

Junge Menschen in Europa kaufen mehr gefälschte Produkte und greifen nach wie vor auf raubkopierte Inhalte zu

- **Mehr als die Hälfte (52 %) der Bürgerinnen und Bürger der EU im Alter zwischen 15 und 24 Jahren gab an, im letzten Jahr mindestens ein gefälschtes Produkt wissentlich oder versehentlich über das Internet gekauft zu haben. Zudem gab ein Drittel (33 %) an, digitale Inhalte aus illegalen Quellen abgerufen zu haben.**
- **Von denjenigen, die dies absichtlich taten, kauften 37 % ein gefälschtes Produkt und 21 % nutzten, spielten oder streamten Inhalte aus illegalen Quellen oder luden sie herunter.**
- **In Luxemburg kauften 34 % der jungen Menschen absichtlich gefälschte Waren und 28 % griffen bewusst auf raubkopierte Inhalte zu.**
- **Andererseits erklärten 60 % der jungen Menschen in Europa, lieber auf digitale Inhalte aus legalen Quellen zuzugreifen, gegenüber 50 % im Jahr 2019. In Luxemburg macht dieser Prozentsatz 53 % der jungen Menschen aus.**
- **Der Preis und die Verfügbarkeit sind nach wie vor die wichtigsten Faktoren für den Kauf nachgeahmter Waren und die Nutzung raubkopierter Inhalte, aber auch der Einfluss von Gleichaltrigen und der Gesellschaft gewinnt zunehmend an Bedeutung.**
- **Cyberbedrohungen, Cyberbetrug und Umweltauswirkungen gehören zu den wichtigsten Abschreckungsfaktoren.**

Die Ausgabe 2022 des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum, die heute vom Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) veröffentlicht wurde, bietet einen aktuellen Überblick über das Verhalten junger Menschen im Hinblick auf Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums nach der Pandemie.

Bei der Erhebung werden beide Seiten von Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums untersucht: die Trends beim Kauf gefälschter Waren und zum Zugriff auf raubkopierte Inhalte durch junge Menschen und die Beurteilung dieser Trends seit 2016.

Mehr als die Hälfte (52 %) der befragten jungen Menschen hatte im vergangenen Jahr wissentlich oder versehentlich mindestens ein gefälschtes Produkt über das Internet gekauft, und ein Drittel (33 %) hatte auf illegale Online-Inhalte zugegriffen.

Kauf gefälschter Waren



Mit der neuen Erhebung, die den Kontext nach der Pandemie widerspiegelt, wurde bestätigt, dass **37 % der jungen Menschen absichtlich** eine oder mehrere nachgeahmte Produkte gekauft hatten. Dies stellt einen deutlichen Anstieg gegenüber den vorherigen Ergebnissen dar (14 % im Jahr 2019). Die Zahlen unterscheiden sich merklich von Land zu Land, wobei der höchste Anteil in Griechenland (62 %) und der niedrigste in Tschechien (24 %) zu verzeichnen ist.

Bei den Fälschungen, die junge Menschen am häufigsten absichtlich kaufen, handelt es sich um **Kleidung und Accessoires** (17 %), gefolgt von **Schuhen** (14 %), **elektronischen Geräten** (13 %) und **Hygieneartikeln, Kosmetika, Körperpflegemitteln und Duftstoffen** (12 %).

Junge Menschen werden jedoch auch durch Irreführung zum Kauf von Fälschungen verleitet: Der unbeabsichtigte Kauf von Fälschungen liegt ebenfalls bei 37 %⁽¹⁾. In diesem Zusammenhang räumten die Befragten ein, **dass es schwierig ist, echte von gefälschten Waren zu unterscheiden**. 48 % hatten solche Produkte nicht gekauft, oder sie waren unsicher, ob sie es getan hätten.

Online-Piraterie

Was digitale Inhalte betrifft, so gewinnt der Zugriff auf legale Quellen unter den jüngeren Generationen zunehmend an Bedeutung. **60 %** gaben an, im vergangenen Jahr **keine Inhalte aus illegalen Quellen genutzt, gespielt, heruntergeladen oder gestreamt zu haben**; 2019 waren es 51 % und 2016 40 %, was den Trend bestätigt.

Dennoch bleibt die vorsätzliche Nutzung raubkopierter Inhalte stabil: **21 %** der jungen Verbraucher (jeder Fünfte) geben zu, in den letzten 12 Monaten **wissentlich auf raubkopierte Inhalte zugegriffen** zu haben. Ein erheblicher Teil der jungen Menschen wurde durch Irreführung zum Zugriff auf raubkopierte Inhalte verleitet. 12 % griffen versehentlich auf raubkopierte Inhalte zu, und 7 % wissen nicht, ob sie dies getan haben. Bei den raubkopierten Inhalten handelt es sich hauptsächlich um **Filme** (61 %) und **Fernsehserien** (52 %), gefolgt von **Musik** (36 %). Genutzt wurden vor allem spezielle Websites, Apps und Social-Media-Kanäle.

