

BRENNER-STUDIE 2008

ERSTELLT FÜR: BUNDESVERBAND MUSIKINDUSTRIE E.V.

Downloads

1 : 10
legaler illegale

DOWNLOAD



Agenda

- 1 Stichprobe/ Methodik
- 2 Hardware-Ausstattung
- 3 Brennen von Inhalten
- 4 Brennen von Musik
- 5 Download von Musik
- 6 Intelligente Aufnahmesoftware
- 7 Speichern von Musik
- 8 Das Urheberrechtsgesetz

1 Stichprobe/ Methodik

Stichprobe und Methodik der Untersuchung

4

Zielsetzung

- Ermittlung der aktuellen Hardware-Bestände von CD-Brennern, DVD Brennern, MP3 Playern und Handys mit MP3 Player
- Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf digitales Kopieren/ Aufnehmen von Musik
- Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf das Downloaden von Musik aus dem Internet
- Analyse des Nutzungsverhaltens im Bezug auf Speichern von Musik

Methode

Befragung innerhalb von GfK Media*Scope

Stichprobe

10.000 Personen, repräsentativ für 64 Mio. Deutsche ab 10 Jahren

Erhebung

Januar 2008

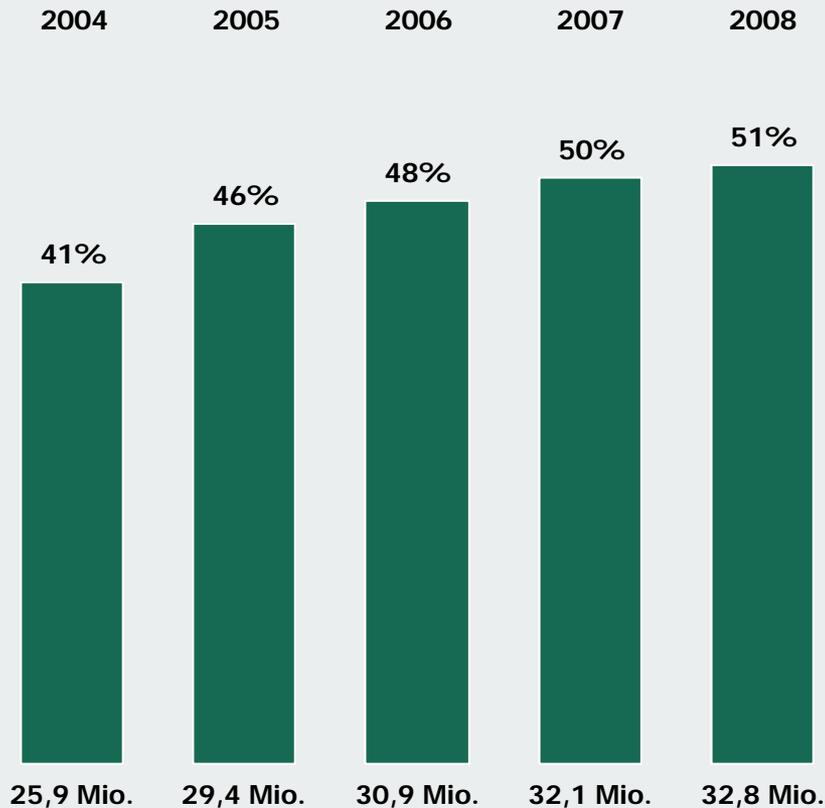
2 Hardware-Ausstattung

Hardware-Kennzahlen: CD-/ DVD-Brenner

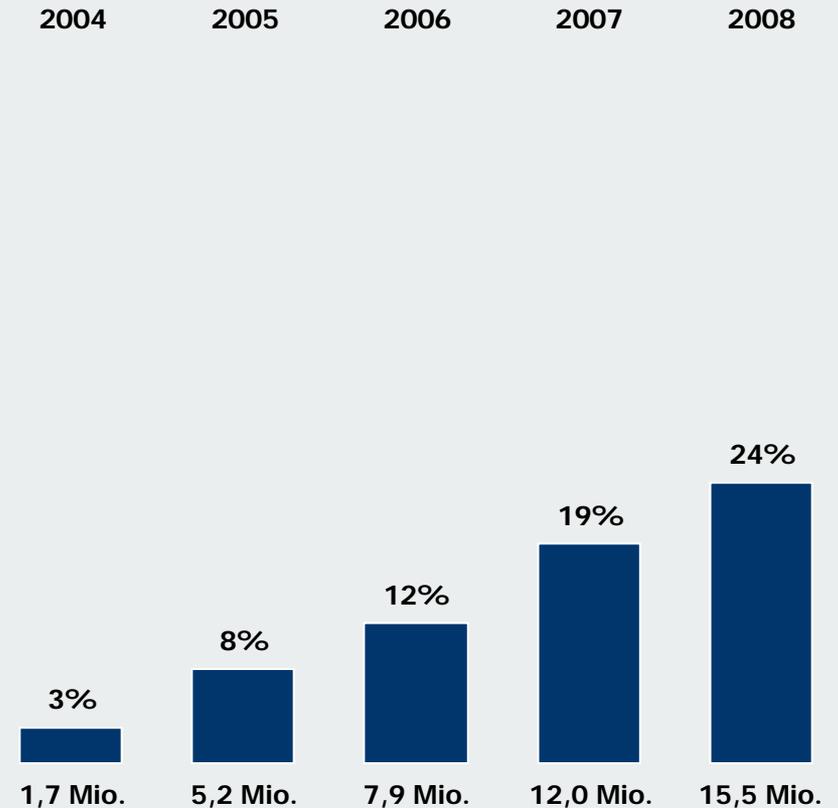
Frage: Besitzen Sie oder andere Personen in Ihrem Haushalt eines dieser Geräte?

6

CD-Brenner



DVD-Brenner

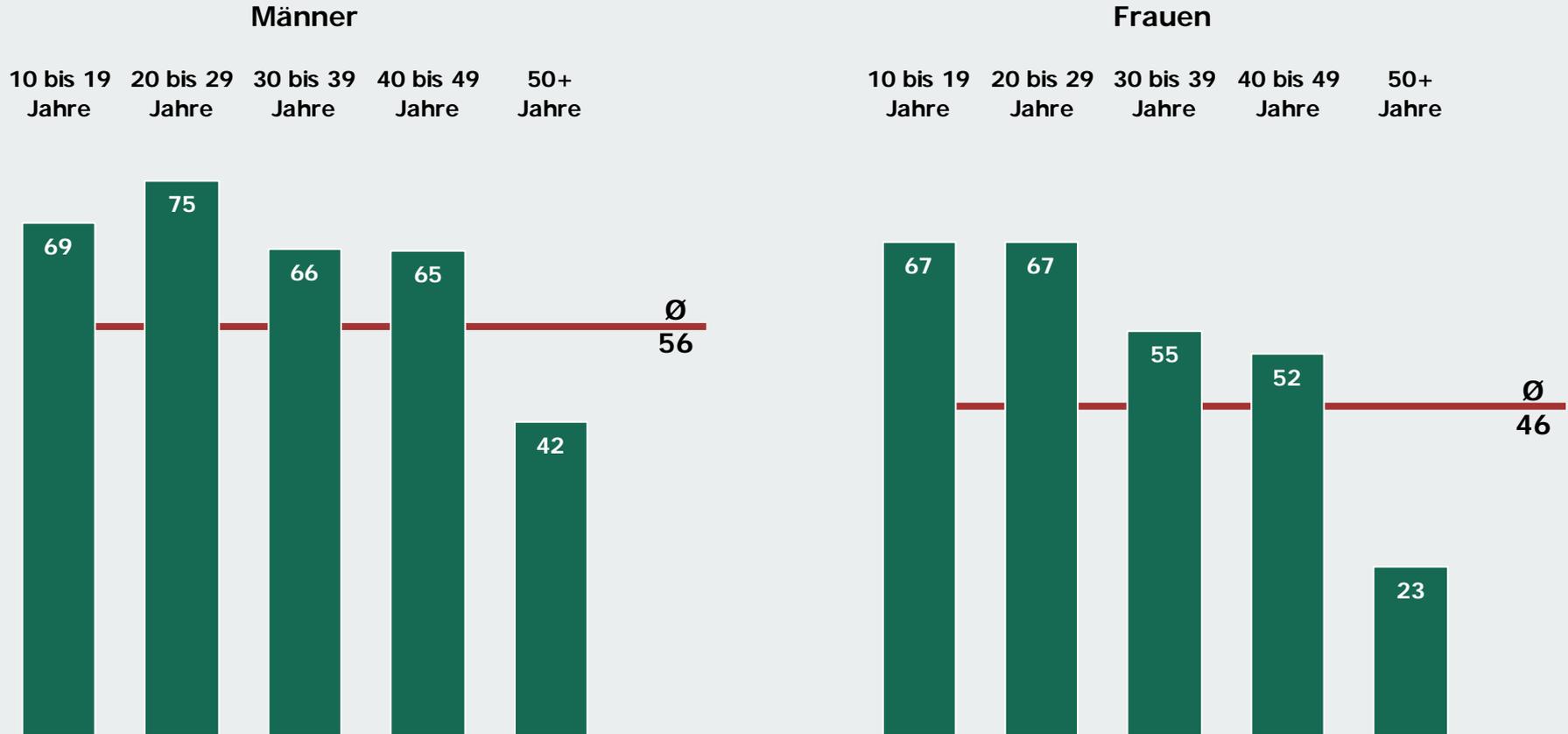


Zugriffsmöglichkeit im Haushalt
 Stand: Januar des jeweiligen Jahres
 Basis 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
 © GfK Panel Services Deutschland



