

Jugendbarometer 2022 zum Thema geistiges Eigentum Zusammenfassung



Vorwort

Ausgabe 2022 des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum



Diese dritte Ausgabe des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum bietet einen willkommenen aktuellen Überblick über das Verhalten junger Menschen im Alter von 15 bis 24 Jahren in der Europäischen Union im Hinblick auf Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums. Sie beleuchtet sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene die Faktoren, die junge Menschen dazu bewegen, gefälschte Waren zu kaufen oder auf digitale Inhalte aus illegalen Quellen zuzugreifen, hebt aber auch die Elemente hervor, die unsere jüngere Generation dazu bringen könnten, ihr rechtsverletzendes Verhalten zu reduzieren.

Die Umfrage von 2022 bestätigt in größerem Umfang die in den früheren Umfragen 2016 und 2019 ermittelten Trends, bietet jedoch umfassendere Einblicke in die Wahrnehmungen und Einstellungen junger Menschen in einer Zeit, in der Online-Handel und digitaler Konsum erheblich zugenommen haben und sich somit auf das Verbraucherverhalten ausgewirkt haben.

Der Trend, auf digitale Inhalte aus legalen Quellen zuzugreifen, wird eindeutig bestätigt, wobei die Mehrheit der jungen Menschen angibt, legale Alternativen gegenüber raubkopierten Inhalten zu bevorzugen.

Dennoch geben 21 % der Befragten an, in den letzten 12 Monaten über spezielle Server, Apps und soziale Medien bewusst auf raubkopierte Inhalte zugegriffen zu haben, insbesondere auf Filme, Fernsehserien, Musik und Live-Sportveranstaltungen. Für ein Drittel der jungen Verbraucherinnen und Verbraucher ist es schwierig, legale digitale Inhalte von raubkopierten zu unterscheiden, oder der Unterschied ist ihnen zunehmend gleichgültig.

Andererseits ist der bewusste Kauf gefälschter Waren gestiegen, wobei 37 % der jungen Menschen bestätigen, dass sie in den letzten 12 Monaten mindestens ein gefälschtes Produkt gekauft haben (14 % im Jahr 2019).

Dieser Trend ist besorgniserregend, auch wenn methodische Verbesserungen im Vergleich zu früheren Ausgaben des Jugendbarometers möglicherweise ein genaueres Bild ergeben hätten.

Ein ähnlicher Anteil junger Menschen hat versehentlich Nachahmungen gekauft, und sie erkennen an, dass es schwierig ist, echte von nachgeahmten Waren zu unterscheiden.

Obwohl der Preis von den Befragten nach wie vor als wichtiger Faktor für den Kauf von gefälschten Waren und Raubkopien angesehen wird, gewinnen soziale Einflussfaktoren wie das Verhalten im Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis zunehmend an Bedeutung.

Auf die Frage, welche Faktoren die jungen Menschen zum Nachdenken bewegen könnten, damit sie keine Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums mehr begehen, nannten die Befragten jetzt häufiger ihr eigenes Cyberbedrohungs- oder Cyberbetrugsrisiko sowie ein besseres Verständnis der negativen Auswirkungen auf die Umwelt oder die Gesellschaft.

Die vorliegende neue Analyse dürfte ein wertvolles verwendbares Instrument darstellen, das Interessenträgern, politischen Entscheidungsträgern sowie Pädagogen und Organisationen

der Zivilgesellschaft bei der Gestaltung von Sensibilisierungsinitiativen hilft, um unseren jungen Bürgerinnen und Bürgern bewusste Konsumententscheidungen zu ermöglichen.

