

## 2019 Intellectual Property and Youth Scoreboard

# SAMENVATTING

Datum: Oktober 2019

2019 Intellectual Property and Youth  
Scoreboard

*In opdracht van het Bureau voor intellectuele eigendom van de Europese Unie (EUIPO) van  
Ipsos*

Samenvatting: Oktober 2019

# 1. Samenvatting

2019 Intellectual Property and Youth Scoreboard

## 1.1 SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

Deze studie volgt de eerste editie van het Intellectual Property and Youth Scoreboard (2016). Het specifieke doel van het onderzoek is te begrijpen welke drijfveren en barrières het sterkst zijn bij het verwerven van online digitale content of het aankopen van fysieke goederen die legaal en illegaal worden aangeboden. De studie van 2019 is gebaseerd op het herhalen van dezelfde online-enquête van 2016 onder jongeren (15-24 jaar) in de 28 EU-lidstaten (EU28), om de overeenkomsten en verschillen tussen toen en nu te benadrukken. Deze samenvatting, die bij het verslag hoort, geeft een samenvatting van de belangrijkste bevindingen en specifieke resultaten in de drie gebieden van digitale content, fysieke goederen en communicatie.

Het meest opvallende aspect van het 2019 Intellectual Property and Youth Scoreboard is dat veel van de resultaten zeer vergelijkbaar zijn met de resultaten uit 2016. Er zijn echter ook enkele interessante vroege aanwijzingen voor een mogelijke verandering in de houding en het gedrag van jonge Europeanen en dit verslag benadrukt de opmerkelijke gelijkenissen en veranderingen sinds de eerste editie. Het valt nog af te wachten of deze kleine verschuivingen al dan niet indicatief zijn voor een echte verandering in het gedrag en de houding van jongeren. Er werd ook rekening gehouden met de demografische verschillen van jongeren in de EU28 en de aanzienlijke verschillen tussen landen.

### *Kwaliteit is belangrijk, kosten zijn ook een hoofdfactor maar zijn minder belangrijk geworden*

Jongeren hechten belang aan kwaliteit als het gaat om online-winkelen voor digitale content of fysieke goederen. Bovendien vinden ze het belangrijk om aankopen te doen in een veilige online omgeving. Hoewel kost/prijs als een belangrijke overweging wordt gerangschikt, is deze drijfveer niet zo sterk als in 2016. Betaalbaarheidsargumenten worden het hoogst gerangschikt als een van de redenen om te stoppen met betrokkenheid bij een inbreuk op intellectueel eigendom (IP), maar minder jongeren in 2019 zijn het ermee eens dat dit een primaire reden is om te stoppen.

### *Wettigheid lijkt iets meer weerklank te vinden bij jongeren*

Als het gaat om jongeren en inbreuken op intellectueel eigendom, is er een groot verschil tussen de aankoop van namaakproducten en de toegang tot digitale content vanaf illegale bronnen, zoals in 2016 het geval was. Slechts één op de vijf had namaakgoederen gekocht terwijl dubbel zo veel jongeren toegang had tot digitale content van illegale bronnen. Een kenmerkende bevinding van het 2019 Youth IP Scoreboard is dat er **een lichte daling (4 procentpunten) is in het aandeel jongeren dat bewust toegang had tot digitale content via illegale bronnen** en een stijging in het aandeel dat bewust geen illegale bronnen gebruikte (11 procentpunten). De verschuiving **wordt niet weerspiegeld in de neiging van jongeren om namaakgoederen te kopen**, hoewel dit gedrag veel minder vaak voorkomt dan de toegang tot digitale content via illegale bronnen.

Jongeren in 2019 houden rekening met de wettigheid van online bronnen voor digitale content en fysieke goederen. Het percentage jongeren dat het belang benadrukt van het feit dat een item origineel is in plaats van namaak is licht gestegen, alsook het percentage dat zegt dat legaal aangeboden online content ook belangrijk is. Er is een lichte daling in het percentage van jongeren dat zegt dat ze namaakgoederen hebben gekocht omdat het hen niet kon schelen of ze echt of namaak waren en, evenzo, in het aandeel jongeren dat toegang had tot digitale content via illegale bronnen omdat ze niet beter wisten, of omdat ze er niets verkeerd in zagen.