Hardware-Kennzahlen: CD-Brenner im HH vorhanden, Personen in %

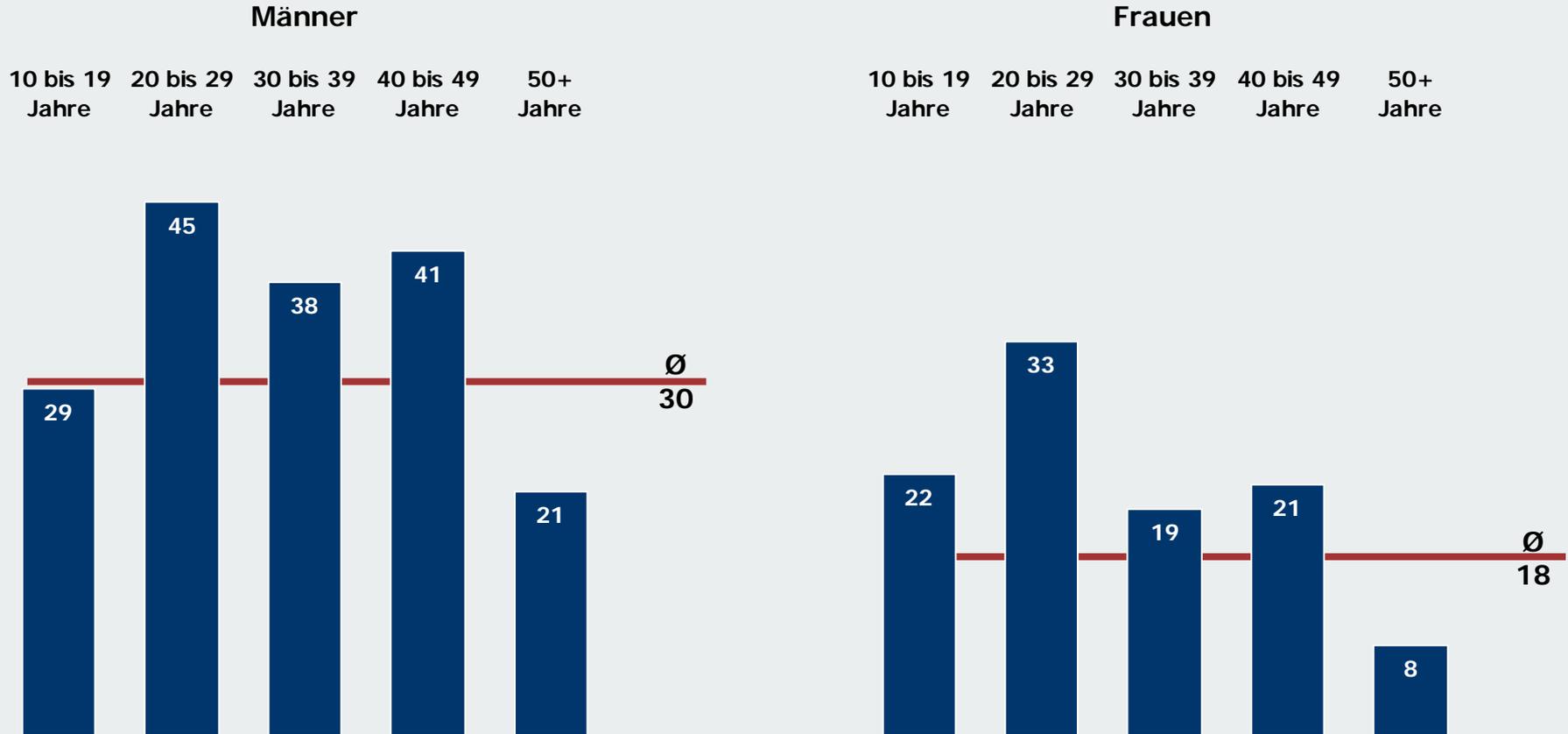
7



Hardware-Kennzahlen: DVD-Brenner

im HH vorhanden, Personen in %

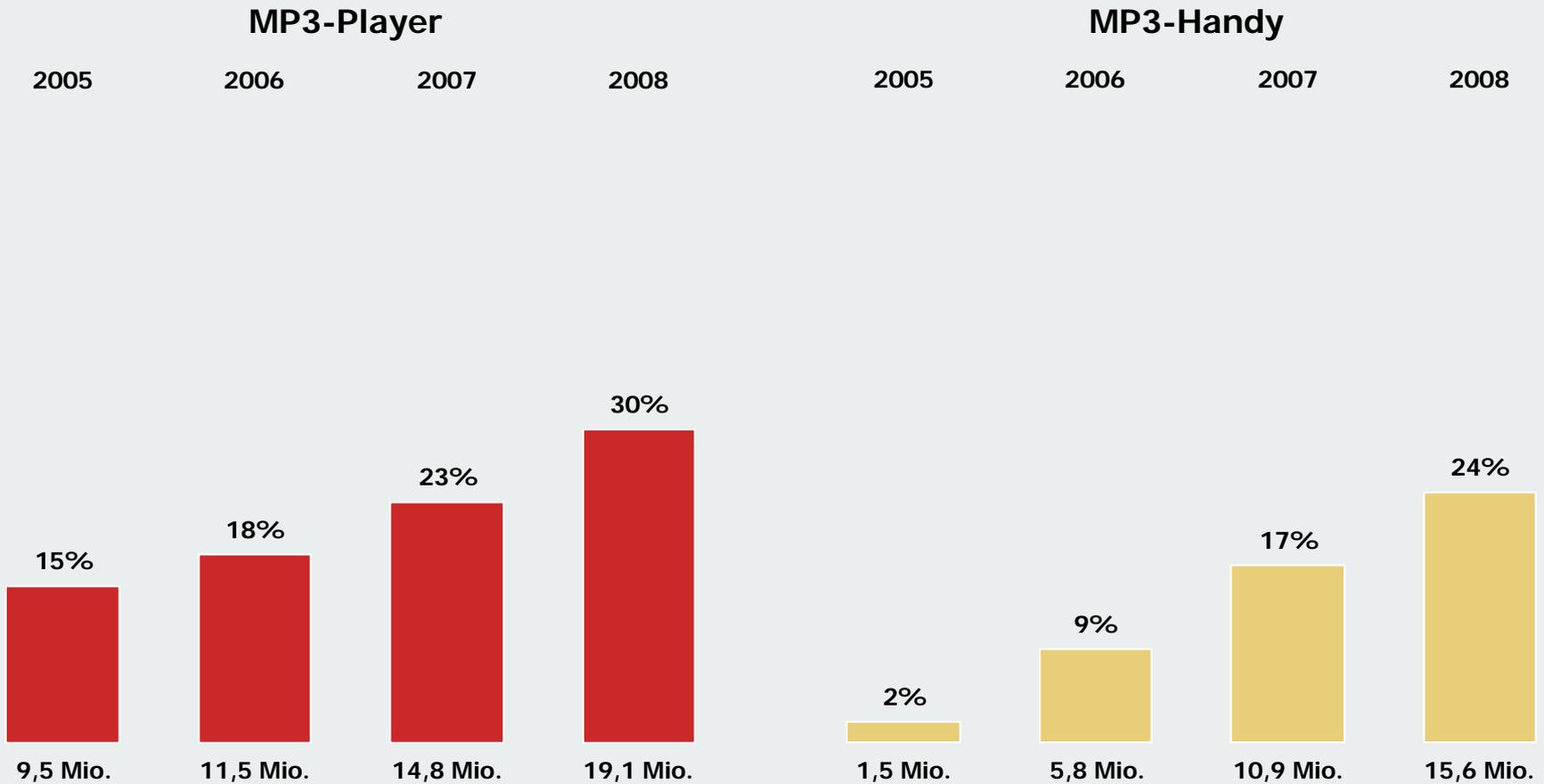
8



Hardware-Kennzahlen: MP3-Player/ -Handy

Frage: Besitzen Sie persönlich eines dieser Geräte?