Christian Archambeau
Executive Director
EUIPO



Zusammenfassung

Ausgabe 2022 des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum

DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE IN KÜRZE

Diese Studie 2022 knüpft an die erste und die zweite Ausgabe des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum an, die 2016 und 2019 veröffentlicht wurden. Das konkrete Ziel der ursprünglichen Untersuchung lag darin, zu verstehen, welche Antriebskräfte und Hindernisse beim Online-Erwerb digitaler Inhalte oder beim Kauf materieller Güter, die legal und illegal angeboten werden, im Wesentlichen zum Tragen kommen. Die Studie 2022 basierte auf einer verkürzten und überarbeiteten Version des Erhebungsfragebogens aus dem Jahr 2019. Ziel war es, sowohl Veränderungen der Einstellungen und Verhaltensweisen seit der Studie von 2019 zu bewerten als auch neue und verbesserte Erkenntnisse zu gewinnen, die unmittelbar in geeignete politische Antworten einfließen könnten. Die Umfrage wurde zwischen dem 7. und 28. Februar 2022 bei insgesamt 22 021 jungen Menschen (im Alter von 15 bis 24 Jahren) in den 27 EU-Mitgliedstaaten durchgeführt. Dieser Bericht bietet einen detaillierten Überblick über die Ergebnisse, einschließlich, soweit methodisch möglich, Vergleichen mit den Ergebnissen von 2019 und 2016.

Der Zugriff auf Inhalte aus illegalen Quellen und der Kauf nachgeahmter materieller Güter im Internet sind bei jungen Menschen nach wie vor gängige Praxis.

Ein Drittel (33 %) der Befragten hatte in den letzten zwölf Monaten Inhalte aus illegalen Quellen genutzt, gespielt, heruntergeladen oder gestreamt. Davon hatten 21 % dies absichtlich getan und 12 % unabsichtlich. Diese Ergebnisse stimmen zwar weitgehend mit denen für 2019 überein, doch auch der Anteil junger Menschen, die angeben, *nicht* auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen zu haben, ist um zehn Prozentpunkte gestiegen (von 50 % auf 60 %). Dieser Anstieg steht im Einklang mit den Erkenntnissen der aktuellen Literatur im Allgemeinen.

Was Nachahmungen betrifft, so hat etwas mehr als die Hälfte (52 %) der befragten jungen Menschen in den letzten 12 Monaten mindestens ein nachgeahmtes Produkt online gekauft. Insgesamt 37 % hatten ein gefälschtes Produkt absichtlich gekauft, und ein gleich großer Anteil hatte dies unabsichtlich getan (die Befragten konnten in den letzten 12 Monaten zu irgendeinem Zeitpunkt sowohl absichtlich als auch unabsichtlich eine bestimmte Art von nachgeahmten Produkten gekauft haben). Die Ergebnisse zu dieser Frage sind zwar nicht direkt mit den früheren Erhebungen vergleichbar, doch ist seit 2019 ein deutlicher Anstieg beim Kauf nachgeahmter Waren zu verzeichnen, als 14 % der Befragten angaben, solche Waren absichtlich gekauft zu haben, und 12 % angaben, dies unabsichtlich getan zu haben. Diese Veränderung dürfte sowohl die weithin dokumentierte Zunahme des Online-Shoppings

während der COVID-19-Pandemie als auch Präzisierungen der Frage für die Umfrage 2022 widerspiegeln (siehe Abschnitt 1.3). Bei den konkreten Arten gefälschter Produkte, die die Befragten in den letzten 12 Monaten am häufigsten gekauft hatten, handelte es sich um Kleidung und Accessoires (17 %), gefolgt von Schuhen (14 %).

Kosten sind nach wie vor der wichtigste Faktor, der den illegalen Zugriff auf digitale Inhalte und den Kauf nachgeahmter Waren begünstigt, jedoch gewinnen auch andere Faktoren, insbesondere soziale Einflüsse, an Bedeutung.

Im Einklang mit den Ergebnissen von 2019 waren niedrigere Kosten und eine größere Auswahl nach wie vor die Hauptgründe, warum die Befragten absichtlich auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen haben. Ebenso war die Erschwinglichkeit der Produkte 2022 der Hauptgrund für den bewussten Kauf nachgeahmter Waren, gefolgt von der schlichten Gleichgültigkeit, ob es sich um eine Fälschung handelte, dass kein Unterschied zwischen Original und gefälschten Produkten erkennbar ist und dass es einfach ist, nachgeahmte Produkte online zu finden oder zu bestellen (18 %). Gleichzeitig ist sowohl beim Zugriff auf Inhalte aus illegalen Quellen als auch beim Erwerb von Fälschungen ein Anstieg (um 5 bzw. 6 Prozentpunkte) des Anteils der Befragten zu verzeichnen, die darauf verweisen, dass „Freunde oder Bekannte dies tun“, was die zunehmende Bedeutung sozialer Einflüsse unterstreicht.