De meeste jongeren in Europa zeggen dat ze minstens één controle uitvoeren om na te gaan of een bron legaal of illegaal is (bij de aankoop van fysieke goederen of de toegang tot digitale content). Dit cijfer is inderdaad licht gestegen sinds 2016 (82 % in 2016 vermeldde het uitvoeren van ten minste één controle in vergelijking met 87 % in 2019), wat aangeeft dat jongeren iets vaker de wettigheid van hun bronnen controleren. De ruimschoots meest voorkomende controle die wordt uitgevoerd is op het internet zoeken naar beoordelingen, opmerkingen of meningen (58 %). De volgende meest voorkomende controle is het controleren van de website-eigenaar (31 %), vervolgens advies vragen aan vrienden (26 %) en ouders of familieleden (19 %). Iets meer dan de helft (55 %) van de jongeren zegt dat ze in staat zijn om illegale bronnen van digitale content te identificeren. Hoewel een kleiner aandeel — 39 % — zich in staat voelt om illegale bronnen van *fysieke* goederen te identificeren, vertegenwoordigen beide cijfers een kleine verbetering ten opzichte van de resultaten voor 2016, met respectievelijk 4 en 3 procentpunten.

Samen geven deze kleine verschuivingen aan dat er mogelijk een toenemende bereidheid bij jongeren is om controles uit te voeren, wat verder kan worden aangemoedigd.

### *De markt is veranderd*

Het idee van bedrijfsmodellen op abonnementsbasis voor digitale content lijkt opgang te maken, met een stijging van 9 procentpunten in degenen die zeggen dat het belangrijk is om een abonnement te betalen om toegang te hebben tot alle content. Bovendien zijn de patronen in het soort content waartoe jongeren toegang hebben aanzienlijk verschoven sinds 2016, met een daling van 17 procentpunten in het aantal jongeren dat zegt dat ze illegale bronnen hebben gebruikt om toegang te hebben tot muziek en een daling van 7 procentpunten in het aantal dat zegt dat ze illegale bronnen hebben gebruikt om toegang te hebben tot films. De redenen voor het gebruik van illegale bronnen hebben minder vaak te maken met het feit dat het niet nodig is om de content per item te registreren en er toegang toe te hebben. Samen suggereren deze bevindingen dat de trend richting een legaal aanbod van abonnementsservices, ten minste in sommige markten, van invloed kan zijn op het online gedrag van jongeren ten opzichte van dit legale aanbod en vervolgens de aantrekkingskracht van het illegale aanbod kan verminderen.

### *Jongeren denken goed na als ze een risico voor hun persoonlijke veiligheid voelen, maar worden steeds meer overtuigd door morele argumenten*

Jongeren zijn gevoelig voor de risico's voor zichzelf als ze ervoor kiezen om zich in te laten met gedrag dat een inbreuk vormt op de intellectuele eigendom (IP) van anderen online. Het risico dat hun kredietkaartgegevens worden gestolen of dat hun computer/apparaat wordt geïnfecteerd door virussen/malware zijn voor jongeren de belangrijkste redenen om goed na te denken over de aankoop van digitale content uit illegale bronnen of van namaakgoederen. Toch zijn het enkele van de meer 'morele' argumenten die overtuigender zijn geworden voor jongeren. Jongeren denken steeds meer dat namaakgoederen 'niet cool' zijn en maken zich zorgen dat de 'artiesten/makers en hun team mogelijk worden benadeeld'.

## 1.2 DIGITALE CONTENT

Zoals in 2016 het geval was, blijft muziek de populairste content waartoe jongeren toegang hebben. In feite streamen of downloaden ze bijna allemaal (97 %) muziek en meer dan negen op de tien streamt of downloadt films/series (94 %) en games (92 %). Ongeveer acht op de tien streamt of downloadt educatieve content (82 %) en tv-programma's of sport (79 %). De aandelen van jongeren die toegang hebben tot e-kranten en e-magazines blijft wat lager, respectievelijk 59 % en 56 %.

