

Scorebord intellectuele eigendom en jongeren 2022



Voorwoord

Scorebord intellectuele eigendom en jongeren 2022

Deze derde editie van het scorebord intellectuele eigendom en jongeren (IP Youth scoreboard) biedt een welkome update over het gedrag van jongeren van 15 tot 24 jaar in heel de Europese Unie met betrekking tot inbreuken op intellectuele-eigendomsrechten. Het scorebord werpt een Europees en nationaal licht op de drijfveren van jongeren om namaakgoederen te kopen en toegang te verkrijgen tot digitale content uit illegale bronnen, maar benadrukt ook de elementen die onze jongere generatie van dergelijk inbreukmakend gedrag zou kunnen weerhouden.

De enquête van 2022 bevestigt grotendeels de trends die in de vorige edities in 2016 en 2019 zijn vastgesteld. Daarnaast biedt zij een beter inzicht in het denken en handelen van jongeren in een periode waarin de elektronische handel en digitale consumptie aanzienlijk toenemen, wat zijn weerslag heeft op het gedrag van consumenten.

De trend om digitale content uit legale bronnen te verkrijgen, wordt duidelijk bevestigd door het feit dat een nog grotere meerderheid van de jongeren verklaart dat zij de voorkeur geven aan legale alternatieven boven illegaal gekopieerde content.

Van de respondenten zegt echter nog 21% dat zij in de afgelopen 12 maanden doelbewust toegang zochten tot illegaal gekopieerde content via speciale servers, apps en sociale media, met name voor films, tv-series, muziek en live sportevenementen. Een derde van de jonge consumenten vindt het moeilijk om legale digitale content van illegaal gekopieerde content te onderscheiden of het laat hen steeds meer onverschillig.

De doelbewuste aankoop van namaakgoederen is daarentegen toegenomen: 37% van de jongeren zegt in de afgelopen 12 maanden ten minste één namaakproduct te hebben gekocht (14% in 2019).

Deze trend is zorgwekkend, ook al hebben methodologische verbeteringen mogelijk een nauwkeuriger beeld opgeleverd ten opzichte van eerdere edities van het scorebord.

Een vergelijkbaar aandeel jongeren kocht per ongeluk namaakgoederen en gaf aan het moeilijk te vinden om echte van namaakgoederen te onderscheiden.

Respondenten zien de prijs nog steeds als voornaamste drijfveer voor het verkrijgen van illegaal gekopieerde of namaakproducten, maar het effect van sociale invloeden, zoals het gedrag van familieleden, vrienden en mensen om jongeren heen, neemt toe.

Van de factoren die hen ertoe kunnen aanzetten om af te zien van en te stoppen met inbreuken op intellectuele-eigendomsrechten, noemen geënquêteerde jongeren nu vaker persoonlijke risico's, zoals cyberdreigingen of internetfraude, en een beter begrip van de negatieve gevolgen voor het milieu of de samenleving.

Deze nieuwe analyse zou een waardevol en nuttig instrument kunnen zijn voor belanghebbenden, beleidsmakers, opvoeders en maatschappelijke organisaties bij het opzetten van bewustmakingsinitiatieven om onze jonge burgers en consumenten te helpen geïnformeerde keuzes te maken.

Christian Archambeau
Executive Director
EUIPO



Samenvatting

Scorebord intellectuele eigendom en jongeren 2022

SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

Deze studie van 2022 sluit aan op de eerste en tweede editie van het scorebord intellectuele eigendom en jongeren, gepubliceerd in 2016 en 2019. Het specifieke doel van het oorspronkelijke onderzoek was te begrijpen welke drijfveren en obstakels de grootste rol spelen bij het verwerven van online digitale content of fysieke goederen die zowel legaal als illegaal worden aangeboden. De studie van 2022 werd gebaseerd op een verkorte en herziene versie van de vragenlijst van 2019. Zij was erop gericht veranderingen in de houding en het gedrag sinds de studie van 2019 te beoordelen en nieuwe en verbeterde inzichten te verwerven die rechtstreeks zouden kunnen leiden tot passende beleidsantwoorden. De studie werd uitgevoerd van 7 tot 28 februari 2022 onder in totaal 22.021 jongeren (van 15-24 jaar oud) in de 27 lidstaten van de EU. Dit verslag bevat een gedetailleerd overzicht van de bevindingen, inclusief vergelijkingen met de resultaten uit 2019 en 2016, indien methodologisch mogelijk.