Spezielle Websites waren der beliebteste Weg, auf die meisten Arten von digitalen Inhalten illegal zuzugreifen.

Eine neue Frage, die in die Erhebung für 2022 aufgenommen wurde, ergab, dass für die meisten Arten von Inhalten aus illegalen Quellen spezielle Websites der beliebteste Zugangskanal waren, insbesondere für Filme (63 %) und Fernsehserien (59 %). Bei Musik waren Apps der beliebteste Kanal, über den auf raubkodierte Inhalte zugegriffen wurde (39 %), und bei Fotos waren soziale Medien der beliebteste Kanal (36 %).

Die Verfügbarkeit erschwinglicherer echter Produkte/Inhalte aus legalen Quellen sowie die Gefahr der Bestrafung gehören nach wie vor zu den Hauptfaktoren, die junge Menschen von illegalen Alternativen abhalten würden. Gleichzeitig weisen neue Antwortoptionen, die der Umfrage für 2022 hinzugefügt wurden, auf andere Faktoren hin, die sie zu einer Änderung ihres Verhaltens veranlassen könnten.

Rund die Hälfte derjenigen, die angaben, auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen zu haben, erklärten, sie würden darauf verzichten, wenn sie eine Cyberbedrohung (41 %) oder einen Cyberbetrug (40 %) erlebten, während 24 % angaben, dies möglicherweise zu tun, wenn sie Inhalte von schlechter Qualität erhielten. Rund ein Drittel (31 %) der Befragten, die

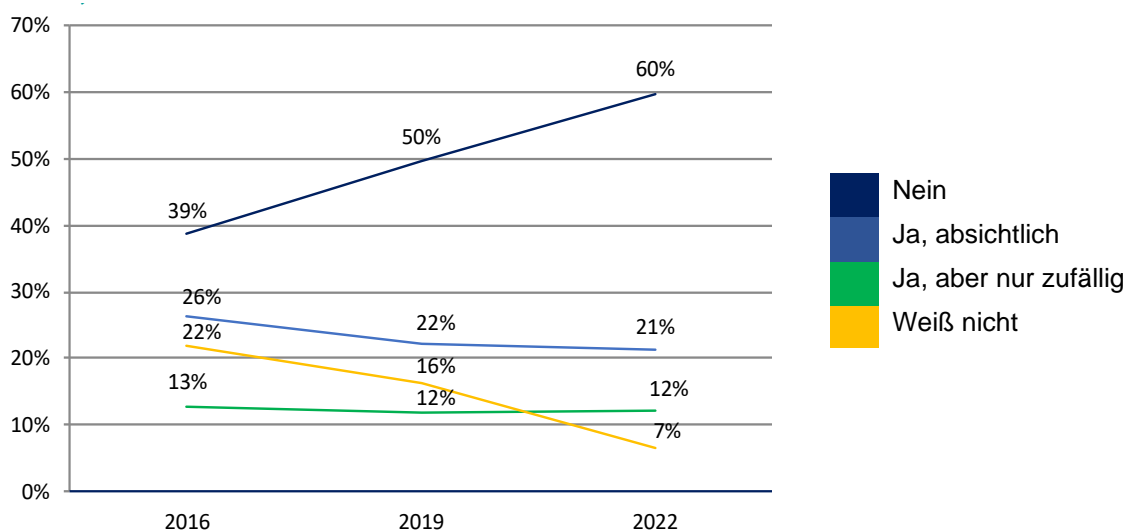
nachgeahmte Produkte gekauft hatten, gab an, sie würden darauf verzichten, wenn sie eine minderwertige Fälschung erhalten würden, und etwa ein Viertel gab an, dies tun zu wollen, wenn sie einen Cyberbetrug (23 %) oder eine Cyberbedrohung (21 %) erfahren oder ein unsicheres oder gefährliches Produkt (22 %) erhalten würden. Ein ähnlicher Anteil erklärte, dass ein besseres Verständnis der negativen Auswirkungen auf die Umwelt (19 %) oder die Gesellschaft (17 %) sie davon abbringen würde.

