de ikke behøver at tilmelde sig eller søge efter emne for at få adgang til indholdet. Samlet set tyder disse resultater på, at tendensen til at abonnere på tjenester, der lovligt udbyder indhold, i det mindste på visse markeder kan påvirke unges adfærd på internettet, så de vælger lovlige tilbud, og dermed gør ulovlige tilbud mindre attraktive.

Unge tænker sig om en ekstra gang, hvis de føler, at der er en risiko for deres egen sikkerhed, og overbevises i stigende grad af moralske argumenter

Unge er følsomme over for de risici, det indebærer for dem selv, hvis de vælger at udvise en adfærd, der krænker andres intellektuelle ejendomsrettigheder på internettet. Risikoen for, at deres kreditkortoplysninger bliver stjålet, eller at deres computer/udstyr bliver inficeret med virus/malware, er en af de vigtigste grunde til, at unge tænker sig om en ekstra gang, inden de køber digitalt indhold fra ulovlige kilder eller kopivarer. Ikke desto mindre er det i højere grad "moraliske" argumenter, de unge lader sig overbevise af. Unge synes i stigende grad, at kopivarer ikke er "seje" og er bekymrede for, at "kunstnerne/ophavsmænd eller det team, der står bag dem, kan gå hen og lide skade".

1.2 DIGITALT INDHOLD

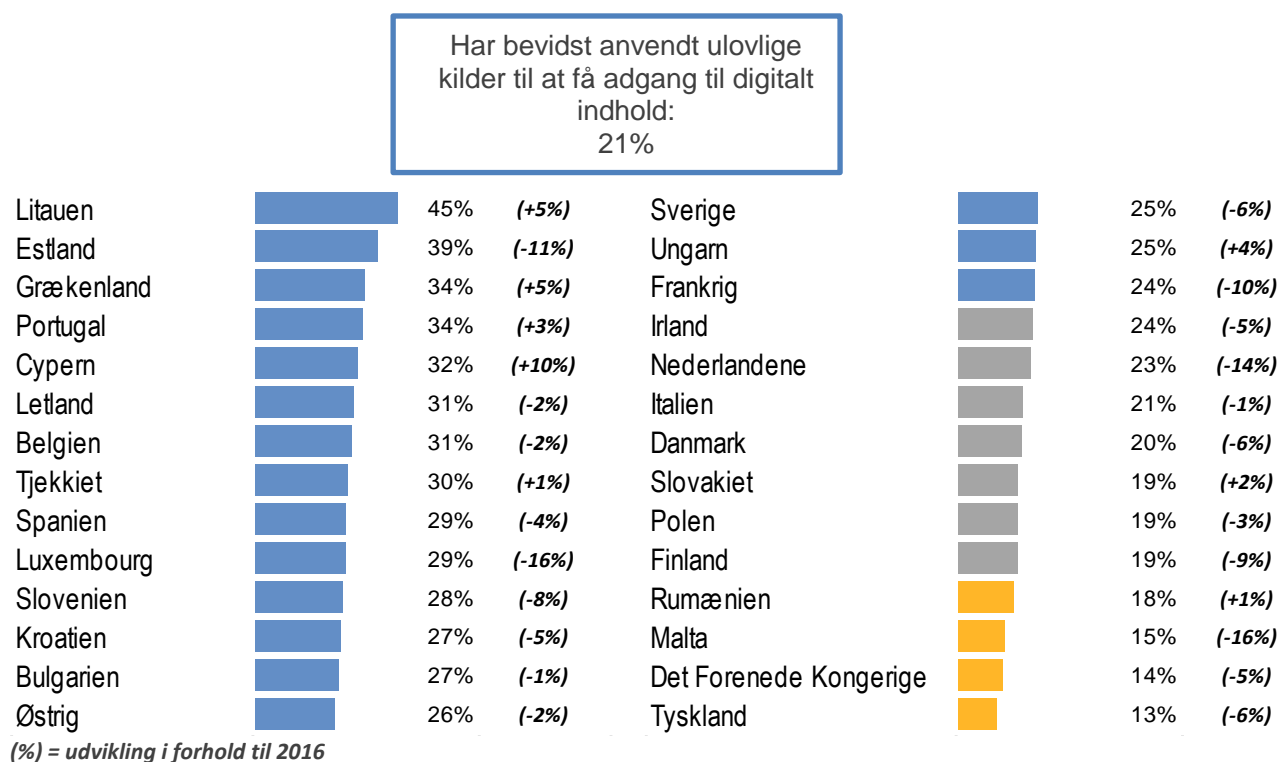
Ligesom i 2016 er musik fortsat det mest populære digitale indhold, som unge skaffer sig adgang til. Næsten alle (97 %) streamer eller downloader musik, og mere end ni ud af ti streamer eller downloader film/serier (94 %) og spil (92 %). Ca. otte ud af ti streamer eller downloader undervisningsindhold (82 %) og tv-shows eller sport (79 %). Den andel, der skaffer sig adgang til elektroniske aviser og -blade samt e-bøger er fortsat noget lavere, nemlig henholdsvis 59 % og 56 %.