[De toegang tot content uit illegale bron en de aankoop van fysieke namaakgoederen online blijven gangbare praktijken onder jongeren.](#)

Een derde (33%) van de respondenten had in de afgelopen 12 maanden content uit illegale bronnen gebruikt, afgespeeld, gedownload of gestreamd. Van deze respondenten had 21% dat doelbewust gedaan en 12% onopzettelijk. Hoewel deze resultaten sterk overeenkomen met de resultaten voor 2019, is er ook een stijging met tien procentpunten geweest van het percentage jongeren dat zegt *geen* toegang te hebben gehad tot content uit illegale bron (stijging van 50% naar 60%). Deze stijging stemt overeen met bevindingen uit bredere recente literatuur.

Wat namaakgoederen betreft, had iets meer dan de helft (52%) van de ondervraagde jongeren in de afgelopen 12 maanden ten minste één namaakproduct online gekocht. Een totaal van 37% had doelbewust een namaakproduct gekocht en een gelijk aandeel had dit onopzettelijk gedaan (respondenten hebben in de afgelopen 12 maanden mogelijk zowel doelbewust als onopzettelijk een specifiek type namaakproduct gekocht). Hoewel de resultaten van deze vraag niet rechtstreeks vergelijkbaar zijn met de eerdere enquêterondes, tonen zij een aanzienlijke stijging in de aankoop van namaakgoederen sinds 2019: toen meldde 14% van de respondenten dat zij doelbewust dergelijke goederen hadden gekocht en 12% dat zij dat onopzettelijk hadden gedaan. Deze verandering is waarschijnlijk een weerspiegeling van de goed gedocumenteerde toename in online winkelen tijdens de COVID-19-pandemie alsook van de aangebrachte verbeteringen in de vraag voor het scorebord 2022 (uiteengezet in punt 1.3 hierna). De specifieke soorten namaakgoederen die respondenten in de afgelopen 12 maanden het meest hadden gekocht, waren kleding en accessoires (17%), gevolgd door schoenen (14%).

De kosten blijven de belangrijkste beweegredenen voor het verkrijgen van illegale toegang tot digitale content en het kopen van namaakgoederen, maar andere factoren winnen aan belang, met name sociale invloeden.

Zoals bij de bevindingen uit 2019, noemden de respondenten lagere kosten en een groter aanbod als de voornaamste redenen voor de doelbewuste toegang tot content uit illegale bron. Ook was de betaalbaarheid van een product een belangrijke beweegreden voor de doelbewuste aankoop van fysieke namaakgoederen in 2022, gevolgd door er niet om geven of een product namaak was, de overtuiging dat er geen verschil was tussen echte en namaakgoederen en het gemak waarmee namaakgoederen online worden gevonden of besteld (18%). Tegelijkertijd geldt voor de toegang tot content uit illegale bron en voor de aankoop van namaakgoederen dat er een stijging is geweest (met respectievelijk 5 en 6 procentpunten) van het percentage respondenten dat aangaf “vrienden of andere bekenden van mij doen dit”, waaruit het toegenomen belang van sociale invloeden blijkt.

Specifieke websites zijn de populairste methode om illegale toegang te verkrijgen tot allerlei soorten digitale content.

Een nieuwe vraag die is toegevoegd aan de enquête voor 2022, maakte duidelijk dat specifieke websites de populairste methode waren om toegang te krijgen tot allerlei soorten content uit illegale bronnen, met name voor films (63%) en tv-series (59%). Voor muziek waren apps de populairste toegangsmethode tot illegaal gekopieerde content (39%) en voor foto's waren de sociale media de populairste methode (36%).

De beschikbaarheid van betaalbare echte producten/content uit legale bronnen en het risico op bestraffing blijven enkele van de belangrijkste factoren die jongeren ertoe zouden bewegen om de illegale alternatieven links te laten liggen. Tegelijkertijd komen uit nieuwe antwoordopties die aan de enquête voor 2022 zijn toegevoegd, andere factoren naar voren die hen ertoe zouden kunnen brengen hun gedrag te veranderen.