DIGITALE INHALTE

Der Anteil junger Menschen, die (absichtlich oder unabsichtlich) auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen haben, ist seit 2019 mit 33 % stabil geblieben. Gleichzeitig ist der Anteil derjenigen, die angeben, *überhaupt* nicht auf solche Inhalte zugegriffen zu haben, um zehn Prozentpunkte gestiegen.

Entsprechend den Ergebnissen der Erhebung von 2019 hatte ein Drittel (33 %) der Befragten in den letzten 12 Monaten Inhalte aus illegalen Quellen genutzt, gespielt, heruntergeladen oder gestreamt – 21 % hatten dies absichtlich getan und 12 % unabsichtlich. Diese Ergebnisse stimmen zwar weitgehend mit denen für 2019 überein, doch auch der Anteil junger Menschen, die angeben, *nicht* auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen zu haben, ist um zehn Prozentpunkte gestiegen (von 50 % auf 60 %). Dies steht im Einklang mit der Literatur, einschließlich der Studie „Die Bürgerinnen und Bürger Europas und geistiges Eigentum: Wahrnehmung, Bewusstsein und Verhalten“ aus dem Jahr 2020, in der der Anteil der Befragten, die angaben, für legale digitale Inhalte bezahlt zu haben, gegenüber 2017 um siebzehn Prozentpunkte gestiegen war (von 25 % auf 42 % im Jahr 2020) (Abbildung 1.1).

Abbildung 1.1: Rechtmäßiger oder illegaler Zugriff auf digitale Inhalte



Wie schon 2019 hatte etwas mehr als jeder fünfte Befragte (21 %) *absichtlich* illegale Quellen genutzt, um auf Inhalte zuzugreifen.

Bei Männern und jungen Menschen mit hohem Bildungsniveau war die bewusste Nutzung illegaler Quellen nach wie vor überdurchschnittlich hoch. Gleichzeitig war die Prävalenz dieses Verhaltens von Land zu Land sehr unterschiedlich und reichte von 29 % in Belgien bis 12 % in Deutschland. Die wichtigsten Arten digitaler Inhalte, die aus illegalen Quellen abgerufen wurden, waren Filme (61 %), Fernsehserien/Shows (52 %) sowie, in geringerem Maße, Musik (36 %), Software (35 %), Spiele (33 %), Live-Sportveranstaltungen (35 %) und E-Books (32 %). Der Anteil der Befragten, die sich für jede Art von Inhalt hauptsächlich auf *legale* Quellen stützten, lag durchweg unter 60 %.

Für die meisten Arten von Inhalten aus illegalen Quellen waren spezielle Websites der beliebteste Kanal für den Zugriff auf die Inhalte.

Eine neue Frage, die in die Erhebung für 2022 aufgenommen wurde, ergab, dass für die meisten Arten von Inhalten aus illegalen Quellen spezielle Websites der beliebteste Kanal für den Zugriff auf die Inhalte waren, insbesondere für Filme (63 %) und Fernsehserien (59 %). Bei Musik waren Apps der beliebteste Kanal, über den auf raubkopierte Inhalte zugegriffen wurde (39 %), und bei Fotos waren soziale Medien der beliebteste Kanal (36 %).

Wie schon bei den früheren Umfragen auch nannten die Befragten als Hauptgrund dafür, dass sie bewusst auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen hatten, die geringeren Kosten für diese Inhalte als für Inhalte aus legalen Quellen: Mehr als die Hälfte (55 %) nannten diesen Grund, gefolgt von der Begründung, dass die gewünschten Inhalte nur aus illegalen Quellen verfügbar waren (25 %), und einer größeren Auswahl aus solchen Quellen. Insbesondere die Ergebnisse der Erhebung 2022 weisen auf einen Anstieg (von 12 % auf 17 %) des Anteils der Befragten hin, die angeben, dass Freunde oder Bekannte sich so verhalten, was die zunehmende Bedeutung sozialer Einflüsse auf das Verhalten unterstreicht.