9



Persönlicher Besitz

Stand: Januar des jeweiligen Jahres

Basis 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

© GfK Panel Services Deutschland

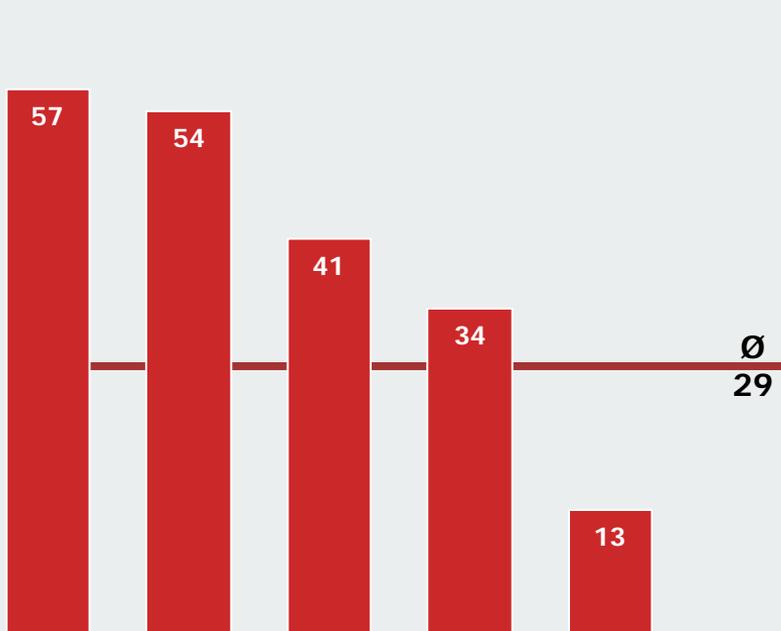
Hardware-Kennzahlen: MP3-Player

Persönlicher Besitz, Personen in %

10

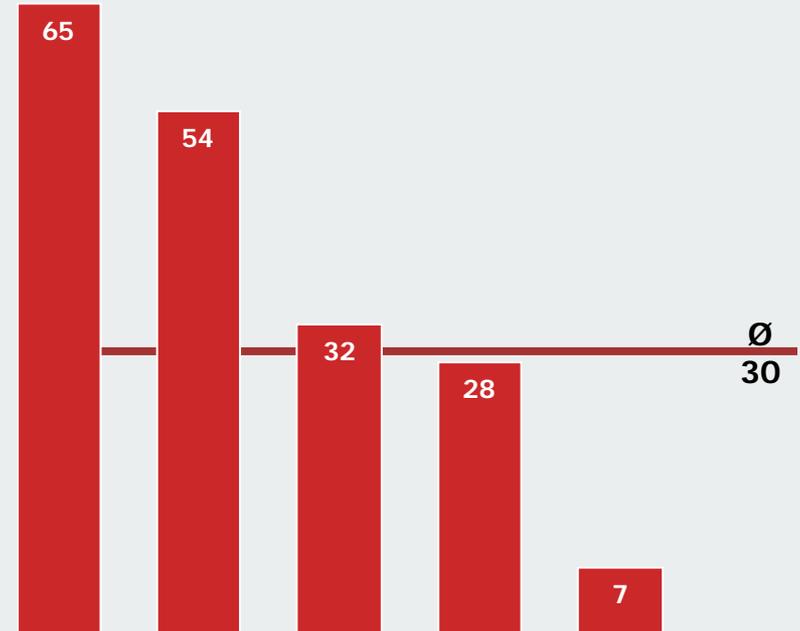
Männer

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



Frauen

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



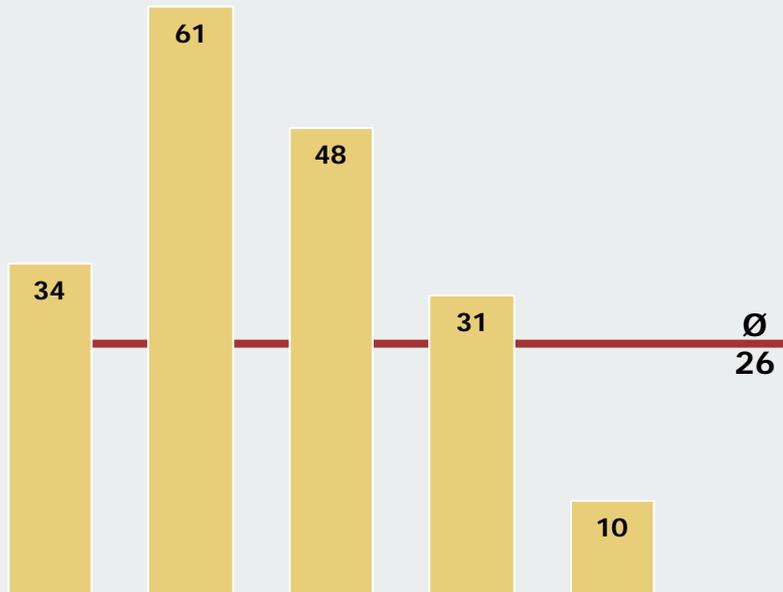
Hardware-Kennzahlen: MP3-Handy

Persönlicher Besitz, Personen in %

11

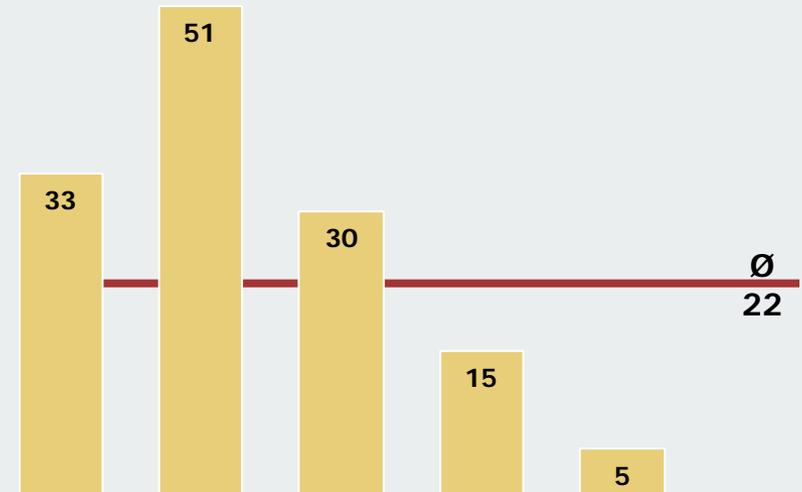
Männer

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



Frauen

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



Summary „Hardware“

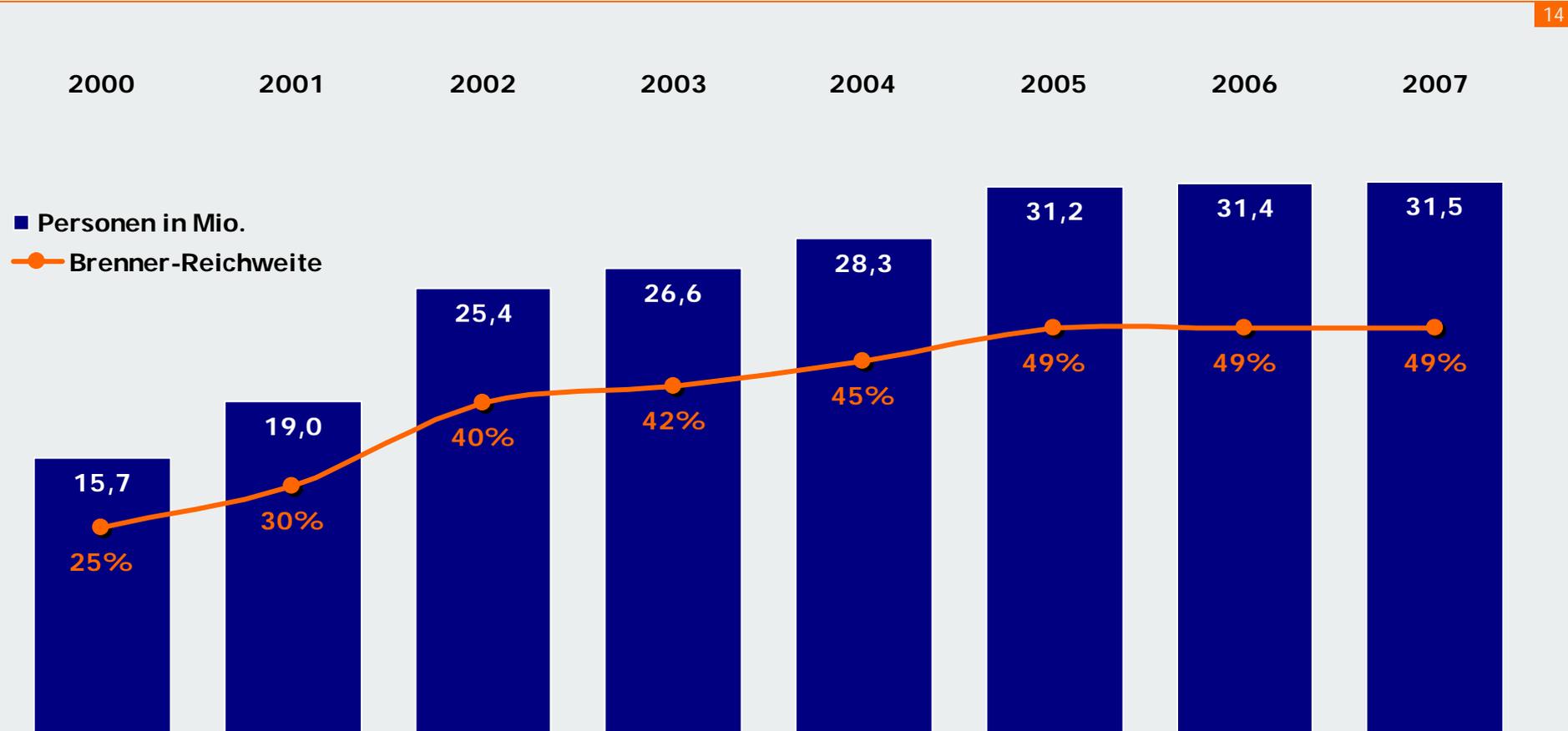
12

- Die Hardware-Ausstattung mit Geräten zum Brennen von Inhalten steigt weiter an. Während bei CD-Brennern eine Sättigung erreicht zu sein scheint (Zugriffsmöglichkeit im Haushalt steigt nur noch leicht von 50% auf 51% = 32,8 Mio. Deutsche ab 10 Jahre) steigt die Saturation von DVD-Brennern von 19% auf 24% (= 15,5 Mio. Deutsche ab 10 Jahre) und erreicht somit inzwischen fast die Hälfte des CD-Brenner-Wertes.
- Portable Speichermedien gewinnen stetig an Beliebtheit. Der Besitz von MP3-Playern hat sich seit 2005 mehr als verdoppelt. Besaßen 2005 9,5 Mio. Personen einen MP3-Player, waren es 2008 19,1 Mio..
- Noch stärker ist die Penetration von MP3-Handys gestiegen, von 2% in Deutschland im Jahr 2005 auf 25% im Jahr 2008. Jeder vierte Deutsche (ab 10 Jahre) besitzt inzwischen ein MP3-Handy.
- Während die Verbreitung von MP3-Playern bei der jüngsten Alterstruppe (10-19 Jahre) am höchsten ist, sind es doch vor allem die 20-29 Jährigen, die ein MP3-Handy besitzen.
- 65% aller jungen Frauen (10-19 Jahre) und 57% aller jungen Männer besitzen einen MP3-Player.
- MP3-Handys hingegen sind bei Männern beliebter: Über alle Altersgruppen hinweg besitzen im Schnitt etwa 26% der Männer und 22% der Frauen ein MP3-Handy.

3 Brennen von Inhalten

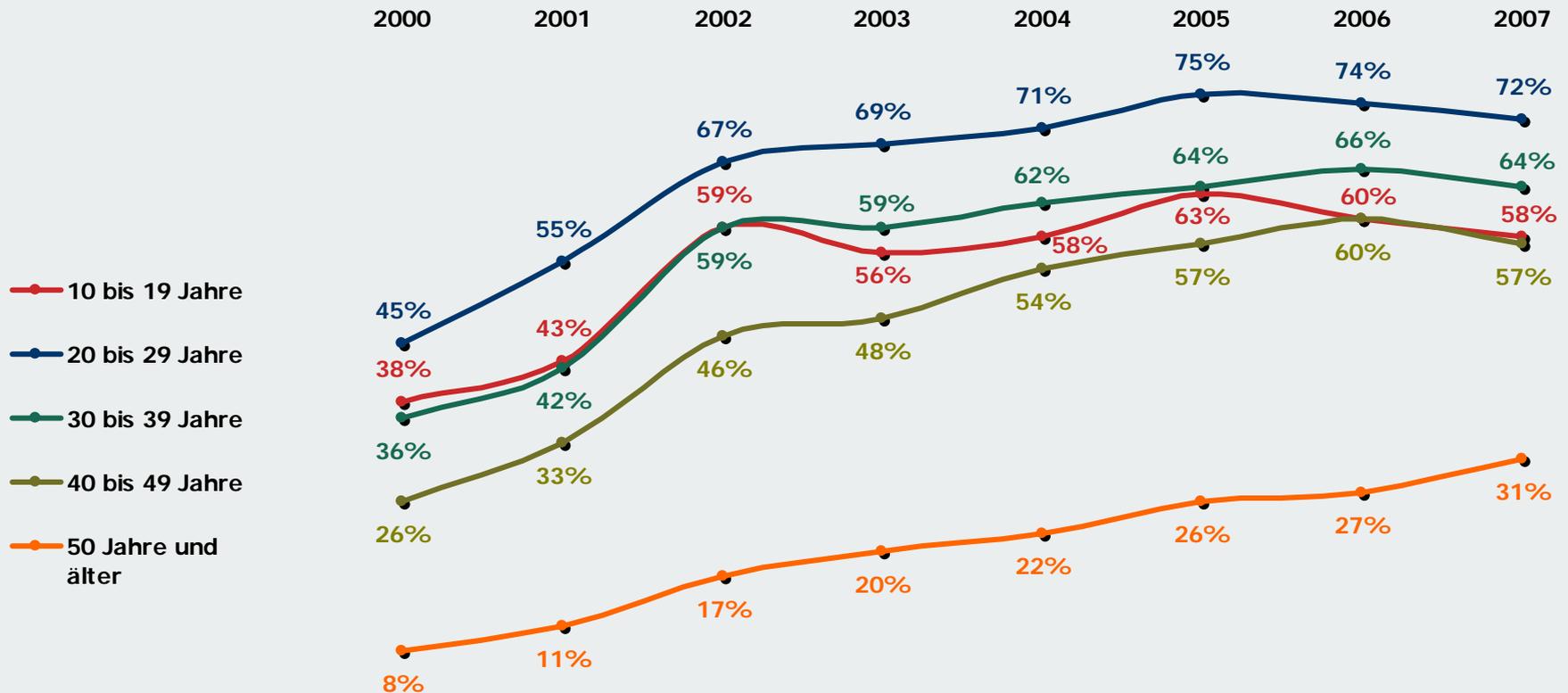
Entwicklung der Brenner-Reichweite (alle Inhalte)

Wurden CD-/ DVD-Rohlinge mit Inhalten (Musik, Film, Spiele etc.) bespielt (gebrannt)?

