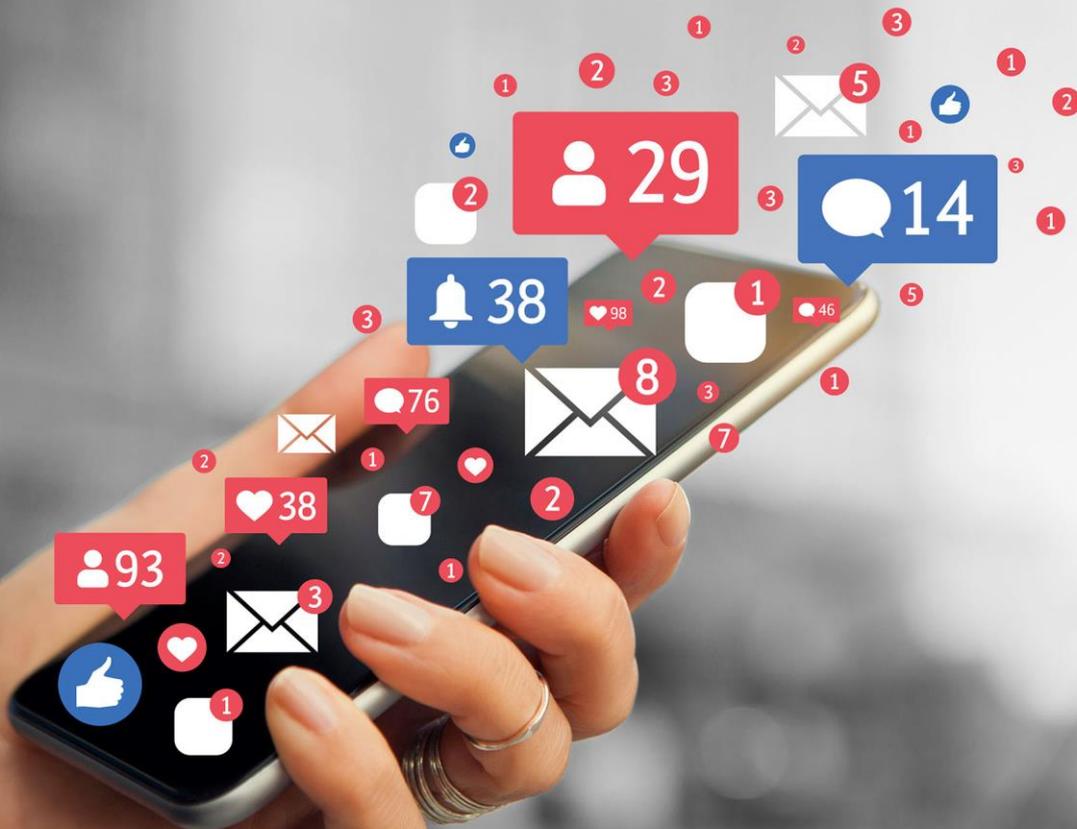


Überwachung und Analyse sozialer Medien im Zusammenhang mit Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums



Zusammenfassung

Der Anstieg des elektronischen Handels ist gut dokumentiert, doch ist nicht klar, wie sich die Zunahme unterschiedlicher Technologien und Verbrauchergewohnheiten auf die Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums im Internet und insbesondere auf Social-Media-Plattformen ausgewirkt hat. Vor diesem Hintergrund hat das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) beschlossen, eine Studie durchzuführen, um umfassendere Erkenntnisse über das Ausmaß und die Häufigkeit von Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums in sozialen Medien zu gewinnen⁽¹⁾. Diese Studie war in drei Schwerpunktbereiche gegliedert, um ein besseres Verständnis der aktuellen Aktivitäten und Trends im Zusammenhang mit gefälschten physischen Produkten und von Raubkopien digitaler Inhalte zu erhalten.