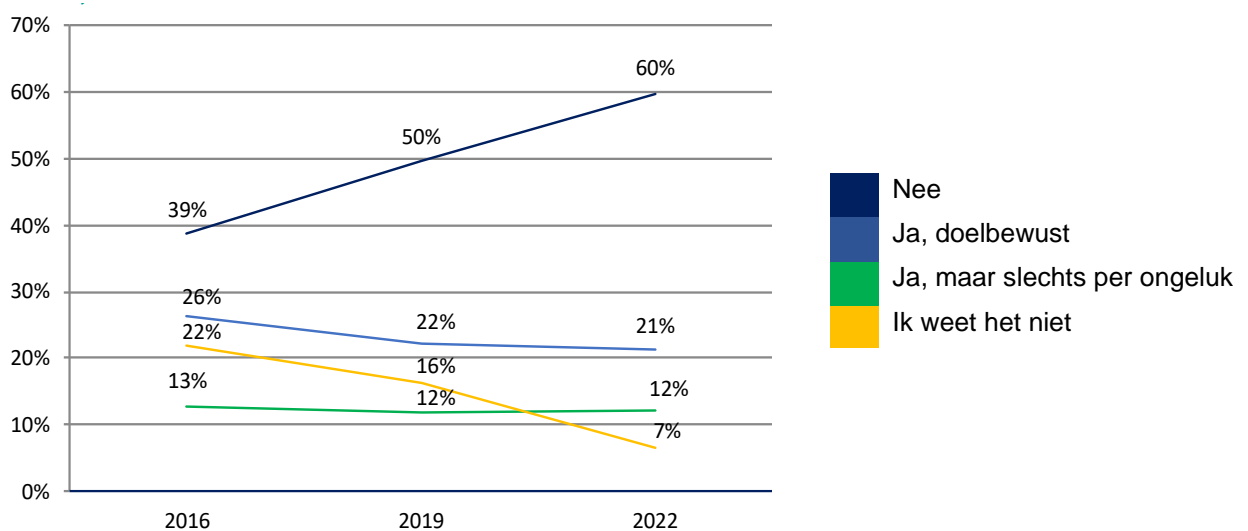
Ongeveer de helft van de respondenten die zeiden dat zij toegang hadden tot content uit illegale bron, verklaarde dat zij hiermee zouden stoppen bij een cyberdreiging (41%) of internetfraude (40%); 24% zei dat zij mogelijk daarmee zouden stoppen indien zij content van slechte kwaliteit zouden krijgen. Ongeveer een derde (31%) van de personen die namaakgoederen hadden gekocht, zei dat zij zouden stoppen indien zij namaakgoederen van slechte kwaliteit zouden krijgen en ongeveer een kwart verklaarde te zullen stoppen bij internetfraude (23%) of een cyberdreiging (21%), of bij het krijgen van een onveilig of gevaarlijk product (22%). Een soortgelijk percentage zei dat een beter begrip van de negatieve gevolgen voor het milieu (19%) of de samenleving (17%) hen ertoe zou bewegen te stoppen.

DIGITALE CONTENT

Het percentage jongeren dat (doelbewust of onopzettelijk) toegang had tot content uit illegale bron blijft sinds 2019 stabiel op 33%. Tegelijkertijd is het percentage jongeren dat aangeeft dat zij *geen enkele* toegang tot dergelijke content hebben gehad, met 10 procentpunten gestegen.

Overeenkomstig de bevindingen van de enquête van 2019, had een derde (33%) van de respondenten in de afgelopen 12 maanden content uit illegale bron gebruikt, afgespeeld, gedownload of gestreamd – 21% had dit doelbewust gedaan en 12% onopzettelijk. Hoewel deze resultaten sterk overeenkomen met de resultaten voor 2019, is er ook een stijging met tien procentpunten geweest van het percentage jongeren dat zegt *geen* toegang te hebben gehad tot content uit illegale bron (stijging van 50% naar 60%). Dit stemt ook overeen met de bredere literatuur, zoals de studie van 2020 “European citizens and intellectual property: perception, awareness, and behaviour study”, waarin het percentage respondenten dat meldde dat zij hebben betaald voor legale digitale content, een stijging met 17 procentpunten liet zien ten opzichte van 2017 (van 25% naar 42% in 2020) (Figuur 1.1).