Kvalitet og sikkerhed ved onlinetilbud er vigtigere end prisen for de unge, når de vælger digitalt indhold. Både pris og kvalitet er blevet mindre vigtige siden 2016, mens det har fået stigende betydning, at kilderne er lovlige — med den mest markante stigning i Finland. Desuden er unge mere tilbøjelige til at sige, at det betyder noget at kunne betale et abonnement.

En tredjedel af de unge har skaffet sig adgang til ulovlige kilder, men det tal er faldet med 5 procentpoint siden 2016. Der er derfor sket en stigning i den andel, der *ikke* har anvendt ulovlige kilder.

Når det drejer sig om at skaffe sig adgang til digitalt indhold via ulovlige kilder, er det tilfældet for en tredjedel af de unge, hvoraf 21 % har gjort det bevidst og 12 % utilsigtet. Dette er et fald i forhold til 2016. Desuden har der været en tilsvarende stigning i andelen af dem, der siger, at de *ikke* har skaffet sig adgang til ulovlige kilder, og et fald i andelen af dem, der siger, at de ikke rigtig ved det. Mere generelt er det sjældent, at unge udelukkende benytter sig af ulovlige kilder — 80 % af dem, der indgår i stikprøven, anvender lovlige kilder til digitalt indhold. Overordnet set er der ikke sket en drastisk ændring i, hvor meget unge benytter sig af ulovlige kilder til at skaffe sig adgang til digitalt indhold, men der kan dog ses en stigning i nogle lande (f.eks. i Cypren) og et fald i andre lande (f.eks. Nederlandene, Luxembourg og Malta). Med en enkelt undtagelse har alle lande oplevet et fald i den procentdel, der er i tvivl om, hvorvidt kilderne er ulovlige eller ej.

Figur 1.1: Andelen af unge, der bevidst har skaffet sig adgang til digitalt indhold fra ulovlige kilder pr. land



Unge, der bevidst bruger ulovlige kilder til at skaffe sig adgang til digitalt indhold, gør det primært for at få adgang til film og serier. Der har været et markant fald blandt dem, der bruger ulovlige kilder til at få adgang til musik — næsten alle unge downloader eller streamer musik online, men det er kun 39 % af dem, der bevidst bruger ulovlige kilder, der gør det for at få adgang til musik — hvilket er et fald på 17 procentpoint i forhold til 2016.