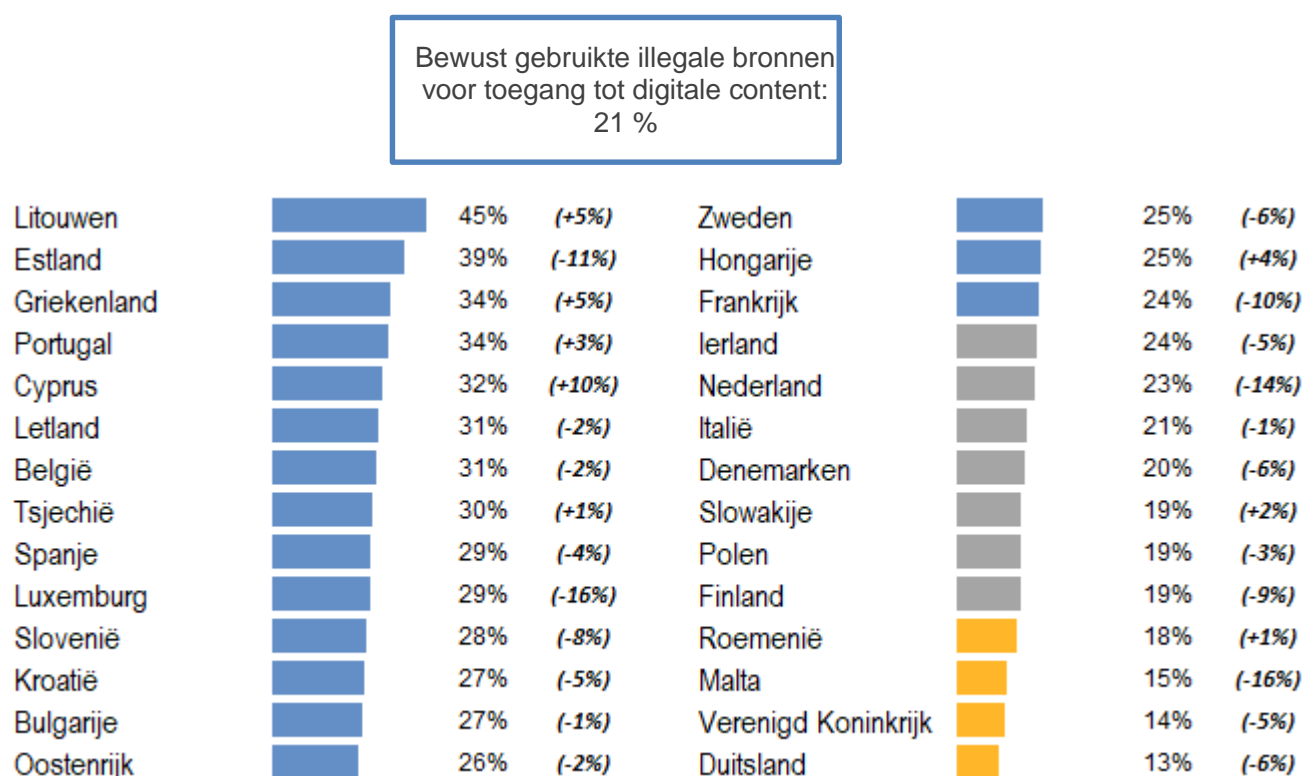
Bij de keuze van digitale content zijn de kwaliteit en veiligheid van het online aanbod voor jongeren belangrijker dan de prijs. Zowel de prijs als de kwaliteit zijn minder belangrijk geworden sinds 2016, terwijl de wettigheid van de bronnen belangrijker is geworden - met de meest opmerkelijke stijging in

Finland. Bovendien zeggen jongeren eerder dat het kunnen betalen van abonnementskosten een belangrijke factor is.

Een derde van de jongeren heeft toegang gehad tot illegale bronnen, maar dit is met 5 procentpunten gedaald sinds 2016. Bijgevolg is er een stijging van het aandeel dat *geen* illegale bronnen heeft gebruikt.

Als het gaat om toegang tot illegale bronnen voor digitale content, heeft een derde van de jongeren toegang gehad tot illegale bronnen, 21 % bewust en 12 % *onbewust*. Dit is lager dan in 2016. Bovendien is er een overeenkomstige stijging in het aandeel dat zegt dat ze *geen* toegang hebben gehad tot illegale bronnen, en een daling in het aandeel dat zegt dat ze het niet weten. Meer in het algemeen komt het zeer weinig voor dat jongeren uitsluitend illegale bronnen gebruiken - 80 % van de steekproef gebruikt legale bronnen voor toegang tot digitale content. In het algemeen wordt er geen dramatische verschuiving opgemerkt in de mate waarin jongeren toegang hebben tot illegale bronnen voor digitale content, in sommige landen zijn er stijgingen (bijv. in Cyprus) en in andere dalingen (bijv. Nederland, Luxemburg en Malta). Met één uitzondering is het percentage van jongeren die niet weten of bronnen al dan niet illegaal zijn in elk land gedaald.