Figuur 1,1. Toegang tot digitale content, legaal of illegaal



Evenals in 2019, had iets meer dan één op de vijf respondenten (21%) *doelbewust* illegale bronnen gebruikt om toegang tot content te verkrijgen.

Het doelbewuste gebruik van content uit illegale bronnen bleef hoger dan gemiddeld onder mannen en jongeren met een hoog opleidingsniveau. Tegelijkertijd varieerde de prevalentie van dit gedrag aanzienlijk per land, van 29% in België tot 12% in Duitsland. De voornaamste soorten digitale content via illegale bronnen waren films (61%), tv-series/-shows (52%) en, in geringere mate, muziek (36%), software (35%), computerspellen (33%), live sportevenementen (35%) en e-boeken (32%). Het percentage respondenten dat hoofdzakelijk op *legale* bronnen vertrouwd voor allerlei soorten content bleef aanhoudend onder 60%.

Voor de meeste soorten content uit illegale bronnen waren specifieke websites de populairste toegangsmethode tot de content.

Een nieuwe vraag die is toegevoegd aan de enquête voor 2022, maakte duidelijk dat specifieke websites de populairste methode waren om toegang te krijgen tot allerlei soorten content uit illegale bronnen, met name voor films (63%) en tv-series (59%). Voor muziek waren apps de populairste toegangsmethode tot illegaal gekopieerde content (39%) en voor foto's waren de sociale media de populairste methode (36%).

Overeenkomstig de vorige onderzoeksrunde, noemden de respondenten als voornaamste reden voor het doelbewust toegang verkrijgen tot content uit illegale bron de lagere kosten in vergelijking met content uit legale bronnen: meer dan de helft van de respondenten (55%) meldde deze reden, gevolgd door het feit dat de gewenste content alleen beschikbaar was via illegale bronnen (25%) en er een groter aanbod beschikbaar was via dergelijke bronnen. De resultaten van de enquête van 2022 wijzen met name op een stijging in het percentage respondenten dat aangeeft "vrienden of andere bekenden van mij doen dit" (van 12% naar 17%), waaruit het toegenomen belang van sociale invloeden op gedrag blijkt.

De belangrijkste factor die jongeren opgaven als reden die hen ertoe zou kunnen brengen te stoppen met de doelbewuste toegang tot content uit illegale bron, was de beschikbaarheid van betaalbare content uit legale bronnen. Mogelijke internetfraude en cyberdreigingen waren de tweede meest genoemde factor die als afschrikmiddel zou kunnen dienen.

De beschikbaarheid van betaalbare content uit legale bronnen was de voornaamste factor die jongeren opgaven als reden die hen ertoe zou kunnen brengen te stoppen met de doelbewuste toegang tot content uit illegale bron – nagenoeg de helft (47%) van hen vermeldde dit. Een soortgelijk percentage zei dat zij waarschijnlijk zouden stoppen bij een cyberdreiging (41%) of internetfraude (40%), terwijl 29% zei dat zij dat mogelijk zouden doen bij het risico om gestraft te worden en 24% zei dat zij dat zouden doen indien zij zouden worden geconfronteerd met content van slechte kwaliteit.

Onder de respondenten die niet wisten of zij toegang hadden gehad tot content van illegale bronnen, bleef de meerderheid (69%) zeggen dat zij legale niet van illegale bronnen konden onderscheiden, terwijl 26% zei dat het hen onverschillig liet of een bron legaal of illegaal was. Terwijl het vorige percentage lager was dan in 2019 (met 15 procentpunten), was het percentage respondenten dat zei dat het hen onverschillig liet hoger (met 8 procentpunten).