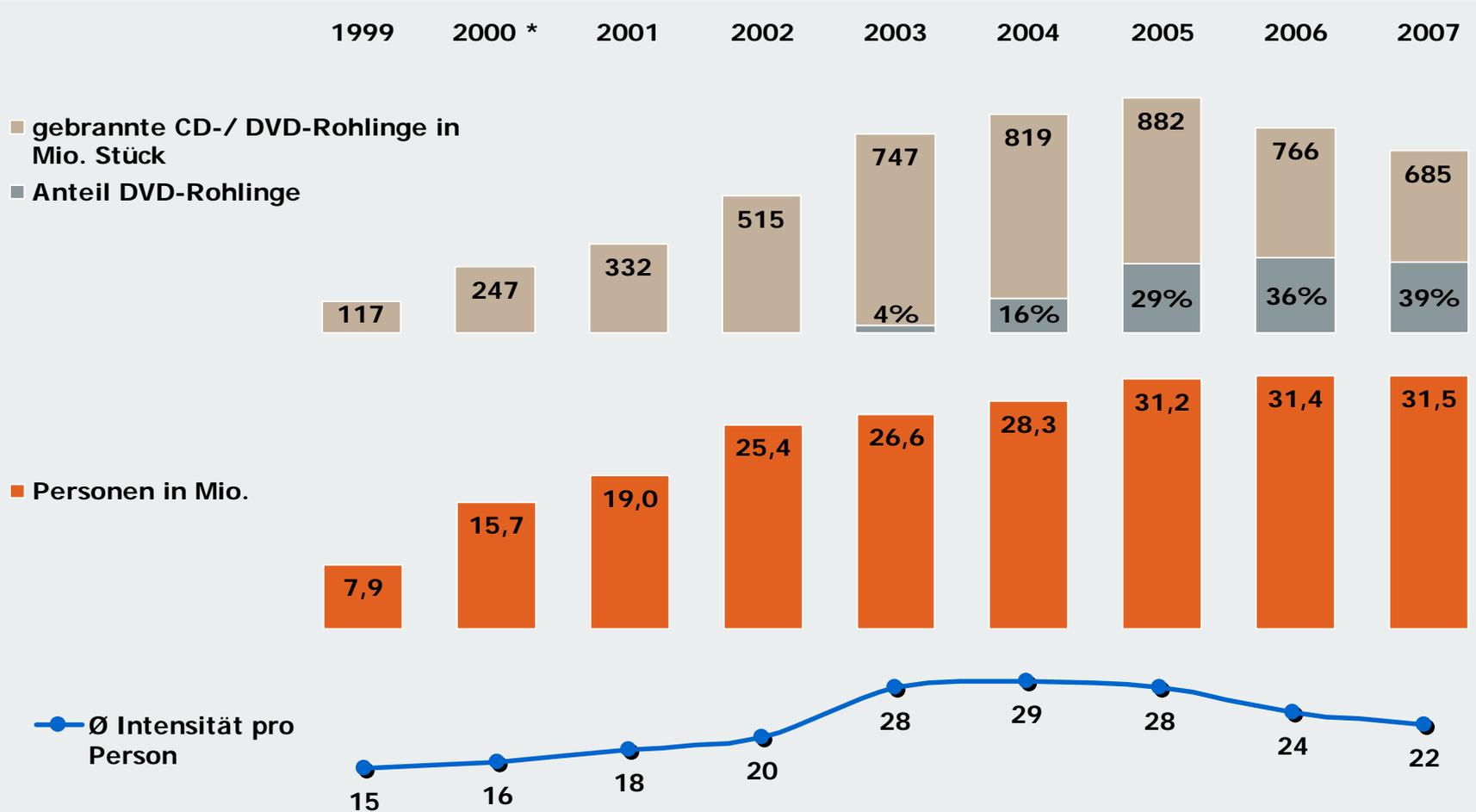


Entwicklung der Brenner-Reichweite (alle Inhalte) nach Altersgruppen

15



Kennzahlen: Bespielte CD-/ DVD-Rohlinge (alle Inhalte)



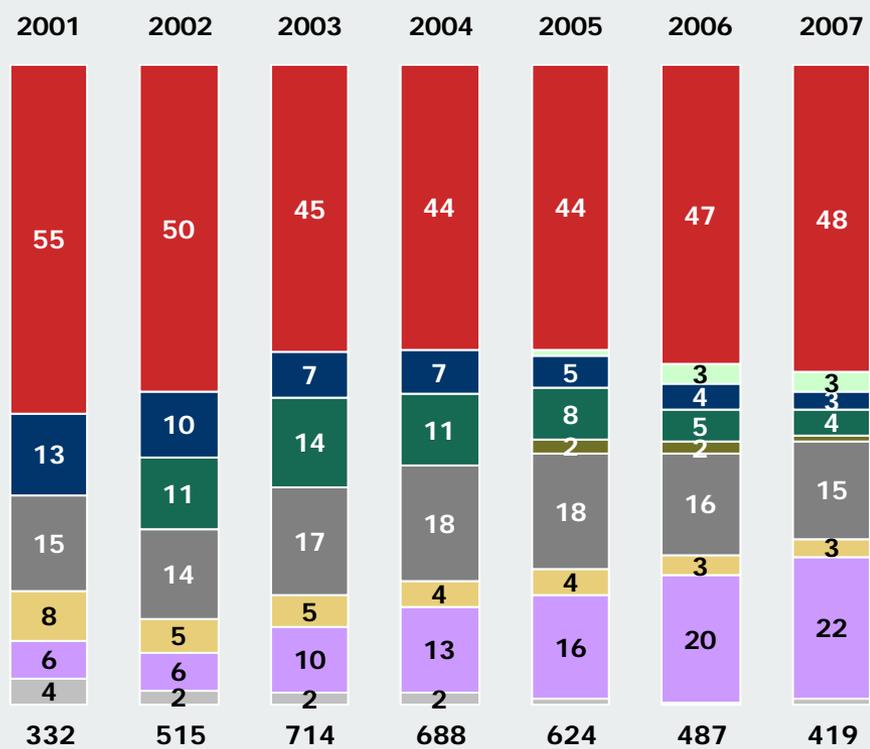
* 04/2000 – 03/2001

Basis 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

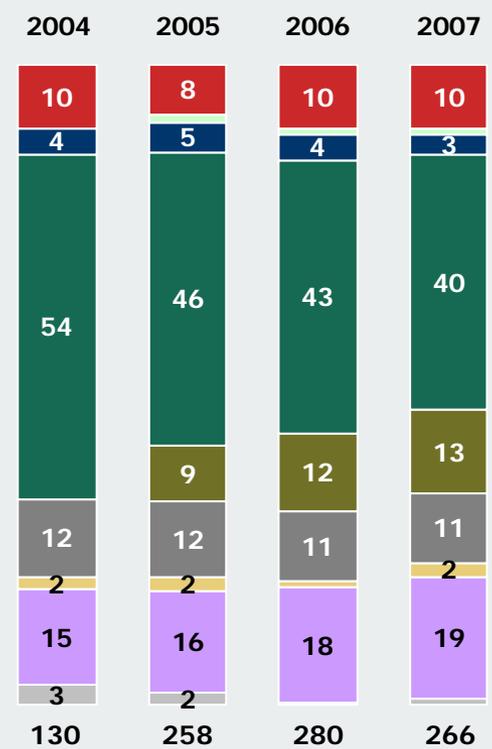
© GfK Panel Services Deutschland

Inhalt der bespielten CD-/ DVD-Rohlinge

CD-Rohlinge



DVD-Rohlinge



- Musik/ Musikvideos
- Hörbücher/ Hörspiele *
- PC-/ Konsolenspiele
- Spielfilme/ Kinofilme
- Fernseh-/ TV-Serien *
- Daten
- Anwendersoftware
- Fotos/ Videos
- sonstige Inhalte

Basis in Mio. Stück

Basis: Menge in %

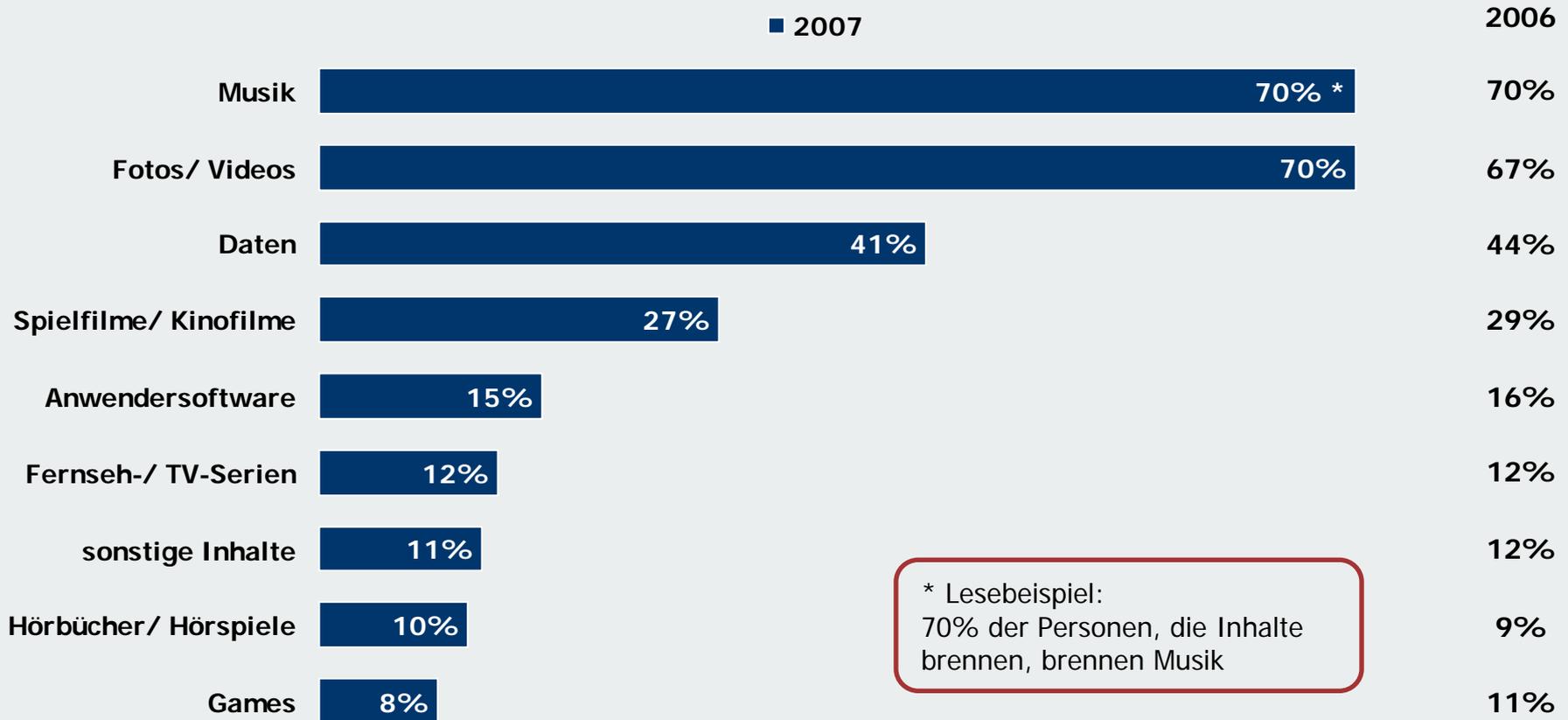
* neu ab 2005

© GfK Panel Services Deutschland



Reichweite nach gebrannten Inhalten (CD-/DVD-Rohlinge)

18



Basis: Personen in %

2007: 31,5 Mio. Personen, die Inhalte gebrannt haben

2006: 31,4 Mio. Personen, die Inhalte gebrannt haben

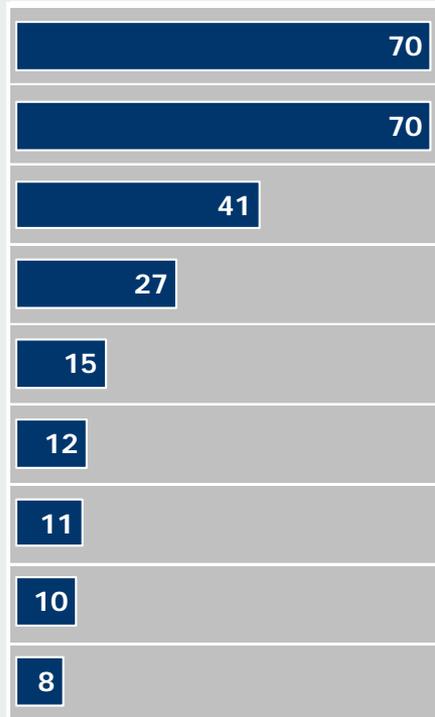
© GfK Panel Services Deutschland

Reichweite gebrannter Inhalte nach Altersgruppen (CD-/DVD-Rohlinge)

Personen in %, Jahr 2007

19

Gesamt



Musik
Fotos/ Videos
Daten
Spielfilme/ Kinofilme
Anwendersoftware
Fernseh-/ TV-Serien
sonstige Inhalte
Hörbücher/ Hörspiele
Games

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------

86	80	70	70	56
50	70	75	72	76
33	51	44	39	38
28	34	28	27	19
12	17	16	15	15
9	14	15	13	8
13	9	9	11	14
7	12	14	11	6
17	11	8	6	3