Figuur 1.1: Aandeel jongeren dat bewust toegang had tot digitale content van illegale bronnen per land



(%) = evolutie in vergelijking met 2016

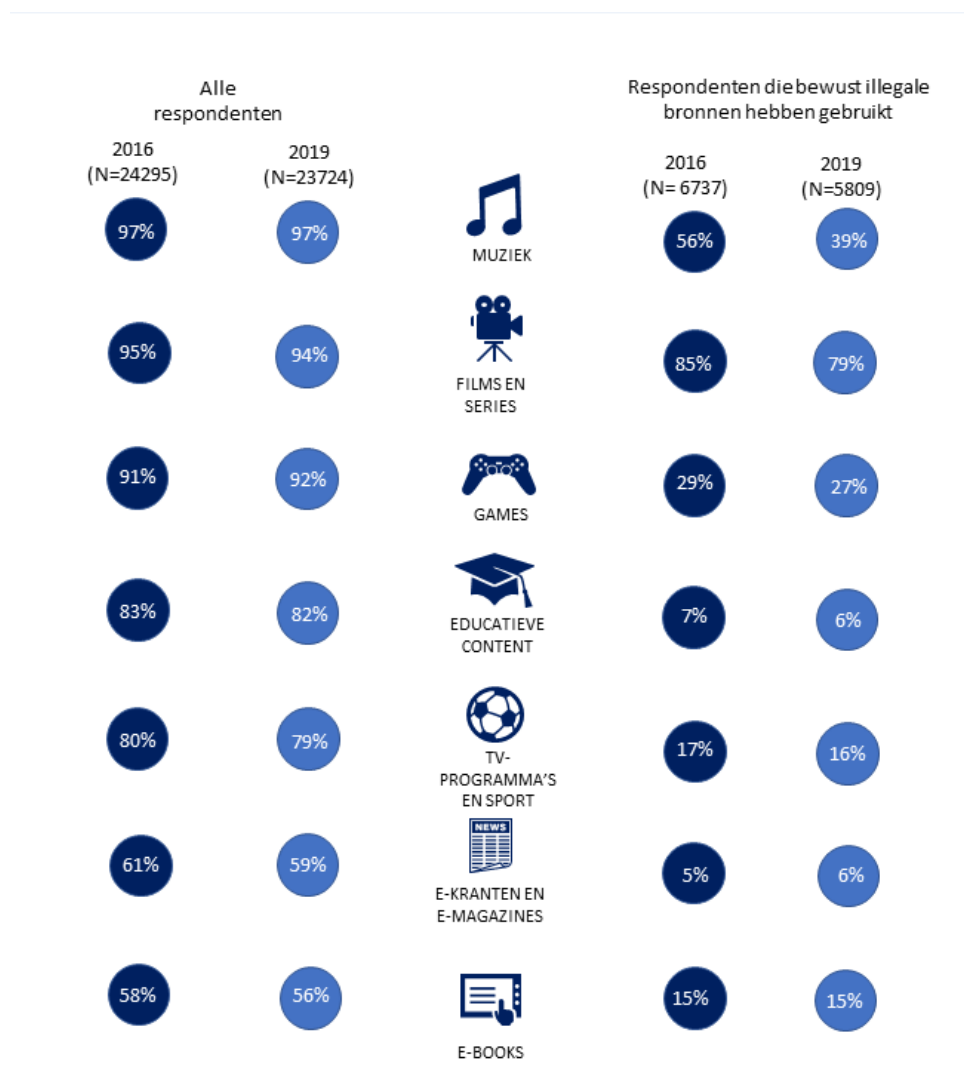
Jongeren die illegale bronnen bewust gebruiken om toegang te hebben tot digitale content doen dit voornamelijk om films en series te bekijken. Er is een aanzienlijke daling in degenen die illegale bronnen gebruiken om toegang te hebben tot muziek - terwijl bijna alle jongeren muziek online downloaden of streamen, gebruikt slechts 39 % hiervan bewust illegale bronnen om toegang te hebben tot muziek - een daling van 17 procentpunten sinds 2016.

De belangrijkste reden dat jongeren bewust illegale bronnen gebruiken is omwille van de prijs, met name meer dan de helft (56 %) vermeldt dit, maar andere redenen zijn onder andere het gebrek aan een legaal aanbod (30 %) en de perceptie dat een grotere keuze aan content illegaal beschikbaar is (26 %). Prijs als een drijfveer is sinds 2016 gedaald met bijna 10 procentpunten.

Er zijn bijna altijd redenen die jongeren zouden tegenhouden om illegale bronnen te gebruiken voor toegang tot digitale content. Deze hebben vooral betrekking op de beschikbaarheid van een betaalbaarder aanbod (55 %), gevolgd door een risico op straf (35 %) en een slechte persoonlijke ervaring (29 %).