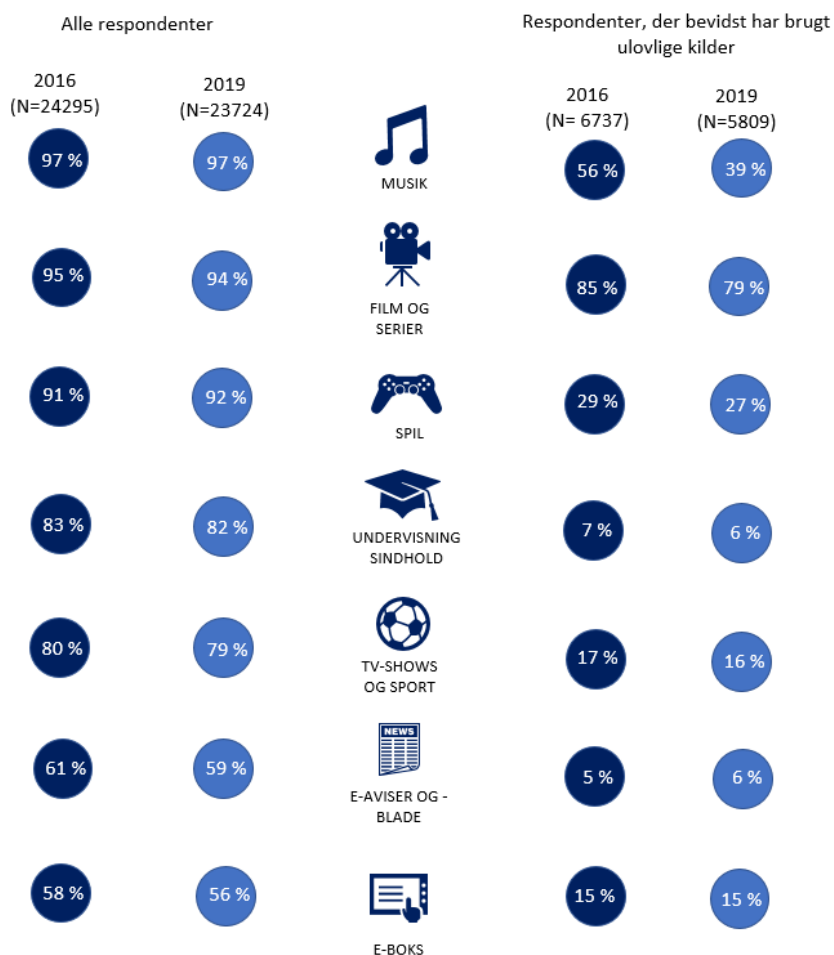
Hovedårsagen til, at unge bevidst bruger ulovlige kilder, er prisen, hvilket nævnes af over halvdelen (56 %), men der er også andre grunde som f.eks., at der ikke findes et lovligt tilbud (30 %), og

opfattelsen af, at der er et større udvalg af indhold tilgængeligt via ulovlige kilder (26 %). Den andel, der mener, at prisen er udslagsgivende, er faldet med næsten 10 procentpoint siden 2016.

Der findes næsten altid grunde, der vil kunne få unge til at stoppe med at anvende ulovlige kilder til at skaffe sig adgang til digitalt indhold. De beror hovedsageligt på at få adgang til mere økonomisk overkommelige tilbud (55 %), den eventuelle risiko for at blive straffet (35 %) eller dårlige personlige erfaringer (29 %).

Den specifikke type af ulovligt indhold, som unge bevidst skaffer sig adgang til, viser fortsat en begrænset sammenhæng med mere generelle digitale forbrugsmønstre. Et flertal af alle respondenterne forbruger således film/serier, spil, undervisningsindhold, tv-shows, sport, e-aviser/-blade og e-bøger på nettet, mens dem, der bevidst skaffer sig adgang til ulovlige kilder, hovedsageligt downloader eller streamer film og serier.

Figur 1.2: Brug af digitalt indhold generelt og bevidst anvendelse af indhold fra ulovlige kilder ⁽¹⁾



Hvis vi ser på den samlede nedgang i bevidst anvendelse af ulovlige digitale kilder, er andelen af unge, der bevidst skaffer sig adgang til musik, film og serier via ulovlige kilder ikke desto mindre betydeligt lavere end i 2016 — med henholdsvis 17 og 6 procentpoint.