FYSIEKE GOEDEREN

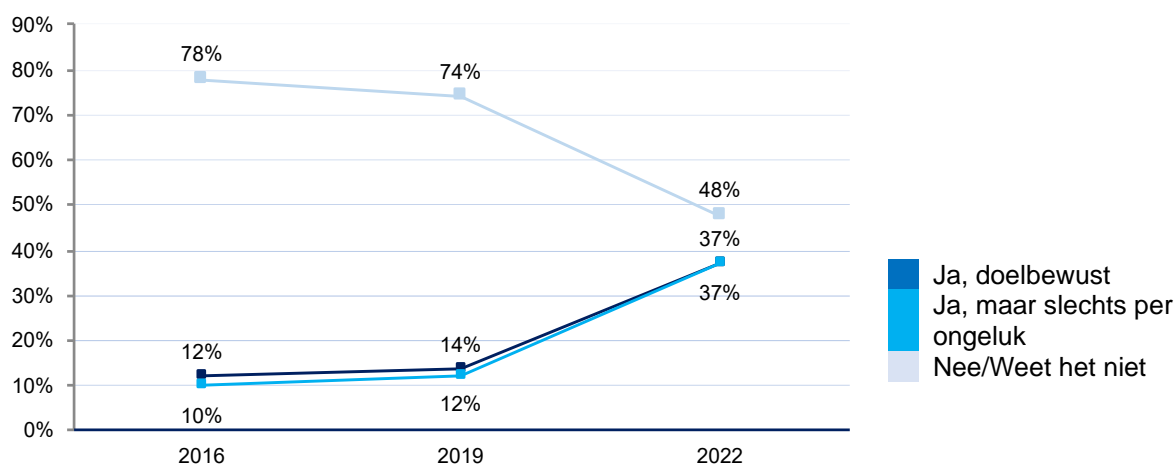
Hoewel bijna twee derde (63%) van de respondenten in de enquête van 2022 verklaarde dat zij het vrij gemakkelijk tot zeer gemakkelijk vonden om legale van illegale bronnen te onderscheiden voor fysieke goederen, bleef circa een derde (31%) moeilijkheden ondervinden op dit punt. Deze uitdagingen kwamen opnieuw het meest voor onder vrouwen, tieners (van 15-17 jaar) en laagopgeleiden.

Iets meer dan de helft (52%) van de respondenten had in de afgelopen 12 maanden in totaal ten minste één namaakproduct online gekocht.

Iets meer dan de helft (52%) van de respondenten had in de afgelopen 12 maanden in totaal ten minste één namaakproduct online gekocht. Een totaal van 37% had doelbewust een namaakproduct gekocht en een gelijk aandeel had dit onopzettelijk gedaan, terwijl 48% geen namaakproduct had gekocht of niet zeker wist of zij dat al dan niet hadden gedaan (De som van deze percentages is niet 100%, aangezien de respondenten in de loop van de afgelopen 12 maanden mogelijk zowel doelbewust als onopzettelijk een namaakproduct hebben gekocht) (Figuur 1.2). Hoewel de resultaten van deze vraag niet rechtstreeks vergelijkbaar zijn met de eerdere enquêterondes, tonen zij een aanzienlijke stijging in de aankoop van namaakgoederen sinds 2019: toen meldde 14% van de respondenten dat zij doelbewust dergelijke goederen hadden gekocht en 12% dat zij dat onopzettelijk hadden gedaan. Deze verandering is waarschijnlijk een weerspiegeling van de goed gedocumenteerde toename in online winkelen tijdens de COVID-19-pandemie (en mogelijk een tekort aan producten in sommige fysieke winkels) en van aangebrachte verbeteringen in de vraag voor het scorebord 2022.

Terwijl de respondenten in eerdere edities slechts werd gevraagd of zij al dan niet namaakgoederen hadden gekocht, kregen zij in de editie van 2022 een lijst met 12 specifieke productcategorieën en de vraag of zij elk van de producten al dan niet hadden gekocht. Deze lijst zal waarschijnlijk eerdere aankopen weer in herinnering hebben gebracht bij een deel van de respondenten, waardoor ook het gedrag nauwkeuriger kon worden gemeten.

Figuur 1.2: Doelbewuste en onopzettelijke aankoop van namaakgoederen



Bij de doelbewuste aankoop van namaakgoederen in de afgelopen 12 maanden ging het vooral om kleding en accessoires (17%), gevolgd door schoenen (14%), elektrische apparaten (13%) en hygiëne-, cosmetica-, persoonlijke verzorgings- en parfumproducten (12%). De onopzettelijke aankoop van namaakgoederen had vooral betrekking op nagenoeg dezelfde productcategorieën.