Der wichtigste Faktor, der laut jungen Menschen möglicherweise bewirken könnte, dass sie nicht mehr absichtlich auf Inhalte aus illegalen Quellen zugreifen, ist die Tatsache, dass erschwinglichere Inhalte aus legalen Quellen verfügbar seien. Das Potenzial für Cyberbetrug und Cyberbedrohungen sind die am zweithäufigsten genannten Faktoren, die abschreckend wirken könnten.

Die Verfügbarkeit erschwinglicherer Inhalte aus legalen Quellen war der wichtigste Faktor, der junge Menschen nach ihren Angaben dazu veranlassen könnte, nicht mehr absichtlich auf Inhalte aus illegalen Quellen zuzugreifen – fast die Hälfte (47 %) der Befragten erwähnte dies. Ein ähnlicher Anteil der Befragten gab an, sie könnten damit aufhören, wenn sie eine Cyberbedrohung (41 %) oder einen Cyberbetrug (40 %) erfahren würden, während 29 %

sagten, sie könnten dies tun, wenn sie Gefahr laufen, dafür bestraft zu werden, und 24 % sagten, sie könnten es tun, wenn sie auf minderwertige Inhalte stießen.

Unter den Befragten, die nicht wussten, ob sie auf Inhalte aus illegalen Quellen zugegriffen hatten, gab nach wie vor eine Mehrheit (69 %) an, nicht zwischen legalen und illegalen Quellen unterscheiden zu können, während 26 % erklärten, es sei ihnen gleichgültig, ob eine Quelle legal oder illegal sei. Während die erstgenannte Zahl niedriger war als 2019 (um 15 Prozentpunkte), war der Anteil derjenigen, die angaben, es sei ihnen gleichgültig, höher (um 8 Prozentpunkte).

MATERIELLE GÜTER

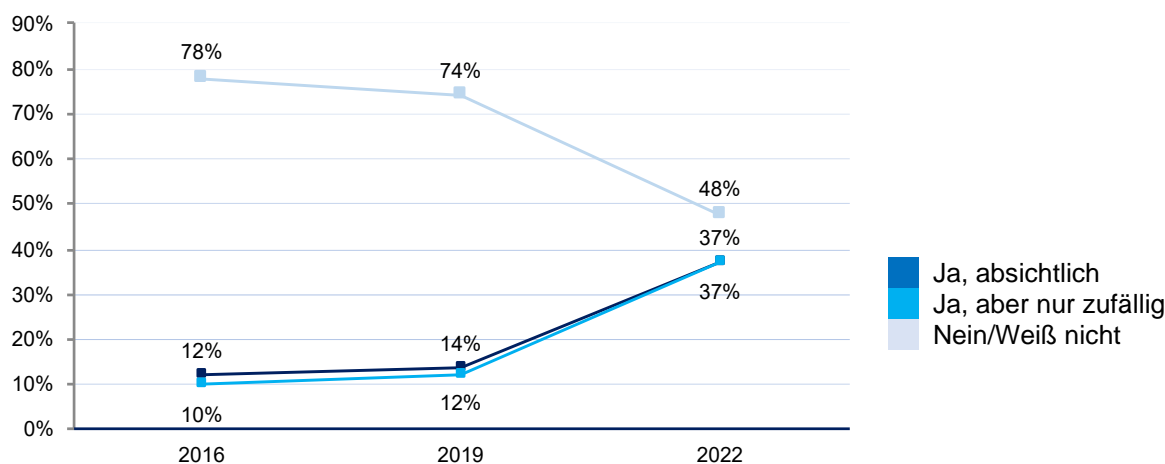
Während fast zwei Drittel (63 %) der Befragten in der Erhebung von 2022 angaben, es sei recht einfach oder sehr einfach, zwischen legalen und illegalen Quellen für materielle Güter zu unterscheiden, stellte dies für rund ein Drittel (31 %) weiterhin eine Herausforderung dar. Dies ist nach wie vor am häufigsten bei Frauen, Jugendlichen (zwischen 15 und 17 Jahren) und Jugendlichen mit dem niedrigsten Bildungsniveau anzutreffen.