1.3 FYSISKE VARER

Langt størstedelen af unge europæere — 94 % — har købt varer på nettet inden for de sidste 12 måneder. Dette er næsten identisk med resultatet for 2016. Tøj, tilbehør og fodtøj er fortsat de mest populære kategorier af varer, som unge køber på nettet. Hvad angår andre kategorier, køber unge mindre hyppigt musik og film (fysiske vareudgaver) på nettet i forhold til 2016.

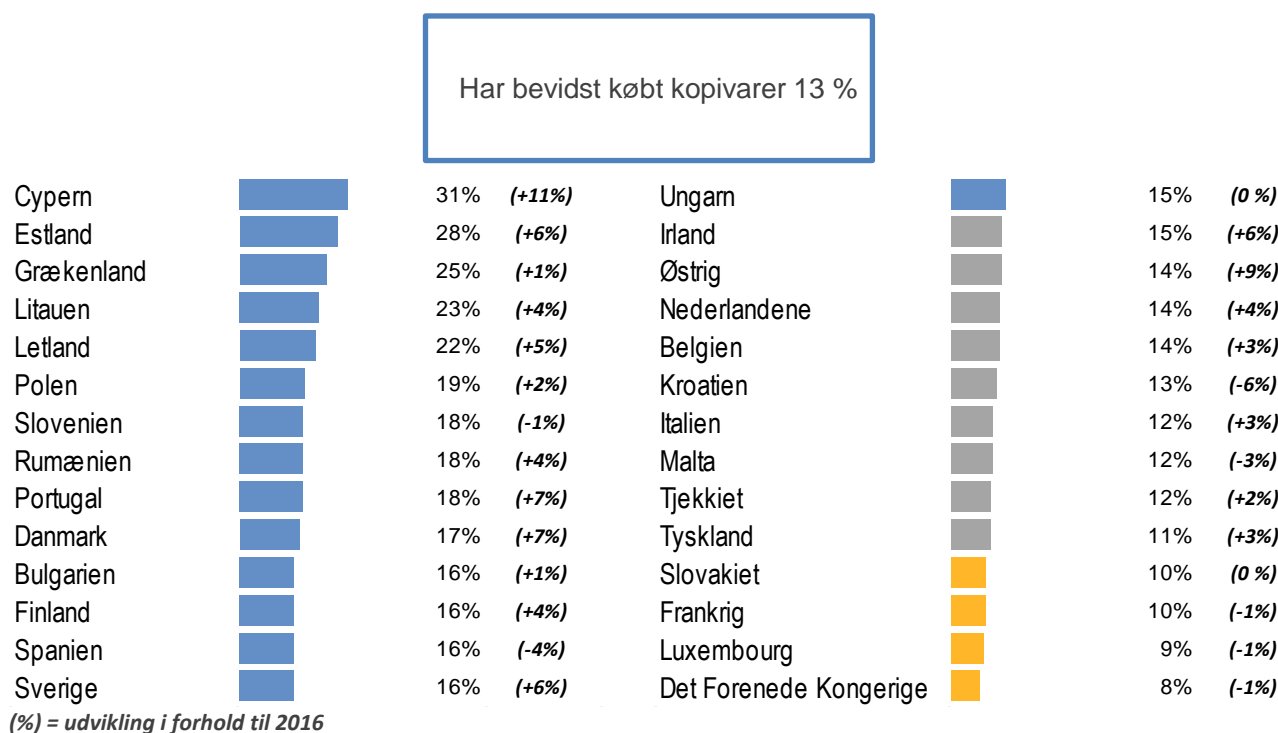
⁽¹⁾ Kilde: Spørgsmål II3.1: Hvor ofte har du lyttet til, læst, anvendt, spillet, downloadet, streamet følgende indhold fra internettet i de seneste 12 måneder? (N = 23724) og IV4: Hvilken form for indhold har du bevidst anvendt, spillet, downloadet eller streamet fra en lovlige kilde (webpage)? Angiv alle de svarmuligheder, der gør sig gældende (N=5809).