Zoals bij de resultaten van het scorebord intellectuele eigendom en jongeren 2016 en 2019, waren ook in 2022 de kosten de belangrijkste beweegreden voor de doelbewuste aankoop

van fysieke namaakgoederen. Iets minder dan de helft (48%) van de respondenten die in de afgelopen 12 maanden *doelbewust* namaakgoederen hadden gekocht, was hiertoe overgegaan omdat deze betaalbaarder of goedkoper geprijsd waren. Andere factoren aangehaald door ten minste één op de vijf kopers die *doelbewust* namaakgoederen kochten, waren: het feit dat het hen eenvoudigweg onverschillig liet of een product namaak was (27%), de overtuiging dat er geen verschil was tussen echte en namaakgoederen (24%) en het gemak van het online vinden of bestellen van namaakproducten (18%). Sinds 2019 is er een stijging met zes procentpunten geweest in het aantal respondenten dat een andere reden heeft opgeven, namelijk de invloed van personen die zij kennen.

Bijna een derde van de respondenten die in de afgelopen 12 maanden doelbewust namaakgoederen hadden gekocht, zei hiermee te stoppen indien er betaalbaardere originele producten beschikbaar zouden zijn (31%). Een gelijk percentage zei dat zij zouden stoppen indien zij een namaakproduct van slechte kwaliteit zouden krijgen (31%) en ongeveer een kwart zei dat zij zouden stoppen bij internetfraude (23%) of een cyberdreiging (21%), bij slechte ervaringen van familieleden/vrienden (22%) of anderen (22%) met een namaakproduct of bij een onveilig of gevaarlijk product (22%). Een soortgelijk percentage zei dat een beter begrip van de negatieve gevolgen voor het milieu (19%) of de samenleving (17%) hen ertoe zou bewegen te stoppen.

Van de respondenten die *niet zeker* wisten of zij in de afgelopen 12 maanden namaakgoederen hadden gekocht, zeiden drie op de vijf (60%) dat zij echte goederen niet van namaakgoederen konden onderscheiden; 39% zei dat het hen eenvoudigweg onverschillig liet of een product echt of namaak was.

Ongeveer een kwart (26%) van alle enquêterespondenten zei niet te weten of zij in de afgelopen 12 maanden een namaakproduct hadden gekocht. Van deze groep gaf een meerderheid (60%) verder aan echte goederen niet van namaakgoederen te kunnen onderscheiden, terwijl 39% verklaarde het eenvoudigweg niet belangrijk te vinden of een product echt of namaak was. Het laatste percentage was 8 procentpunten hoger dan in 2019; dit kan weer duiden op een groeiende maatschappelijke aanvaarding van het kopen van namaakgoederen.

COMMUNICATIE

Berichten over persoonlijke veiligheid (bv. over het vermijden van computervirussen, malware en creditcardfraude) zijn nog steeds het meest overtuigend voor jongeren, wanneer wordt gekeken naar wat hen ervan zou kunnen weerhouden om toegang te willen tot content uit illegale bron en namaakgoederen te kopen. In het specifieke geval van namaakgoederen leken berichten over de negatieve gevolgen voor de samenleving of het milieu eveneens weerklank te vinden bij bepaalde groepen jongeren.

Berichten die respondenten waarschijnlijk ertoe zouden aanzetten om goed na te denken alvorens content uit een illegale bron te gebruiken, af te spelen, te downloaden of te streamen, hadden betrekking op het risico dat hun computer of apparaat besmet zou worden met virussen of malware (53%), het risico dat hun creditcardgegevens zouden worden gestolen (49%) of de mogelijkheid dat ze zouden worden gestraft (36%). Berichten die jongeren

waarschijnlijk ervan zouden weerhouden om namaakgoederen te kopen, hadden eveneens betrekking op het risico dat hun creditcardgegevens zouden worden gestolen (43%), gevolgd door het ontbreken van garanties bij namaakgoederen (34%), het risico op computervirussen/malware (34%) en de mogelijkheid van negatieve gevolgen voor de gezondheid (31%). Bij bepaalde groepen respondenten die namaakgoederen hadden gekocht – vooral de hoogopgeleiden – leken berichten over de negatieve gevolgen voor de samenleving of het milieu eveneens enige weerklank te vinden (en deze redenen waren gelijkaardig aan de redenen die andere respondenten opgaven voor het *niet* kopen van namaakgoederen).