Het specifieke type van illegale content waartoe jongeren bewust toegang hebben blijft een beperkte correlatie tonen met meer algemene patronen van digitale consumptie. Terwijl een meerderheid van alle respondenten dus digitaal films/series, games, educatieve content, tv-programma's, sport, e-kranten/e-magazines en e-books consumeert, doen degenen die bewust illegale bronnen gebruiken dit voornamelijk om films en series te downloaden of te streamen.

Figuur 1.2: Gebruik van digitale content in het algemeen en doelbewust gebruik van illegale bronnen (1)



Overeenkomstig de totale daling in bewust gebruik van illegale digitale bronnen, zijn de aandelen van jongeren die bewust illegale bronnen gebruiken voor toegang tot muziek of films en series evenwel aanzienlijk lager dan in 2016, respectievelijk met 17 en 6 procentpunten.

(1) Bron: Vraag II3.1: Hoe vaak heb je in de afgelopen 12 maanden de volgende content van het internet beluisterd, bekeken, gelezen, gebruikt, afgespeeld, gedownload, gestreamd? (N=23724) en IV4: Welk type content heb je bewust van een legale bron (website) gebruikt, afgespeeld, gedownload of gestreamd? Geef aan wat van toepassing is (N=5809).

### 1.3 FYSIEKE GOEDEREN

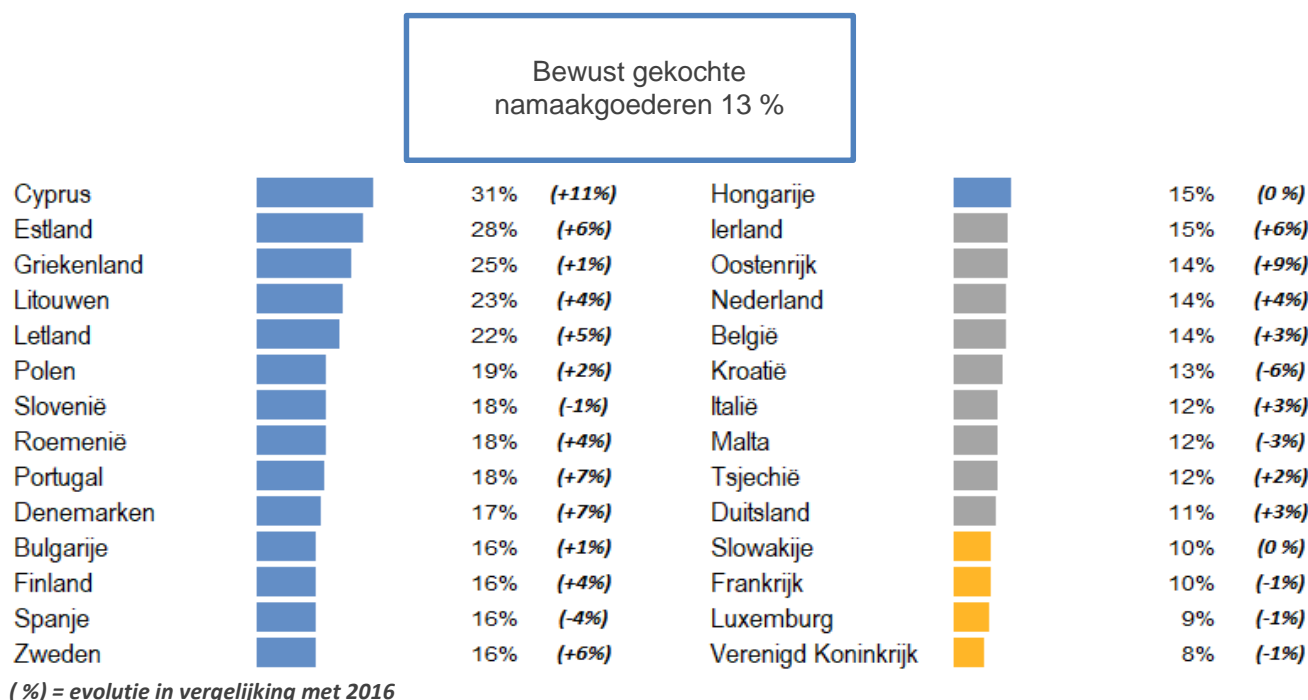
De overgrote meerderheid van jonge Europeanen - 94 % - heeft in de afgelopen 12 maanden producten online gekocht. Dit is vrijwel identiek aan de bevinding voor 2016. Kleding, accessoires en schoenen blijven de populairste categorieën van goederen die jongeren online kopen. Wat andere categorieën betreft, kopen jongeren minder vaak muziek en films (fysieke productversies) online in vergelijking met 2016.