Summary „Brennen von Inhalten“

20

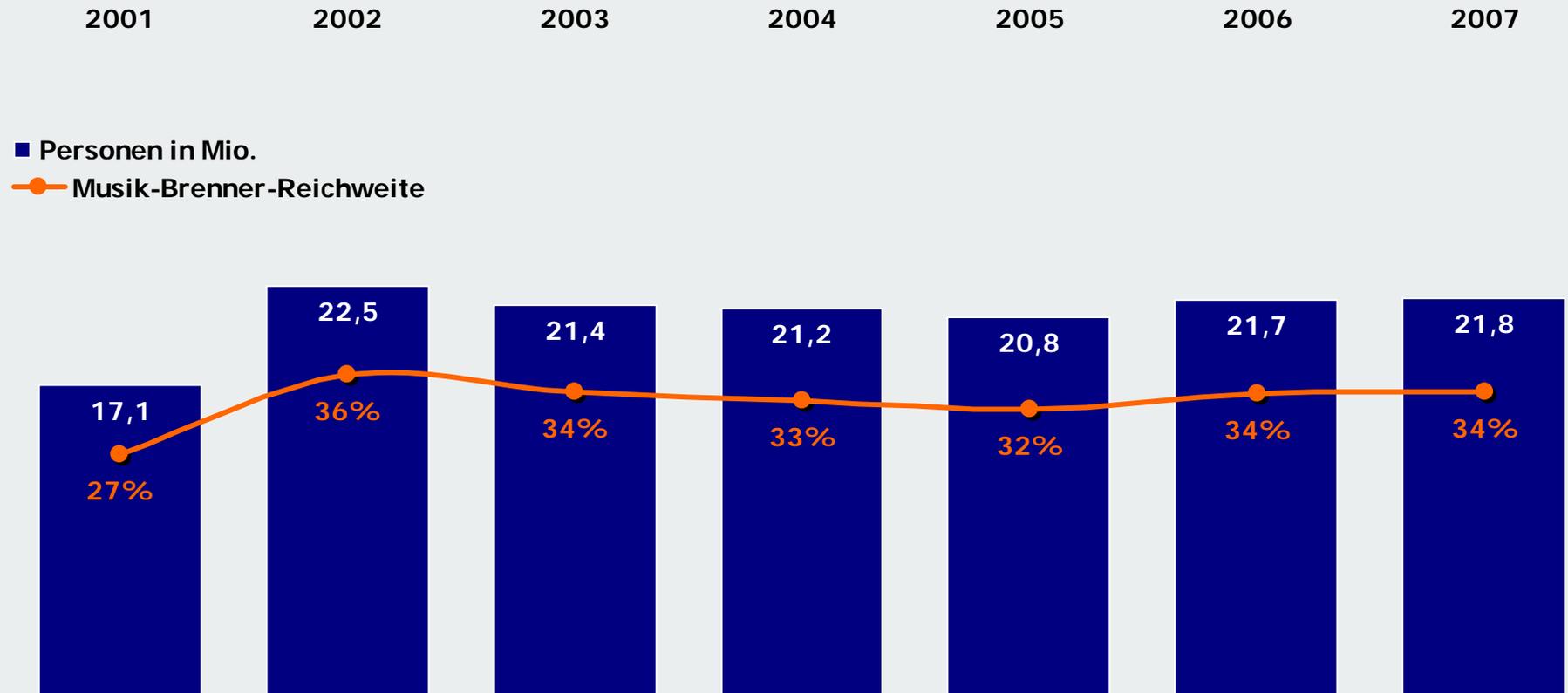
- Die Reichweite der Personen, die CDs/DVDs brennen, entspricht mit 49% (= 31,5 Mio. deutschen Konsumenten ab 10 Jahre) dem Vorjahreswert.
- Während die Reichweite bei den Altersgruppen 10-49 Jahre jeweils leicht rückläufig ist, steigt der Anteil der brennaktiven „über-50jährigen“ von 27% auf 31%.
- Die durchschnittliche Anzahl gebrannter Rohlinge sinkt von 24,4 auf 21,7, dabei ist sowohl die Anzahl gebrannter CD-Rohlinge (-14% auf 419 Mio. Stück) als auch die der DVD-Rohlinge (-5% auf 266 Mio. Stück) auf leicht rückläufig ist. Zu bedenken ist hierbei jedoch die gestiegene Speicherkapazität, zum einen durch die weiter voranschreitende Verlagerung auf DVD-Rohlinge, zum anderen durch die Nutzung neuer, in dieser Studie nicht abgefragter, Speichermedien wie USB-Sticks und Speicherkarten.
- Hauptinhalt bei CD-Rohlingen bleibt die Musik, deren Anteil von 47% auf 48% ansteigt. DVD-Rohlingen werden deutlich stärker für Filminhalte genutzt, wobei bei DVD-Rohlingen der Musikanteil mit 10% konstant bleibt. In beiden Segmenten sinkt der Anteil von PC-/Konsolenspielen, Filmen und Daten, während das Brennen von Fotos/Videos an Bedeutung gewinnt (insb. ab der Altersgruppe 20).
- Deutlich ist aber ein Anstieg der Nutzung von externen Festplatten und portablen Abspielgeräten (MP3-Player, MP3-Handy) zur Musiknutzung zu sehen (vgl. Abschnitt „Speichern von Musik“)
- Der Anteil der Musiknutzer bleibt bei den „brennaktiven Konsumenten“ mit 70% konstant, während sich das Brennen von Fotos/Videos um 3 Prozentpunkte auf ebenfalls 70% erhöht.

4 Brennen von Musik

Entwicklung der Brenner-Reichweite (Musik)

Wurden CD-/ DVD-Rohlinge mit Musik bespielt (gebrannt)?

22



Entwicklung der Brenner-Reichweite (Musik) nach Altersgruppen

23



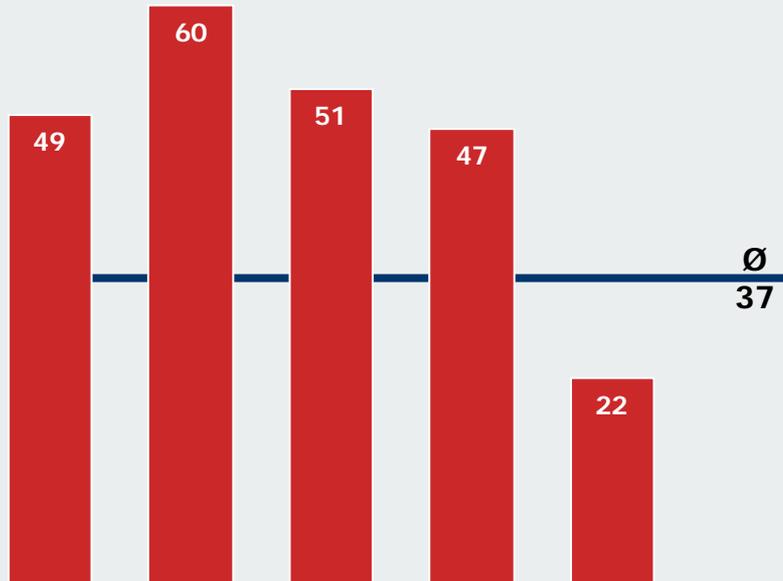
Brenner-Reichweite: Musik

Personen in %, Jahr 2007

24

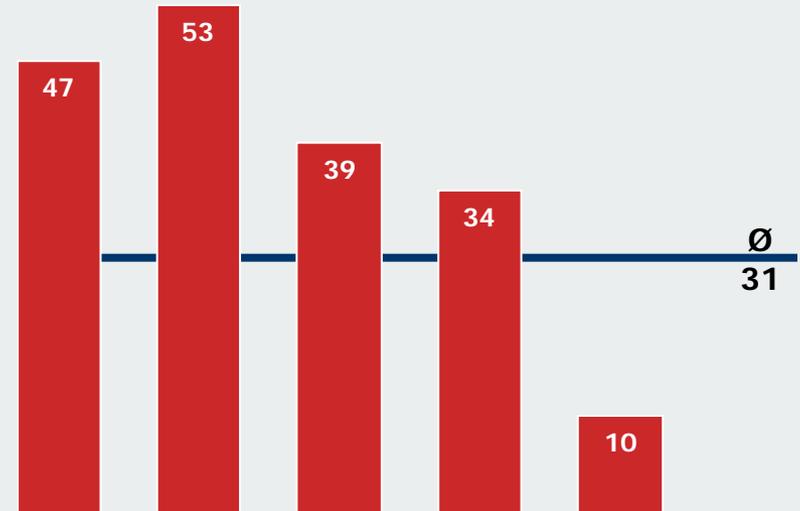
Männer

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



Frauen

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre

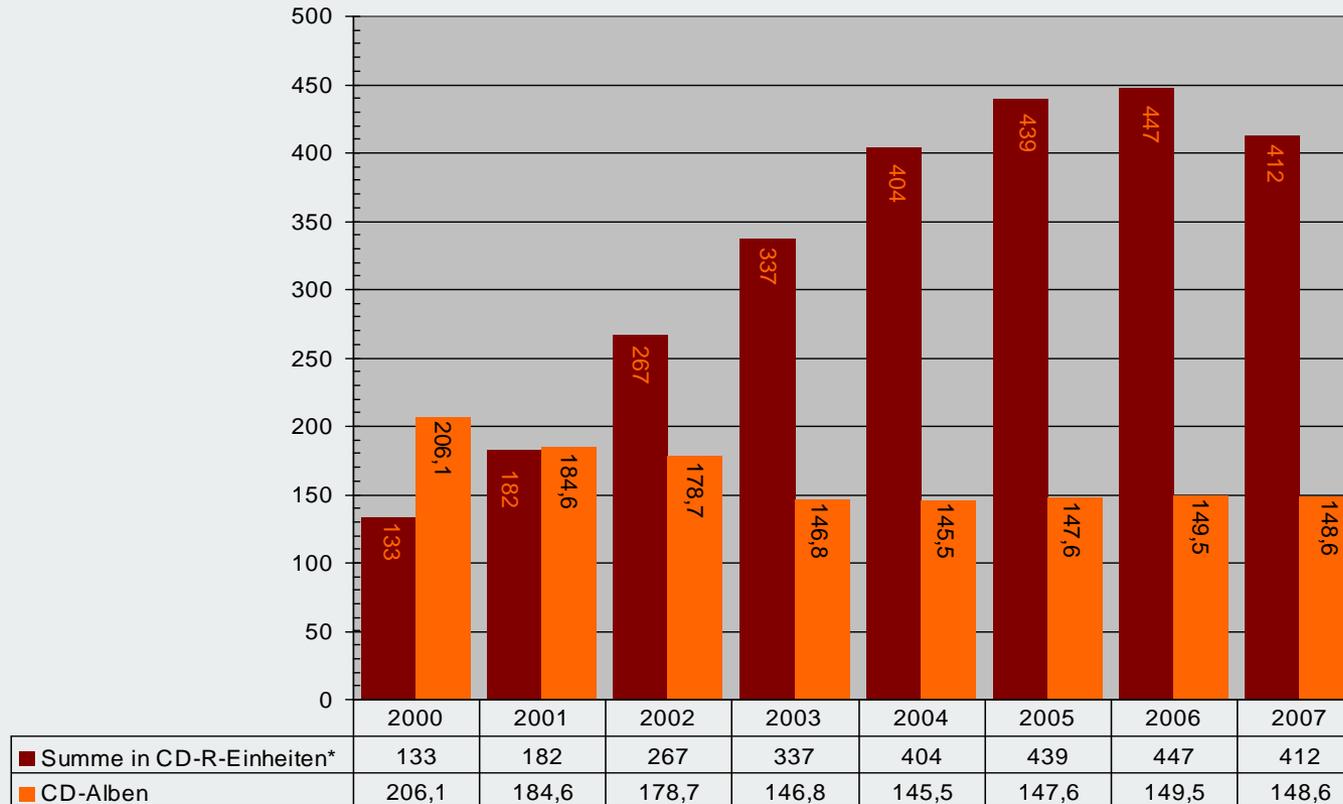


Kennzahlen: Bespielte CD-/ DVD-Rohlinge (Musik/ Musikvideos)

