

**SPERRFRIST BIS 8. JUNI 2022**

PRESSEMITTEILUNG

8. Juni 2022

## **Junge Österreicher kaufen mehr gefälschte Produkte und greifen nach wie vor auf raubkopierte Inhalte zu**

- Mehr als die Hälfte (52 %) der befragten Bürgerinnen und Bürger der EU im Alter von 15 bis 24 Jahren gab an, im letzten Jahr absichtlich oder zufällig mindestens ein gefälschtes Produkt online gekauft zu haben, und ein Drittel (33 %) gab an, digitale Inhalte aus illegalen Quellen abgerufen zu haben.
- Von denjenigen, die es absichtlich taten, kauften 37 % ein nachgeahmtes Produkt und 21 % nutzten, spielten oder streamten Inhalte aus illegalen Quellen oder luden diese herunter.
- Auch in Österreich kauften 37 % der jungen Menschen absichtlich gefälschte Waren und 18 % griffen absichtlich 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 Österreich liegt dieser Anteil bei 63 % der jungen Menschen.
- Der Preis und die Verfügbarkeit sind nach wie vor die wichtigsten Faktoren für den Kauf nachgeahmter Waren und für Raubkopien, aber auch der Einfluss von Gleichaltrigen und der Gesellschaft gewinnt zunehmend an Bedeutung.
- Cyberbedrohungen, Cyberbetrug und die Auswirkungen auf die Umwelt 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 die beiden Seiten der Rechtsverletzungen des geistigen Eigentums – der Trend zum Kauf gefälschter Waren und zum Zugriff auf raubkopierte Inhalte – bei jungen Menschen untersucht, wobei die Trends seit 2016 bewertet werden.

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



## Kauf gefälschter Waren

Vor dem Hintergrund der Zeit nach der Pandemie bestätigte die neue Erhebung, dass **37 % der jungen Menschen** ein oder mehrere nachgeahmte Produkte **absichtlich** gekauft haben. Dies ist ein deutlicher Anstieg gegenüber den vorherigen Ergebnissen (14 % im Jahr 2019). Die Zahlen unterscheiden sich vor allem nach Ländern, wobei der höchste Anteil in Griechenland (62 %) und der niedrigste in Tschechien (24 %) zu verzeichnen ist.

Bei den gefälschten Produkten, die junge Menschen am häufigsten absichtlich kaufen, handelt es sich um **Kleidung und Accessoires** (17 %), gefolgt von **Schuhen** (14 %) **elektronischen Geräten** (13 %) und **Hygiene, Kosmetika, Körperpflegeprodukte und Parfums** (12 %).

Junge Menschen werden jedoch auch durch Täuschung dazu verleitet, nachgeahmte Waren zu kaufen: Der unbeabsichtigte Kauf gefälschter Produkte beläuft sich ebenfalls auf 37 %<sup>(1)</sup>, und die Befragten räumten ein, **dass es schwierig ist, echte von nachgeahmten Waren zu unterscheiden**. 48 % hatten solche Produkte nicht gekauft, oder sie waren unsicher, ob sie es getan hatten oder nicht.

## Online-Piraterie

Was digitale Inhalte betrifft, so gewinnt der Zugang aus legalen 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 diesen Trend bestätigt.

Dennoch bleibt die vorsätzliche Piraterie im Internet 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 Täuschung dazu verleitet, auf raubkopierte Inhalte zuzugreifen. 12 % griffen versehentlich auf raubkopierte Inhalte zu, und 7 % wissen nicht, ob sie das getan haben. Die Hauptart der raubkopierten Inhalte waren **Filme** (61 %) und **Fernsehserien** (52 %), gefolgt von **Musik** (36 %), wobei hauptsächlich spezielle Websites, Apps und Social-Media-Kanäle genutzt wurden.

Angesichts der neuen Ergebnisse erklärte der Exekutivdirektor des EUIPO, **Christian Archambeau**:

*Diese dritte Ausgabe des Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum, die während des [Europäischen Jahres der Jugend](#) veröffentlicht wurde, bestätigt die in 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*

---

<sup>(1)</sup> Die Zahlen für 2022 summieren sich nicht auf 100 %, da die Befragten in jeder Produktkategorie zu irgendeinem Zeitpunkt in den letzten 12 Monaten sowohl absichtlich als auch unabsichtlich eine Nachahmung erworben haben können.