Der erste Teil der Studie soll ein umfassendes Bild von der Nutzung sozialer Medien im Zusammenhang mit möglichen Aktivitäten oder der potenziellen Förderung von Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums vermitteln; der zweite Teil misst das relative Auftreten von Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums bei physischen Produkten und digitalen Inhalten in sozialen Medien im Vergleich zu Originalprodukten oder legalen urheberrechtlich geschützten digitalen Inhalten; der dritte Teil dient der Ermittlung von Schlüsselindikatoren, um Geschäftsmodelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums in sozialen Medien besser erkennen zu können.

Der Umfang der Analyse wurde durch Data Mining von vier Social-Media-Plattformen (Facebook, Twitter, Instagram und Reddit) in sechs europäischen Ländern durchgeführt: Deutschland, Spanien, Frankreich, Italien, Polen und Schweden, obwohl die Rückverfolgbarkeit der Interaktionen auf den für die Studie ausgewählten Kanälen der sozialen Medien nicht immer möglich war. Um dieser Einschränkung entgegenzuwirken, wurden bei der Zuweisung der Interaktionen zu Zielländern sprachliche Kriterien zugrunde gelegt. Folglich wurde Englisch zu den sechs für die Studie berücksichtigten EU-Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch, Polnisch, Spanisch, Schwedisch)

⁽¹⁾ Wie im [Statusbericht 2020 des EUIPO über Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums](#) vom Juni 2020 hervorgehoben.

hinzugefügt, da es in den sozialen Medien häufig von Nichtmuttersprachlern verwendet wird.

Bei der Studie wurde eine Methodik angewandt, die auf Social Intelligence Analytics (SIA) sowie einer quantitativen und einer qualitativen Analyse basiert. Hinsichtlich der Interaktionen im Zusammenhang mit Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums an physischen Produkten und digitalen Inhalten bestand eine der Einschränkungen der Studie in der Berechtigung zum Zugang zu bestimmten Kommunikationsvorgängen in sozialen Netzwerken. Daher befasste sich die Studie ausschließlich mit öffentlichen Interaktionen. Ein weiteres Problem, das in der Studie deutlich wurde, war die Schwierigkeit, zwischen legalen und illegalen Inhalten zu unterscheiden. Schließlich stellen die in diesem Bericht vorgestellten Ergebnisse naturgemäß eine eingeschränkte Stichprobe dar, und die Analysen können nur für die sechs Länder, sieben Sprachen und die vier Social-Media-Kanäle sprechen, die Gegenstand der Studie waren. Dennoch kann aufgrund der Vielfalt der Quellen und der Breite der Daten davon ausgegangen werden, dass die gezogenen Schlussfolgerungen eine größere Relevanz haben. Ebenso kann die Bedeutung dieses Berichts in Bezug auf die in sozialen Medien erkannten Verhaltensweisen als Hinweis auf stärker verbreitete Gewohnheiten betrachtet werden, die derzeit in sozialen Medien im Zusammenhang mit Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums vorherrschen.

Nutzung sozialer Medien für Aktivitäten oder die Förderung von Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums

Insgesamt 3,9 Millionen Interaktionen bezüglich der Kategorien und Marken, die zur Darstellung physischer Produkte ausgewählt wurden, wurden für die Studie mithilfe von SIA extrahiert. Unter diesen Kategorien von physischen Produkten wurden die meisten Interaktionen in Bezug auf Spielzeug, Parfum und Kosmetika geführt. Bei digitalen Inhalten wurden die meisten Interaktionen in Bezug auf Filme, Musik und Videospiele geführt.

Als Interaktion im Zusammenhang mit einer Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums wurde jede Kommunikationstätigkeit bezüglich einer Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums identifiziert. In der Studie wurde festgestellt, dass 11 % der

Interaktionen über physische Produkte möglicherweise mit Produktfälschungen in Verbindung stehen und 35 % der Interaktionen über digitale Inhalte möglicherweise mit Raubkopien in Verbindung stehen. Obwohl die quantitative Analyse sorgfältig durchgeführt wurde, zeigte die Studie die Schwierigkeit auf, Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums mit Sicherheit zu erkennen.