25

Musikkopien und verkaufte CD-Alben

Mit Musik bespielte Rohlinge und verkaufte CD-Alben (in Mio. Stück)



*Umrechnung in „CD-Einheiten“ auf Grundlage der unterschiedlichen Speicherkapazität: eine DVD entspricht 7,8 CDs

* 04/2000 – 03/2001

Basis 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

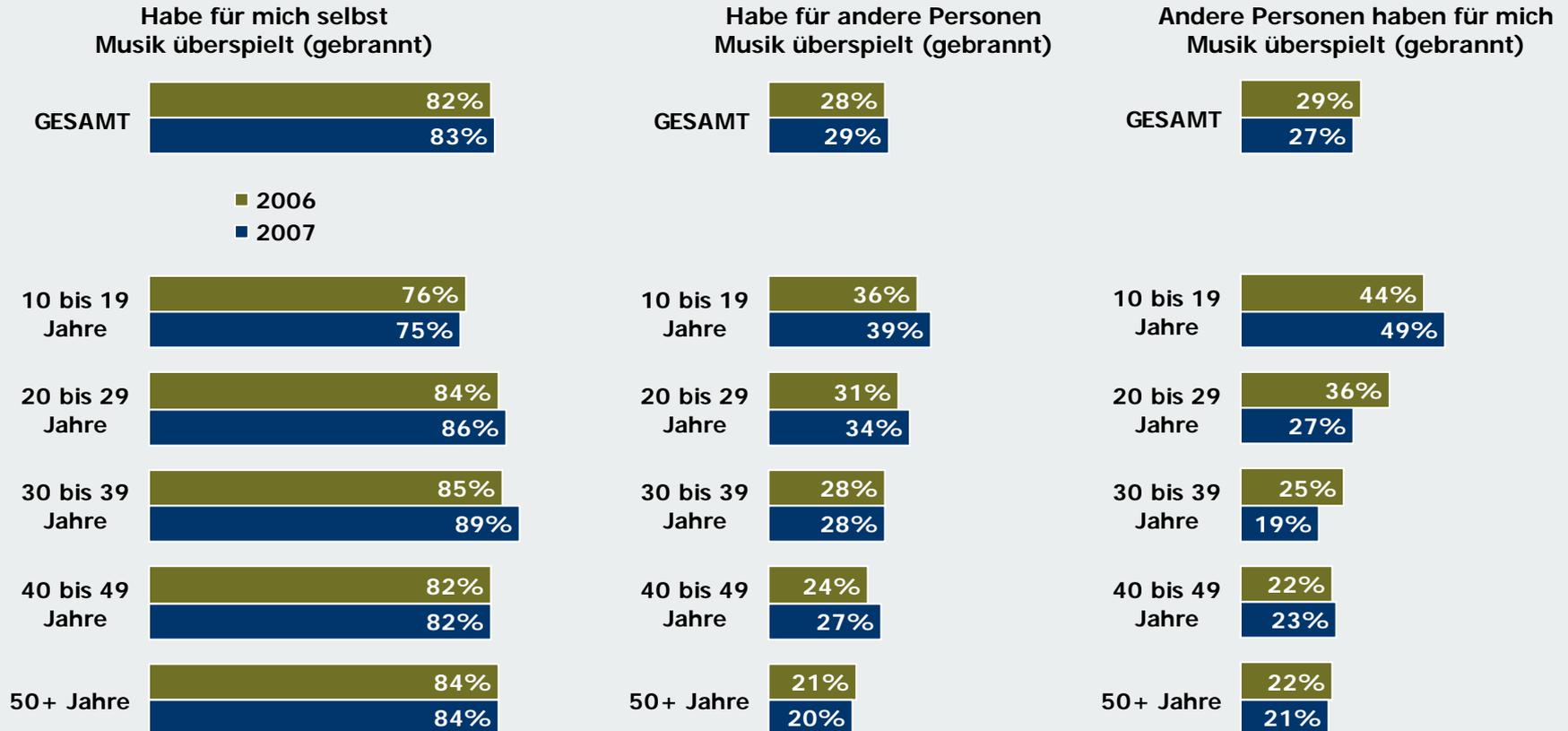
© GfK Panel Services Deutschland



Brenner-Reichweite Musik nach Altersgruppen

Für wen haben Sie Musik bespielt (gebrannt) bzw. bespielen (brennen) lassen?

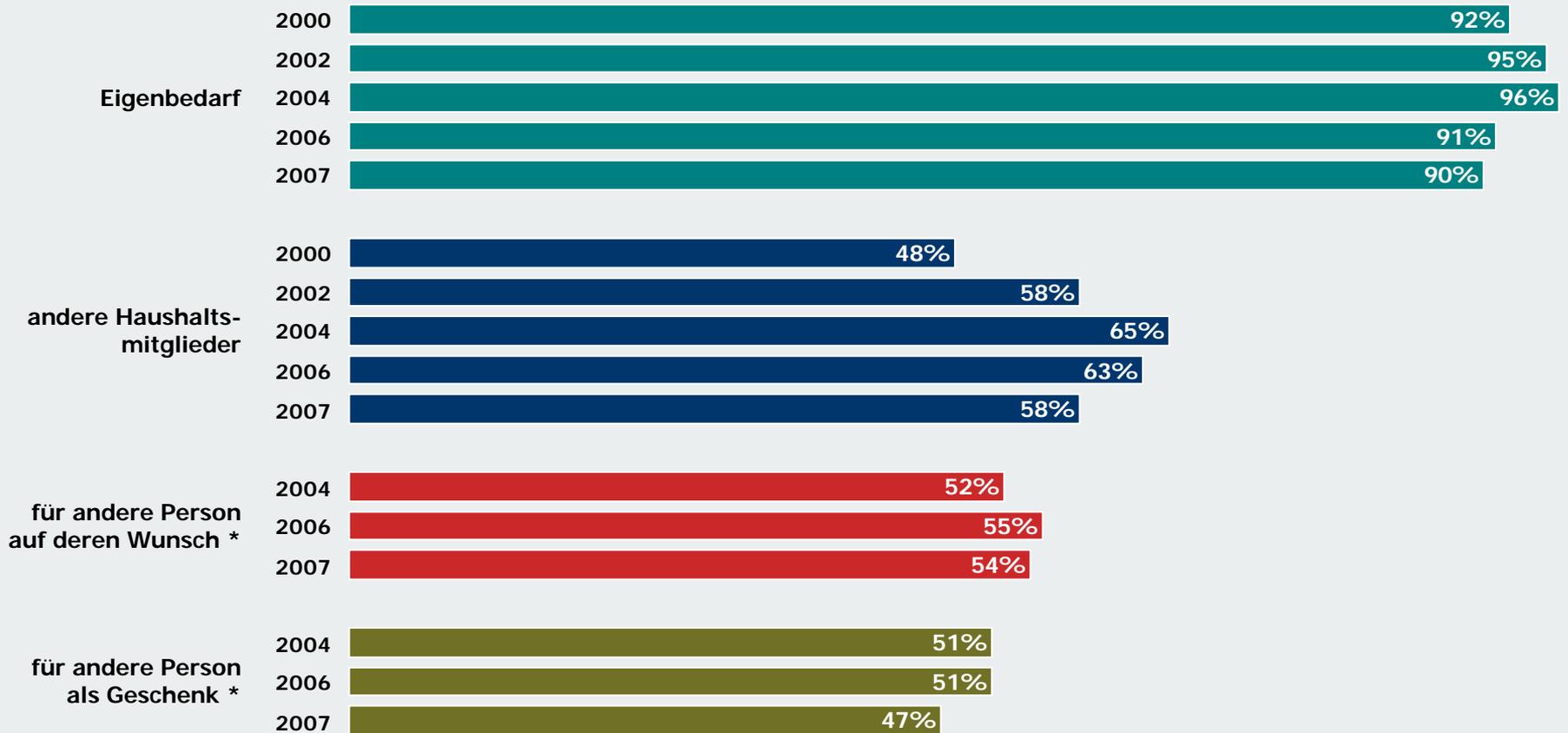
26



Empfänger gebrannter Musik

Für wen haben Sie selbst Musik bespielt (gebrannt)?

27



* erstmals 2004 abgefragt

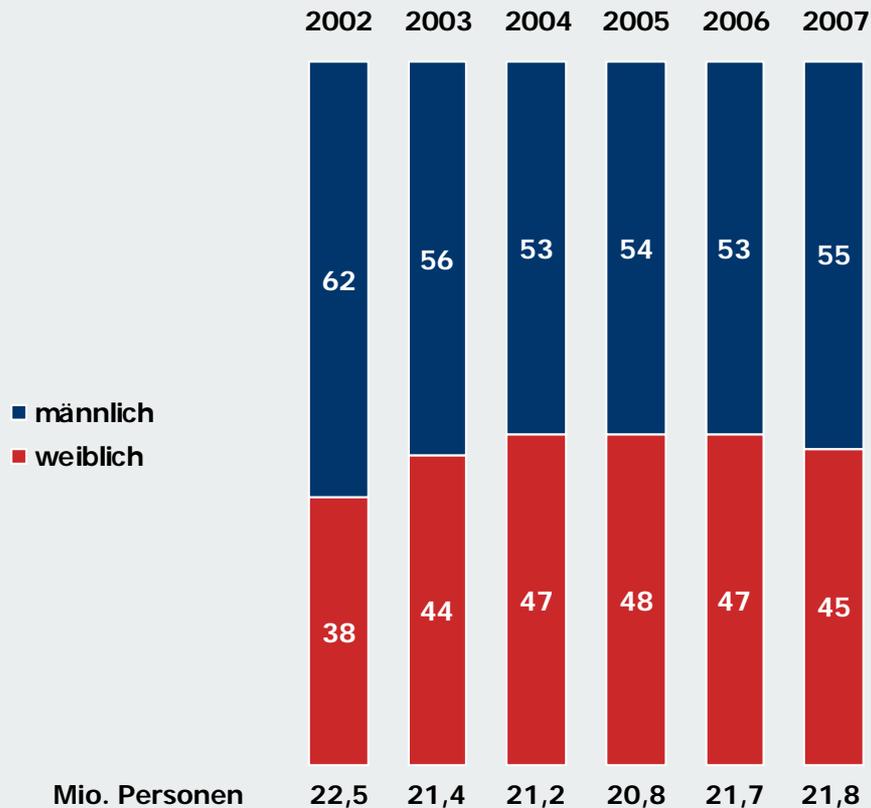
Basis 2007: 20,1 Mio. Personen, die Musik selbst gebrannt haben

© GfK Panel Services Deutschland

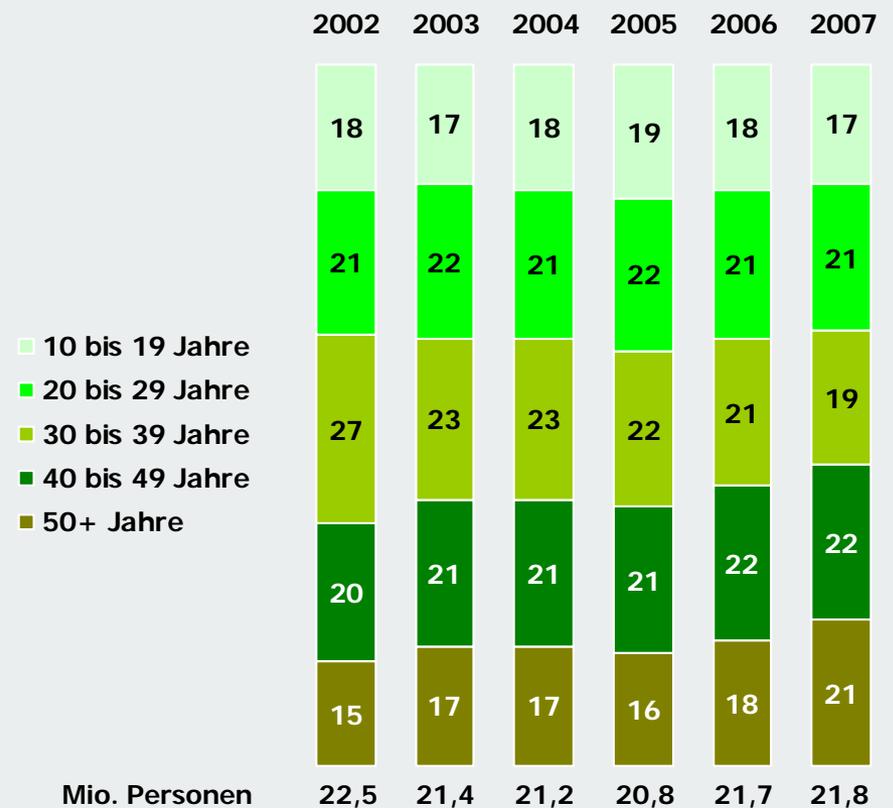
Demographische Entwicklung Musik-Brenner