Som det er tilfældet med digitalt indhold, er den afgørende faktor for unge, når de køber varer på nettet, kvaliteten af varen (62 %) og sikre betalingsmetoder (61 %). En anden faktor, nemlig hvor sikkert webstedet er, har dog også fået stigende betydning siden 2016, og er siden da steget med 7 procentpoint.

Der har været en svag stigning (3 procentpoint) fra 22 % til 25 % blandt unge, der køber kopivarer, siden 2016.

En fjerdedel af de unge har købt fysiske kopivarer på nettet — 13 % bevidst og 12 % utilsigtet. Samlet set er der sket en lille stigning (3 procentpoint) i den andel, der køber kopivarer, siden 2016. Denne stigning har været mere mærkbar i lande som Østrig og Cypern end i andre lande — selvom Kroatien rent faktisk har oplevet et fald i andelen af dem, der køber kopivarer. En ud af ti respondenter i hele Europa er i tvivl om, hvorvidt de har købt fysiske kopivarer eller ej, hvilket næsten er identisk med den andel, der blev registreret i 2016.

Figur 1.3: Andel af unge, der bevidst har købt kopivarer pr. land



De kopivarer, der købes hyppigst, er fortsat tøj, tilbehør og fodtøj. Andre kategorier, herunder elektronisk udstyr, billetter, bøger og blade, købes forholdsvis sjældent. Disse resultater viser ikke nogen væsentlig ændring i forhold til 2016.

Prisen spiller igen en afgørende rolle for dem, der bevidst køber kopivarer. Et betydeligt mindretal af unge ser heller ingen forskel mellem ægte varer og kopivarer og er ligeglade med, om det er kopivarer. Selv om denne rangordning af faktorer svarer til den fra 2016, er der sket et fald i antallet af dem, der nævner prisen.

Færre end én ud af ti af dem, der bevidst har købt fysiske kopivarer, udtaler, at intet vil kunne afholde dem fra at gøre det igen. Igen vil et mere økonomisk overkommeligt tilbud med ægte varer, en dårlig oplevelse eller risikoen for straf afholde unge fra at købe kopivarer, som det var tilfældet i 2016.

1.4 KOMMUNIKATION

Budskaber om deres egen sikkerhed og risiko giver stadig genlyd blandt unge, men tre moralske værdibaserede argumenter imod at krænke intellektuelle ejendomsrettigheder har samtidig fået stigende betydning, nemlig at kopivarer ikke er seje, og at kunstnere og designere kan lide skade.

Der kan udledes to vigtige temaer af resultattavlen for intellektuel ejendomsret og unge for 2016, som måske kan danne grundlag for budskaber, der tager sigte på at øge unges bevidsthed om intellektuelle ejendomsrettigheder og de negative konsekvenser af varemærkeforfalskning og piratkopiering. Disse temaer er egen sikkerhed og risiko og moralske værdier.

I 2016 blev "egen sikkerhed og risiko" tillagt større vægt end "moralske værdier", selv om begge vandt gehør hos de fleste af respondenterne. I 2019 er udsagn om sikkerhed og risiko på ny den vigtigste faktor. Der er dog også sket mærkbare ændringer i resultaterne siden 2016, navnlig en stigning i andelen af unge, der siger, at de ville lade sig påvirke af tre af de overvejelser, der er baseret på moralske værdier:

- at kopivarer/piratkopier simpelthen ikke er seje (en stigning fra 48 % til 56 %)
- at kunstnere, ophavsmænd og de team, der står bag dem, kan lide skade (en stigning fra 60 % til 66 %)
- at kopivarer kan være dårlige for miljøet (en stigning fra 58 % til 61 %)

Sideløbende med disse ændringer har der været et *fald* i andelen af unge, der siger, at de vil være påvirket af, at penge, der bruges på kopivarer, går til organiseret kriminalitet. Mens næsten tre fjerdedele af de unge var af den opfattelse i 2016, er tallet for 2019 6 procentpoint lavere, nemlig 66 %.