Bei der Untersuchung der Fälle, in denen die meisten Rechte des geistigen Eigentums verletzt wurden, waren Bekleidung, Schuhwaren und Schmuck in den Top 3 für physische Produkte. Bei digitalen Inhalten waren bei E-Books, Fernsehsendungen und Musik die meisten Rechtsverletzungen zu verzeichnen. Aus diesen Daten konnte eindeutig die Schlussfolgerung gezogen werden, dass zu diesen Produkten insgesamt die höchste Zahl an Interaktionen geführt wurde, bei denen ein möglicher Zusammenhang mit Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums ermittelt wurde.

Relatives Auftreten von Interaktionen in Bezug auf gefälschte Produkte und raubkopierte Inhalte in sozialen Medien im Vergleich zu echten Produkten oder legalen digitalen Inhalten

Im zweiten Teil der Studie, der sich auf die Analyse von drei verschiedenen Aspekten stützte – Plattformen, Sprachen und Zeiträume – wurden bestimmte Trends bei Aktivitäten der Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums und Bemühungen zu deren Förderung erkannt.

Im Fall der Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums bei physischen Produkten ergab die Studie, dass Instagram das soziale Netzwerk mit dem größten Volumen an Interaktionen war. Auf Produktebene war Instagram zudem die Hauptplattform für Kommunikationstätigkeiten in Bezug auf Uhren, Spielzeug, Parfum und Kosmetika, Schmuck und Schuhwaren. Bei Twitter wurden die meisten Konversationen über Bekleidung und Spielzeug geführt, und Reddit wurde am häufigsten für die Kommunikation über pharmazeutische Produkte und Kopfbedeckungen verwendet. Facebook⁽²⁾ hingegen zeigte ein geringeres Volumen an Interaktionen, was durch einen effizienten Ansatz der Plattform zur Identifizierung und Löschung rechtsverletzender

⁽²⁾ Private Facebook-Gruppen sind von dieser Studie ausgeschlossen.

Inhalte erklärt werden könnte⁽³⁾. Dies kann jedoch nicht durch die Daten in diesem Bericht bestätigt werden, denn es kann durchaus sein, dass die geringe Anzahl der aufgezeichneten Interaktionen bei Facebook darauf zurückzuführen ist, dass Kommunikationstätigkeiten im Zusammenhang mit Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums eher privat und nicht öffentlich geführt wurden. Obwohl alle Plattformen über eine direkte Nachrichtenfunktion verfügen, scheint die Herausstellung privater Gruppen ein für Facebook einzigartiges Phänomen zu sein. Da sich diese Studie ausschließlich mit öffentlichen Interaktionen befasste, konnte diese Hypothese nicht bestätigt werden. Dies sollte jedoch bei den vergleichsweise geringen Zahlen von mutmaßlich rechtsverletzenden Interaktionen berücksichtigt werden, die von SIA auf Facebook ermittelt wurden.

Was die Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums bei digitalen Inhalten betrifft, zeigte sich ein hier anderes Muster. Reddit war zunehmend gefragt für Interaktionen im Zusammenhang mit Filmen und Fernsehshows, während Twitter für Interaktionen im Zusammenhang mit Musik und E-Books bevorzugt wurde.

Im Hinblick auf den sprachlichen Parameter wurde im ersten Teil der Studie hervorgehoben, dass Englisch vorherrschend ist und einige Sprachen, wie z. B. Polnisch und Schwedisch, selten verwendet werden. Nichtsdestotrotz wurde beobachtet, dass auf Instagram eine große Anzahl an französischen, deutschen, italienischen und spanischen Konversationen über physische Produkte geführt wurde, mit Ausnahme von Erwähnungen in Bezug auf pharmazeutische Erzeugnisse, die häufiger auf Twitter zu verzeichnen waren.