28

Geschlecht



Alter



Demografische Struktur ausgewählter Brenner-Zielgruppen

Personen in %, Jahr 2007

29

Personen, die
Musik brennen



21,8

10 bis 19 Jahre
20 bis 29 Jahre
30 bis 39 Jahre
40 bis 49 Jahre
50+ Jahre

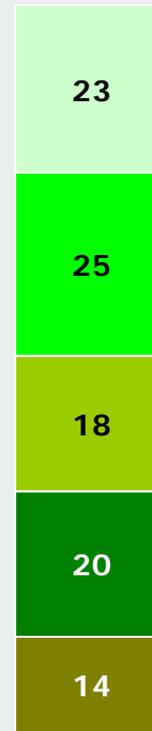
Mio. Personen

Personen, die für
sich selbst Musik
brennen



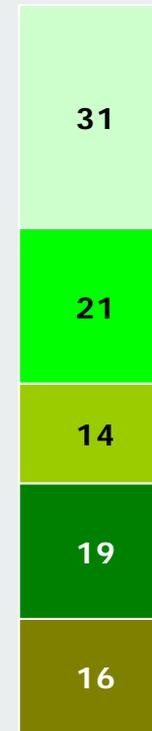
18,2

Personen, die für
andere Musik
brennen



6,4

Personen, die sich
von anderen Musik
brennen lassen



5,9

Personen, die NUR
andere Musik
brennen lassen

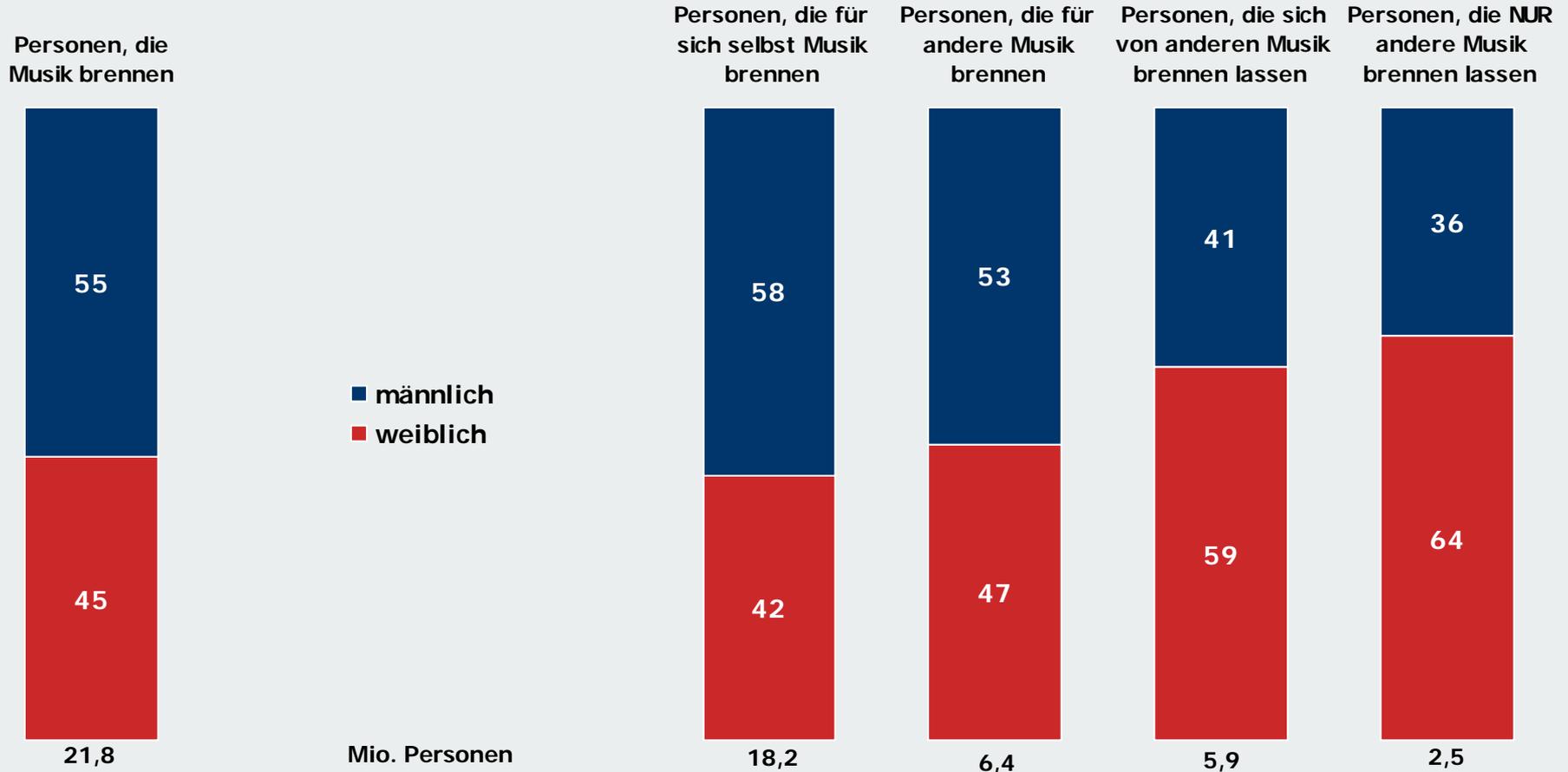


2,5

Demografische Struktur ausgewählter Brenner-Zielgruppen

Personen in %, Jahr 2007

30



Summary „Brennen von Musik“

31

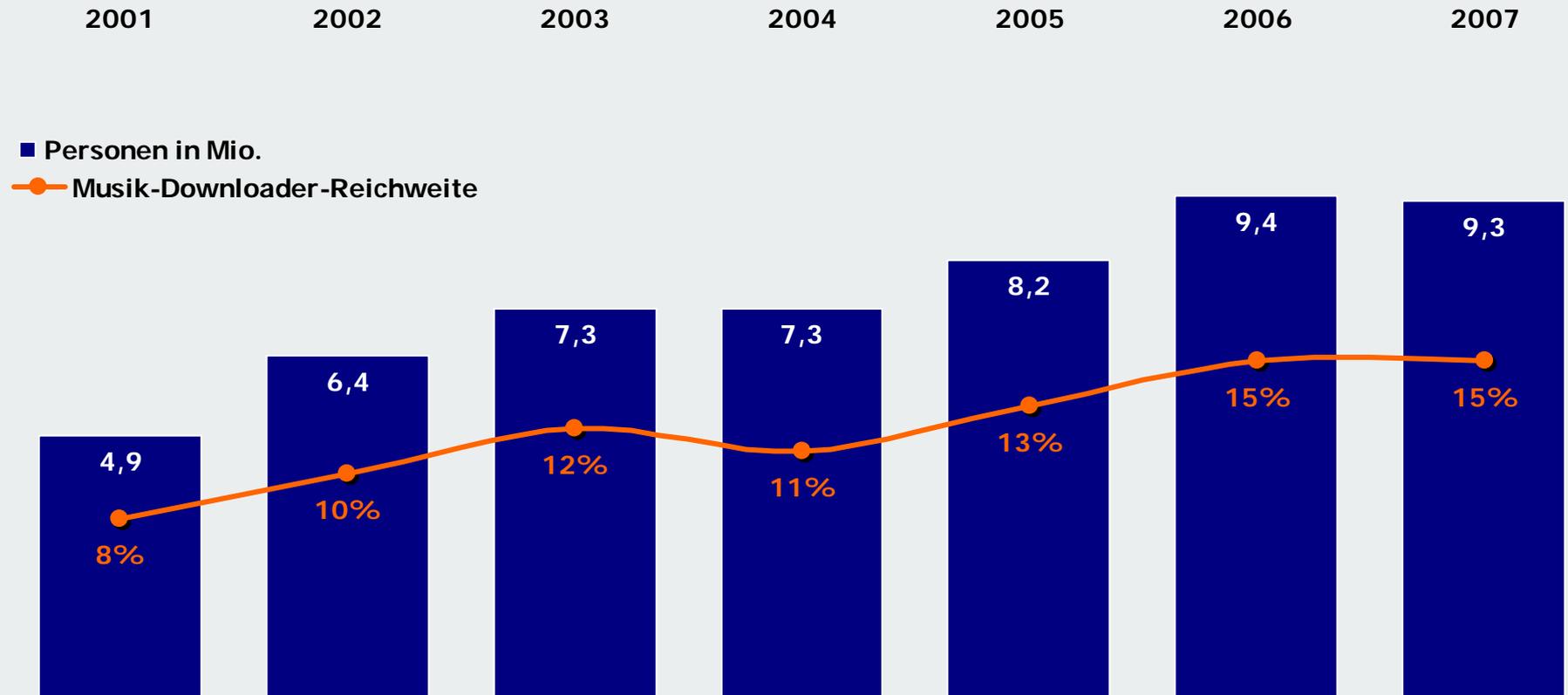
- Die Anzahl der Musik brennenden Konsumenten bleibt mit einer Reichweite von 34% (bezogen auf Gesamtbevölkerung) bzw. 21,8 Mio. Personen konstant, dabei gibt es eine leichte Verschiebung zur Altersgruppe 50+.
- Musikkopien auf CD/DVD sind mit 412 Mio. in „CD-Einheiten“ auf hohem Niveau leicht rückläufig. Auf eine verkaufte CD kommen etwa drei Kopien.
- Jüngere nutzen immer intensiver die Möglichkeit, Musik von und für andere zu brennen. 39% (Vj 36%) brennen Musik für andere und 49% (Vj 44%) lassen sich von anderen Personen mit gebrannter Musik versorgen. Vor allem der junge Mädchen geben an, dass sie sich ausschließlich Musik brennen lassen.
- Nach wie vor wird vor allem für den Eigenbedarf gebrannt. 90% der insgesamt 20,1 Mio. Brenner brennen Musik für den Eigenbedarf, knapp über die Hälfte der Brenner (54%) brennen aber für andere *auf deren Wunsch*. Auch dieser Wert ist zum Vorjahr stabil geblieben.
- Insgesamt ist das Brennen von Musik mittlerweile in allen Altersgruppen verbreitet. Deutlich zu erkennen ist dabei ein Anstieg der ältesten Zielgruppe (50+), die im Jahr 2007 21% der Brenner ausmachten (+3 Prozentpunkte), wohingegen die 30-39jährige etwas an Bedeutung verlieren.