Etwas mehr als die Hälfte (52 %) der Befragten insgesamt hatte in den letzten 12 Monaten mindestens eine nachgeahmte Ware online gekauft.

Etwas mehr als die Hälfte (52 %) der Befragten insgesamt hatte in den letzten 12 Monaten mindestens eine nachgeahmte Ware online gekauft. Insgesamt 37 % hatten ein gefälschtes Produkt absichtlich gekauft, und ein gleich großer Anteil hatte es unbeabsichtigt getan, während 48 % keine derartigen Produkte gekauft hatten oder unsicher waren, ob sie es getan hatten oder nicht (die Summe der Zahlen ergibt nicht 100 %, da die Befragten in den letzten 12 Monaten möglicherweise sowohl absichtlich als auch unabsichtlich eine Nachahmung gekauft haben) (Abbildung 1.2). Die Ergebnisse zu dieser Frage sind zwar nicht direkt mit den früheren Erhebungen vergleichbar, doch ist seit 2019 ein deutlicher Anstieg beim Kauf nachgeahmter Waren zu verzeichnen, als 14 % der Befragten angaben, solche Waren absichtlich gekauft zu haben, und 12 % angaben, dies unabsichtlich getan zu haben. Diese Veränderung dürfte sowohl auf die weithin dokumentierte Zunahme des Online-Shoppings während der COVID-19-Pandemie (und möglicherweise auf einen Mangel an Produkten in einigen physischen Geschäften) als auch auf Präzisierungen der Frage für die Umfrage 2022 zurückzuführen sein.

Während bei den früheren Umfragen die Befragten einfach nur danach gefragt wurden, ob sie nachgeahmte Waren gekauft hatten oder nicht, wurde ihnen in der Umfrage 2022 eine Liste mit 12 spezifischen Produktkategorien vorgelegt und sie wurden gefragt, ob sie diese jeweils gekauft hatten oder nicht. Die Bereitstellung der Liste wird bei den Befragten wahrscheinlich zu einer verbesserten Erinnerung an frühere Käufe und somit auch zu einer genaueren Messung des Verhaltens geführt haben.

Abbildung 1.2: Absichtlicher und unbeabsichtigter Kauf gefälschter Waren



Der vorsätzliche Kauf von Fälschungen war in den letzten 12 Monaten am häufigsten bei Kleidung und Accessoires (17 %) zu verzeichnen, gefolgt von Schuhen (14 %), elektronischen Geräten (13 %) und Hygieneartikel, Kosmetika, Körperpflegemittel und Parfüms (12 %). Der unbeabsichtigte Erwerb von Fälschungen war im Wesentlichen bei denselben Produktkategorien am höchsten.

Im Einklang mit den Ergebnissen der Umfragen 2016 und 2019 waren die Kosten auch 2022 der Hauptgrund für den bewussten Kauf nachgeahmter materieller Güter. Knapp die Hälfte (48 %) der Befragten, die in den letzten 12 Monaten *absichtlich* gefälschte Waren gekauft hatten, hatte dies aufgrund der Erschwinglichkeit bzw. des günstigeren Preises der nachgeahmten Waren getan. Weitere Faktoren, die von mindestens einem Fünftel der *wissentlichen* Käufer nachgeahmter Waren angeführt wurden, waren die Gleichgültigkeit gegenüber der Frage, ob es sich bei dem Produkt um eine Fälschung handelte (27 %), dass kein Unterschied zwischen Original und gefälschten Produkten erkennbar ist (24 %) und dass es einfach ist, nachgeahmte Produkte online zu finden oder zu bestellen (18 %). Seit 2019 war der Anteil der Befragten, die einen anderen Grund angaben – den Einfluss von Bekannten –, um sechs Prozentpunkte gestiegen.