Da die Dauer der Studie sechs Monate betrug (April bis September 2020) und sie während der COVID-19-Pandemie stattfand, wurde festgestellt, dass die erzielten Ergebnisse teilweise vom Lockdown beeinflusst wurden. Um die Ergebnisse in einen Kontext zu setzen, wurde das Gesamtvolumen der Interaktionen im Zusammenhang mit Rechten des geistigen Eigentums zugleich mit dem Gesamtmuster der in den letzten drei Jahren (Juni 2017 bis Juli 2020) aufgezeichneten Interaktionen im Zusammenhang mit Rechten des geistigen Eigentums verglichen. Dies verdeutlichte, dass bei

⁽³⁾ Zu den Maßnahmen von Facebook, mit denen gegen Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums vorgegangen werden soll, gehören ein weltweites Programm zur Meldung und Entfernung von Inhalten, eine robuste Strategie betreffend Wiederholungstäter bei Rechtsverletzungen und zusätzliche spezifizierte Maßnahmen, die über Maßnahmen zur Meldung und Entfernung von Inhalten hinausgehen. – [Facebook-Transparenzbericht](#).

physischen Produkten die Kategorie pharmazeutische Erzeugnisse einen spürbaren Anstieg der Interaktionen zeigte und in der Kategorie Bekleidung am Ende des Lockdowns der größte Anstieg zu verzeichnen war. Im Gegensatz dazu zeigte der Trend bei digitalen Inhalten eine allmähliche Zunahme der Interaktionen, die als Lernkurven-Effekt interpretiert werden könnten, da die Nutzer stärker mit dem Konsum sowohl legaler als auch illegaler digitaler Inhalte vertraut wurden.

In sozialen Medien verwendete Geschäftsmodelle, die gegen Rechte des geistigen Eigentums verstoßen

Die Themenmodellierung und die qualitative Analyse zur Ermittlung möglicher Geschäftsmodelle, die gegen Rechte des geistigen Eigentums verstoßen, machten deutlich, dass es sehr schwierig ist, in den sozialen Medien ein Muster für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums zu finden. Dies könnte durch die folgenden Beobachtungen erklärt werden.

- Bei einem physischen Produkt ergab die Analyse, dass die Interaktionen im Zusammenhang mit der Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums hauptsächlich Werbetätigkeiten und kommerzielle Aktivitäten betrafen. Die Anbieter gefälschter Produkte kopierten bewährte und erfolgreiche Geschäftsmodelle, die von den legalen Marken bereits genutzt werden.
- In den gesammelten Interaktionen bestand die treibende Kraft für das Raubkopieren digitaler Inhalte darin, dass Nutzer auf raubkopierte Inhalte zugreifen wollten. Tatsächlich ging es bei allen Interaktionen darum, Wege für den illegalen Zugriff auf Inhalte zu finden. Daher übernahmen die Anbieter raubkopierter digitaler Inhalte eine passive Rolle und vertrauten darauf, dass die Nutzer die Informationen verbreiten und neue Nutzer für ihre Inhalte gewinnen.

In dieser Studie konnten zwar keine maßgeschneiderten Geschäftsmodelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums ermittelt werden, doch die Analyse führte zur Definition eines Ansatzes, der als Katalog von Anhaltspunkten bezeichnet werden könnte und der dabei hilft, die Interaktionen im Zusammenhang mit der Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums sowohl für physische Produkte als

auch für digitale Inhalte zu ermitteln. Ein zuverlässigerer Ansatz zur Ermittlung solcher Kommunikationsaktivitäten würde auch durch den Einsatz von spezifizierten maschinellen Lernmodellen erleichtert, die Vorhersagen und Empfehlungen liefern könnten.

Die Studie zeigt, dass Social-Media-Plattformen Instrumente für immer wieder auftretende Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums sowohl bei physischen Produkten als auch bei digitalen Inhalten darstellen. Darüber hinaus ist die Ermittlung dieser Art von Inhalten aufgrund der vielfältigen und sich ständig ändernden Konzepte der Anbieter gefälschter Produkte oder raubkopierter Inhalte, die über zahlreiche Plattformen, Sprachen und Inhaltsarten hinweg weit verbreitet sind, komplex.