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

## **Die wichtigsten Faktoren für den Kauf von gefälschten Produkten und den Zugriff auf raubkodierte Inhalte**

Zwar sind der **Preis und die Verfügbarkeit** nach wie vor die Hauptgründe für den absichtlichen Kauf nachgeahmter Produkte und für den absichtlichen Zugriff auf raubkodierte Inhalte, doch gewinnen **soziale Einflüsse** wie das Verhalten von Familienangehörigen, Freunden oder Personen, die sie kennen, zunehmend an Bedeutung.

Weitere Faktoren sind die Gleichgültigkeit gegenüber der Frage, ob es sich bei dem Produkt um eine Nachahmung handelt (bzw. ob die Quelle des Inhalts illegal war), dass kein Unterschied zwischen Original und gefälschten Produkten erkennbar ist und dass es einfach ist, nachgeahmte Produkte online zu finden oder zu bestellen. Jeder zehnte Befragte erwähnte Empfehlungen von Influencern oder Prominenten.

## **Was lässt junge Menschen zurückschrecken?**

Sowohl für Produkte als auch für digitale Inhalte nannten junge Menschen persönliche **Risiken von Cyberbetrug** und **Cyberbedrohungen** als wichtige Faktoren, die ihr Verhalten einschränken würden. Auch ein besseres Verständnis der **negativen Auswirkungen auf die Umwelt** oder **auf die Gesellschaft** wird nun von den befragten jungen Menschen häufiger erwähnt.

## **HINWEIS FÜR DIE REDAKTION**

Diese Studie aus dem Jahr 2022 knüpft an die erste und zweite Ausgabe des [Jugendbarometers zum Thema geistiges Eigentum](#) an, die 2016 und 2019 veröffentlicht wurden. Ziel der Studie ist es, die Wahrnehmungen und Verhaltensweisen junger Menschen in Bezug auf geistiges Eigentum beim Zugriff auf digitale Inhalte oder beim Kauf materieller Güter zu verstehen. Die quantitative Analyse für 2022 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. Das Jugendbarometer 2022 befasst sich mit quantitativen und qualitativen Erkenntnissen über die Einstellungen und Verhaltensweisen junger Verbraucher und bewertet Trends seit der letzten Studie im Jahr 2019. Darüber hinaus werden neue Bereiche beleuchtet, um Interessensträgern und politischen Entscheidungsträgern dabei zu helfen, politische Entwicklungen anzupassen und einschlägige Sensibilisierungsinitiativen zu entwickeln.

## 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 besteht in diesem Jahr seit zehn Jahren.

### Medienkontakt

#### Dienststelle Kommunikation des EUIPO

Tel.: +34 653674113

[press@euipo.europa.eu](mailto:press@euipo.europa.eu)

### Medienkontakt Österreich

#### communications Consulting & Services

Teresa Lackner

Tel.: +43 (0)1 315 14 11 49

[teresa.lackner@communications.co.at](mailto:teresa.lackner@communications.co.at)

Servitengasse 6/8, 1090 Wien

### Datenschutzhinweis

*Wir wenden uns im Zusammenhang mit der Kommunikationskampagne der Studie „Intellectual Property and Youth Scoreboard“ an Sie, die für das EUIPO durchgeführt wird. Wir denken, dass Sie diese Pressemitteilung in Anbetracht Ihres Tätigkeitsfeldes interessieren könnte. Ihre beruflichen Kontaktdaten werden von ICF Next und unseren lokalen PR-Partnern für Kommunikations- und Kontaktmanagementzwecke innerhalb der Europäischen Union verarbeitet. Sollten Sie im Rahmen der Kampagne in Zukunft keine Zusendungen mehr wünschen (oder diese irrtümlich erhalten haben, was wir zu entschuldigen ersuchen), ist eine Abmeldung jederzeit möglich. Dazu bitte eine formlose E-Mail mit dem Betreff "ABMELDEN" an [teresa.lackner@communications.co.at](mailto:teresa.lackner@communications.co.at) senden, danke!*