Fast ein Drittel der Befragten, die in den letzten 12 Monaten absichtlich nachgeahmte Waren gekauft hatten, erklärte, sie würden darauf verzichten, wenn günstigere Originalprodukte verfügbar wären (31 %). Ein gleich hoher Anteil der Befragten gab an, sie würden keine Fälschungen mehr kaufen, wenn sie eine minderwertige Ware bekommen würden (31 %), und etwa ein Viertel gab an, sie würden darauf verzichten, wenn sie einen Cyberbetrug (23 %) oder eine Cyberbedrohung (21 %) erleben würden, wenn entweder Familienangehörige/Freunde (22 %) oder andere (22 %) schlechte Erfahrungen mit einem gefälschten Produkt gemacht hätten oder wenn sie ein unsicheres oder gefährliches Produkt erhalten würden (22 %). Ein ähnlicher Anteil erklärte, dass ein besseres Verständnis der negativen Auswirkungen auf die Umwelt (19 %) oder die Gesellschaft (17 %) sie davon abbringen würde.

Von den Befragten, die sich *unsicher* waren, ob sie in den letzten zwölf Monaten nachgeahmte Waren gekauft hatten, erklärten drei von fünf (60 %), sie seien nicht in der Lage, zwischen echten und nachgeahmten Produkten zu unterscheiden, und 39 % gaben an, es sei ihnen gleichgültig, ob ein Produkt echt oder nachgeahmt sei.

Etwa ein Viertel (26 %) aller Befragten gab an, nicht zu wissen, ob sie in den letzten zwölf Monaten ein nachgeahmtes Produkt gekauft hatten. In dieser Gruppe gab die Mehrheit (60 %) weiterhin an, nicht zwischen echten und nachgeahmten Produkten unterscheiden zu können, während 39 % erklärten, es sei ihnen schlicht gleichgültig, ob es sich um ein echtes oder ein nachgeahmtes Produkt handle. Die letztgenannte Zahl war um 8 Prozentpunkte höher als 2019, was wiederum ein Hinweis auf die zunehmende gesellschaftliche Akzeptanz des Kaufs nachgeahmter Waren sein kann.

KOMMUNIKATION

Botschaften über die persönliche Sicherheit (z. B. in Bezug auf die Vermeidung von Computerviren, Malware und Kreditkartenbetrug) sind nach wie vor für junge Menschen das überzeugendste Argument, wenn es darum geht, zu überlegen, was sie davon abhalten könnte, sowohl auf Inhalte aus illegalen Quellen zuzugreifen als auch Nachahmungen zu kaufen. Insbesondere im Hinblick auf Fälschungen schienen Botschaften über negative gesellschaftliche oder ökologische Auswirkungen auch bei einigen jungen Menschen Resonanz zu finden.

Nachrichten, die die Befragten vor der Nutzung, dem Spielen, dem Herunterladen oder dem Streamen von Inhalten aus einer illegalen Quelle mit großer Wahrscheinlichkeit zum Nachdenken anregen, betrafen das Risiko, dass ihr Computer oder Gerät mit Viren oder Malware infiziert wird (53 %), dass ihre Kreditkartendaten gestohlen werden (49 %) oder ihnen eine Strafe droht (36 %). Nachrichten, die junge Menschen am ehesten davon abhalten würden, gefälschte Waren zu kaufen, waren in ähnlicher Weise das Risiko, dass ihre Kreditkartendaten gestohlen werden (43 %), gefolgt von fehlenden Garantien für gefälschte Produkte (34 %), dem Risiko von Computerviren/Malware (34 %) und der Möglichkeit von schädlichen Auswirkungen auf die Gesundheit (31 %). In einigen Segmenten der Befragten, die gefälschte Waren gekauft hatten – insbesondere in den Gruppen mit dem höchsten Bildungsniveau – scheinen die Botschaften über negative gesellschaftliche oder ökologische Auswirkungen ebenfalls in gewissem Maße Resonanz zu finden (und sie waren in der Tat einer der Gründe, aus denen andere Befragte angaben, *keine* gefälschten Waren gekauft zu haben).