Christian Archambeau, Exekutivdirektor des EUIPO, kommentierte die neuen Ergebnisse wie folgt:

Diese dritte Ausgabe des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum, die während des [Europäischen Jahres der Jugend](#) veröffentlicht wurde, bestätigt die in den früheren Ausgaben aufgezeigten Trends und bietet umfassendere Einblicke in die Wahrnehmungen und Einstellungen junger Menschen. In einer Zeit, in der der elektronische Handel und der digitale Konsum erheblich zugenommen haben, ist die

(1) Die Zahlen für 2022 ergeben in der Summe nicht 100 %, da die Befragten in jeder Produktkategorie zu irgendeinem Zeitpunkt in den letzten 12 Monaten sowohl wissentlich als auch unwissentlich eine Nachahmung erworben haben können.



Zunahme beim vorsätzlichen wie des unbeabsichtigten Kaufs nachgeahmter Waren ein besorgniserregender Trend. Auch die Online-Piraterie geht nicht zurück, selbst wenn junge Verbraucher zunehmend Inhalte aus legalen Quellen bevorzugen. Die vorliegende neue Analyse stellt ein wertvolles Instrument dar, das Interessenträgern, politischen Entscheidungsträgern sowie Pädagogen und Organisationen der Zivilgesellschaft bei der Gestaltung von Sensibilisierungsinitiativen hilft, um informierte Entscheidungen unserer jungen Bürger und Verbraucher zu unterstützen.

Hauptfaktoren für den Kauf von gefälschten Produkten und den Zugriff auf raubkopierte Inhalte

Zwar sind der **Preis und die Verfügbarkeit** nach wie vor die Hauptgründe für den absichtlichen Kauf gefälschter Produkte und den wissentlichen Zugriff auf raubkopierte Inhalte, doch gewinnen **soziale Einflussfaktoren** wie das Verhalten im Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis zunehmend an Bedeutung.

Ein weiterer Faktor ist Gleichgültigkeit in Bezug darauf, ob es sich bei einem Produkt um eine Fälschung (oder bei Inhalten um Material aus illegaler Quelle) handelt, wobei in der Wahrnehmung kein Unterschied zwischen originalen und gefälschten Produkten gemacht wird. Darüber hinaus ist die einfache Auffindbarkeit bzw. Bestellbarkeit von gefälschten Produkten im Internet als Ursache zu nennen. Jeder zehnte Befragte verwies auf Empfehlungen von Influencern oder berühmten Personen.

Was lässt junge Menschen zurückschrecken?

Sowohl im Hinblick auf Produkte als auch auf digitale Inhalte nannten junge Menschen ihr eigenes **Cyberbetrugs-** und **Cyberbedrohungsrisiko** als wichtige Faktoren, die sie zur Mäßigung veranlassen. Auch ein besseres Verständnis der **negativen Auswirkungen auf die Umwelt** oder die **Gesellschaft** wird nun von den befragten jungen Menschen häufiger genannt.

HINWEIS FÜR DIE REDAKTION

Die Studie 2022 knüpft an die erste und zweite Ausgabe des [Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum](#) an, die 2016 und 2019 veröffentlicht wurden. Mit der Erhebung sollen die Wahrnehmungen und Verhaltensweisen junger Menschen in Bezug auf geistiges Eigentum beim Zugriff auf digitale Inhalte oder beim Kauf materieller Güter abgebildet werden. Die quantitative Analyse für 2022 wurde zwischen dem 7. und 28. Februar 2022 unter insgesamt **22 021 jungen Menschen im Alter von 15 bis 24 Jahren in den 27 EU-Mitgliedstaaten** durchgeführt. Das Jugendbarometer 2022 enthält quantitative und qualitative Erkenntnisse über die Einstellungen und Verhaltensweisen junger Verbraucherinnen und Verbraucher und eine Bewertung der Trends seit der letzten Studie aus dem Jahr 2019. Darüber hinaus werden neue Bereiche beleuchtet, um Interessenträger und politische Entscheidungsträger bei der Anpassung von politischen Maßnahmen und der Entwicklung von einschlägigen Sensibilisierungsinitiativen zu unterstützen.



ÜBER DAS EUIPO

Das [EUIPO](#) ist eine der größten dezentralen Agenturen der EU mit Sitz in Alicante, Spanien. Das EUIPO, das 2021 zum [weltweit innovativsten Amt für geistiges Eigentum](#) gekürt wurde, ist für die Eintragung von Unionsmarken (UM) und Gemeinschaftsgeschmacksmustern (GGM) zuständig, die den Schutz von Rechten des geistigen Eigentums in allen Mitgliedstaaten der EU gewährleisten. Zudem arbeitet es mit den nationalen und regionalen Ämtern für geistiges Eigentum in der EU zusammen. Beim Amt angesiedelt ist die Europäische Beobachtungsstelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums.

Die [Europäische Beobachtungsstelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums](#) wurde 2009 eingerichtet, um den Schutz und die Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums zu fördern und der wachsenden Bedrohung durch Verletzungen des geistigen Eigentums in Europa zu begegnen. Sie wurde am 5. Juni 2012 durch die Verordnung (EU) Nr. 386/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates an das EUIPO übertragen und feiert dieses Jahr ihr zehnjähriges Bestehen.

Medienkontakt

Dienststelle Kommunikation des EUIPO

Telefon: +34 653674113

press@euiipo.europa.eu