Zoals het geval is voor digitale content, is de belangrijkste factor waarmee jongeren rekening houden bij de aankoop van producten online de kwaliteit van het product (62 %) en de veiligheid van de betaalmethoden (61 %). Een andere factor, de veiligheid van de website, is echter met 7 procentpunten belangrijker geworden sinds 2016.

Er is een lichte stijging (3 procentpunten) in de aankoop van namaakgoederen door jongeren, van 22 % naar 25 % sinds 2016.

Een vierde van de jongeren heeft al eens fysieke namaakgoederen online gekocht - 13 % bewust en 12 % onbewust. In het algemeen is er een kleine (3 procentpunten) stijging in de aankoop van namaakgoederen sinds 2016. Deze stijging is opvallender in landen zoals Oostenrijk en Cyprus dan in andere landen - in Kroatië heeft er zich in feite een daling voorgedaan in het percentage van aangekochte namaakgoederen. In heel Europa weet één op de tien respondenten niet of hij/zij fysieke namaakgoederen heeft gekocht; een bijna identiek aandeel als in 2016.

Figuur 1.3: Aandeel jongeren dat bewust namaakgoederen kocht per land



De meest gekochte namaakgoederen zijn nog steeds kleding en accessoires, en schoenen. Andere categorieën, met inbegrip van elektronische apparaten, tickets, boeken en magazines worden relatief weinig gekocht. Deze resultaten tonen geen significante wijziging ten opzichte van 2016.



Prijs speelt opnieuw een belangrijke rol in de bewuste aankoop van namaakgoederen. Bovendien ziet een significante minderheid van de jongeren niet het verschil tussen echte en namaakproducten en voor hen maakt het niet uit dat ze namaak zijn. Terwijl deze rangorde van factoren deze van 2016 weergeeft, is er een daling in het aandeel dat de prijs aanhaalt.

Minder dan één op de tien van de jongeren die bewust fysieke namaakgoederen heeft gekocht zegt dat niets hen zou tegenhouden om dit opnieuw te doen. Nogmaals, een betaalbaarder aanbod van originele producten, een slechte ervaring of het risico op straf zou jongeren tegenhouden om namaakproducten te kopen, zoals het geval was in 2016.

#### 1.4 COMMUNICATIE

Berichten over persoonlijke veiligheid en risico blijven een sterke weerklank vinden bij jongeren, maar tegelijkertijd is er een toename geweest van drie argumenten die gebaseerd zijn op morele waarden tegen een inbreuk op de intellectuele eigendomsrechten, vooral dat namaakgoederen niet cool zijn en dat artiesten/makers mogelijk worden benadeeld.

In het 2016 Youth IP Scoreboard kwamen twee hoofdthema's naar voren die de basis kunnen vormen van communicatie die gericht is op het verhogen van het bewustzijn van jongeren met betrekking tot intellectuele eigendomsrechten en de negatieve gevolgen van namaak en piraterij. Deze thema's waren persoonlijke veiligheid en risico; en morele waarden.

In 2016 bleek het thema van 'persoonlijke veiligheid en risico' zwaarder door te wegen dan 'morele waarden', hoewel beide weerklank vonden bij de meeste respondenten. In 2019 wegen verklaringen over veiligheid en risico het zwaarste door, maar er is ook een opmerkelijke verandering in de bevindingen sinds 2016; in het bijzonder, een stijging in het aandeel van jongeren die zeggen dat ze beïnvloed zouden worden door drie van de overwegingen die gebaseerd zijn op morele waarden:

- dat namaakgoederen en piraterij niet cool zijn (gestegen van 48 % naar 56 %);
- dat artiesten, makers en hun teams mogelijk worden benadeeld (gestegen van 60 % naar 66 %);
- dat namaakproducten slecht kunnen zijn voor het milieu (gestegen van 58 % naar 61%)

Parallel met deze veranderingen is er een *daling* in het aandeel van jongeren dat zegt dat ze beïnvloed zouden worden door de overweging dat geld dat uitgegeven wordt aan namaakgoederen naar georganiseerde misdaad gaat. Terwijl bijna drie vierde van de jongeren dit in 2016 selecteerde, is dit cijfer in 2019 6 procentpunten lager, namelijk 66 %.