5 Download von Musik

Entwicklung der Downloader-Reichweite (Musik)

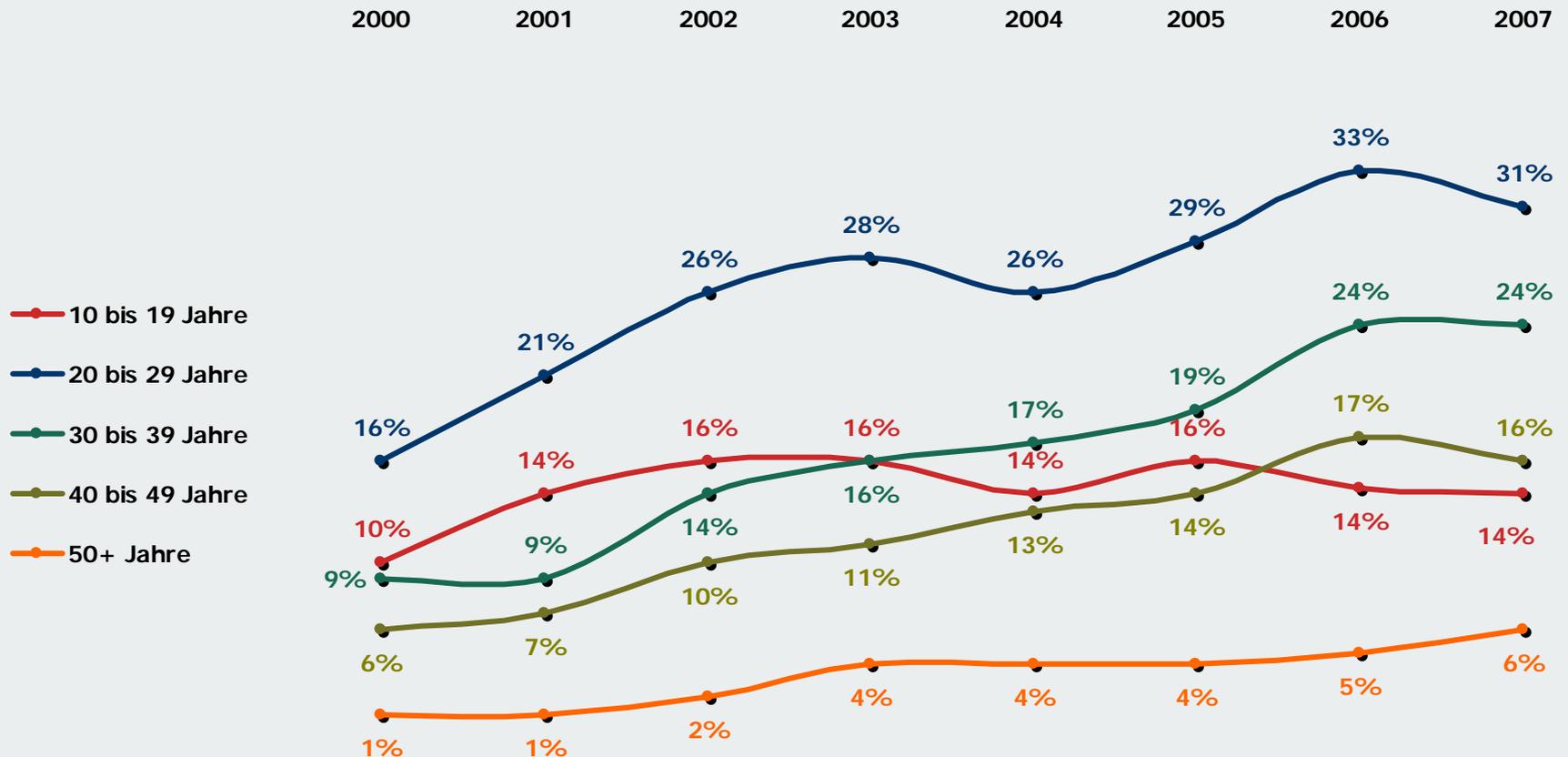
Wurden Musiktitel aus dem Internet heruntergeladen?

33



Entwicklung der Downloader-Reichweite nach Altersgruppen

34



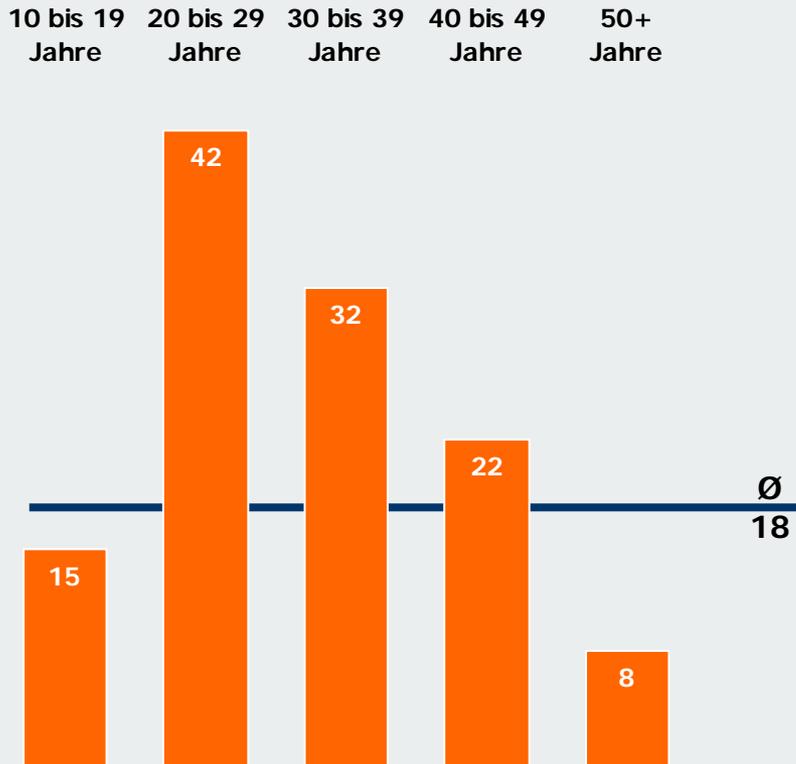
Basis 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
 © GfK Panel Services Deutschland

Downloader-Reichweite (kostenpflichtige & kostenlose Downloads)

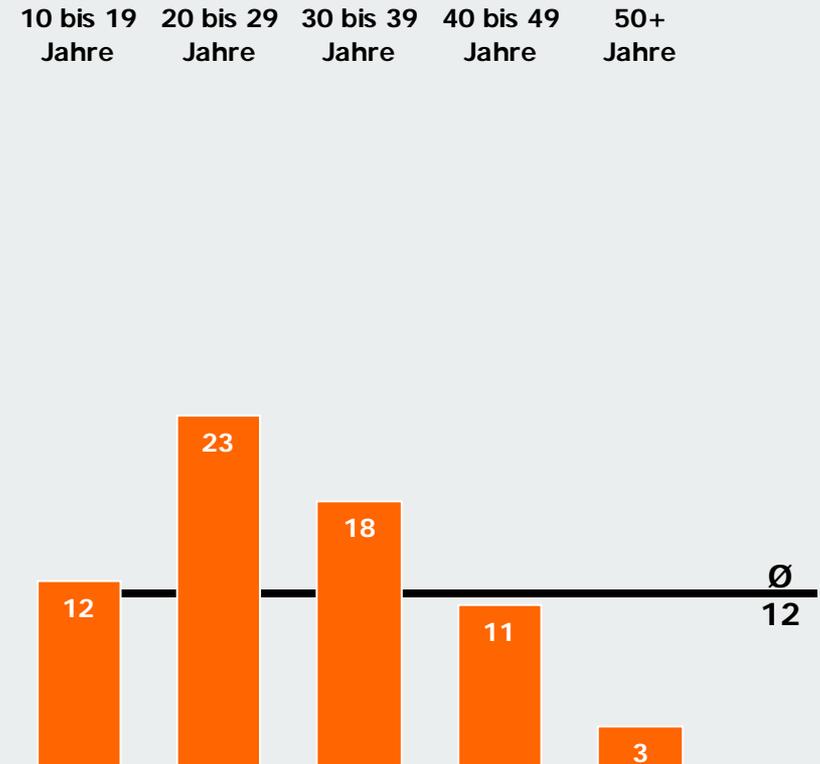
Personen in %, Jahr 2007

35

Männer

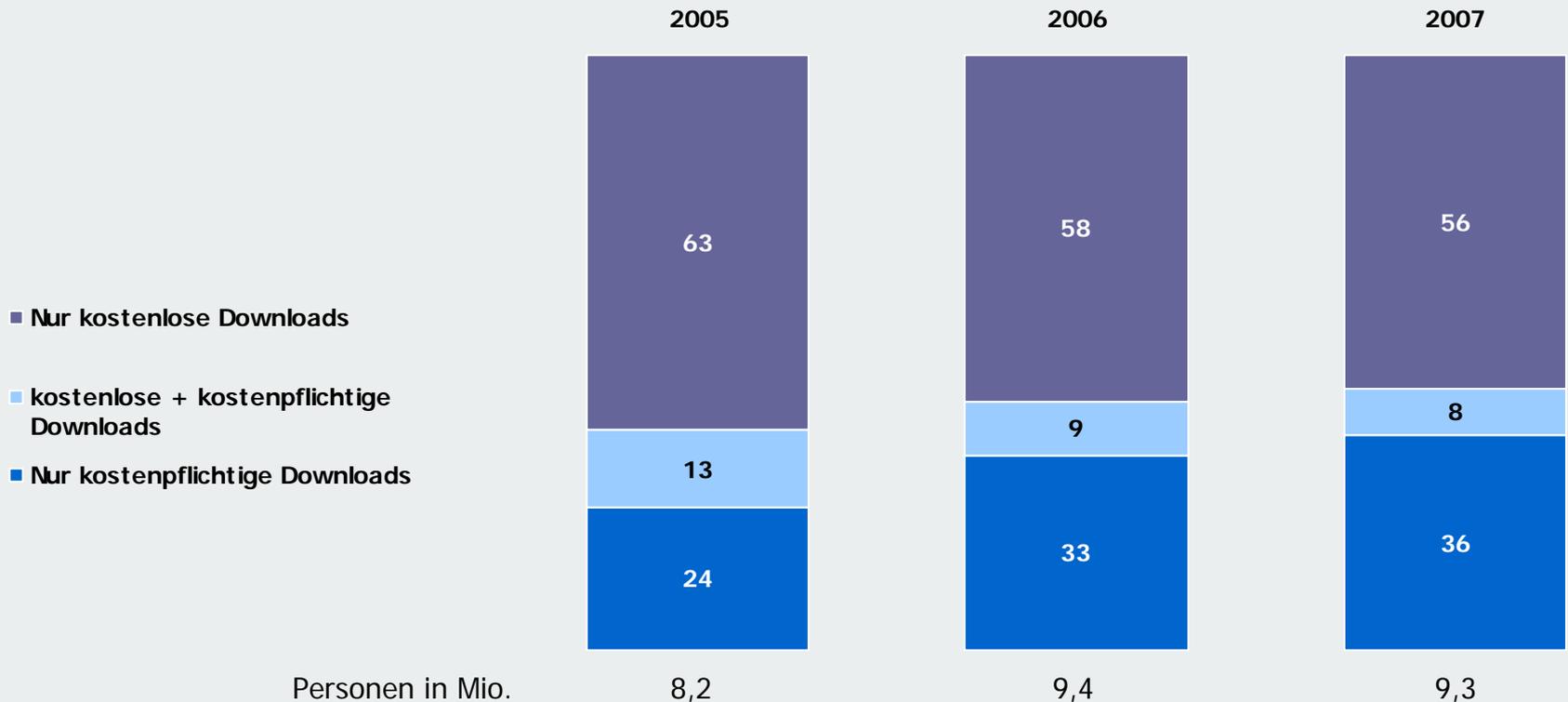


Frauen



Arten der Musikdownloads im Zeitverlauf

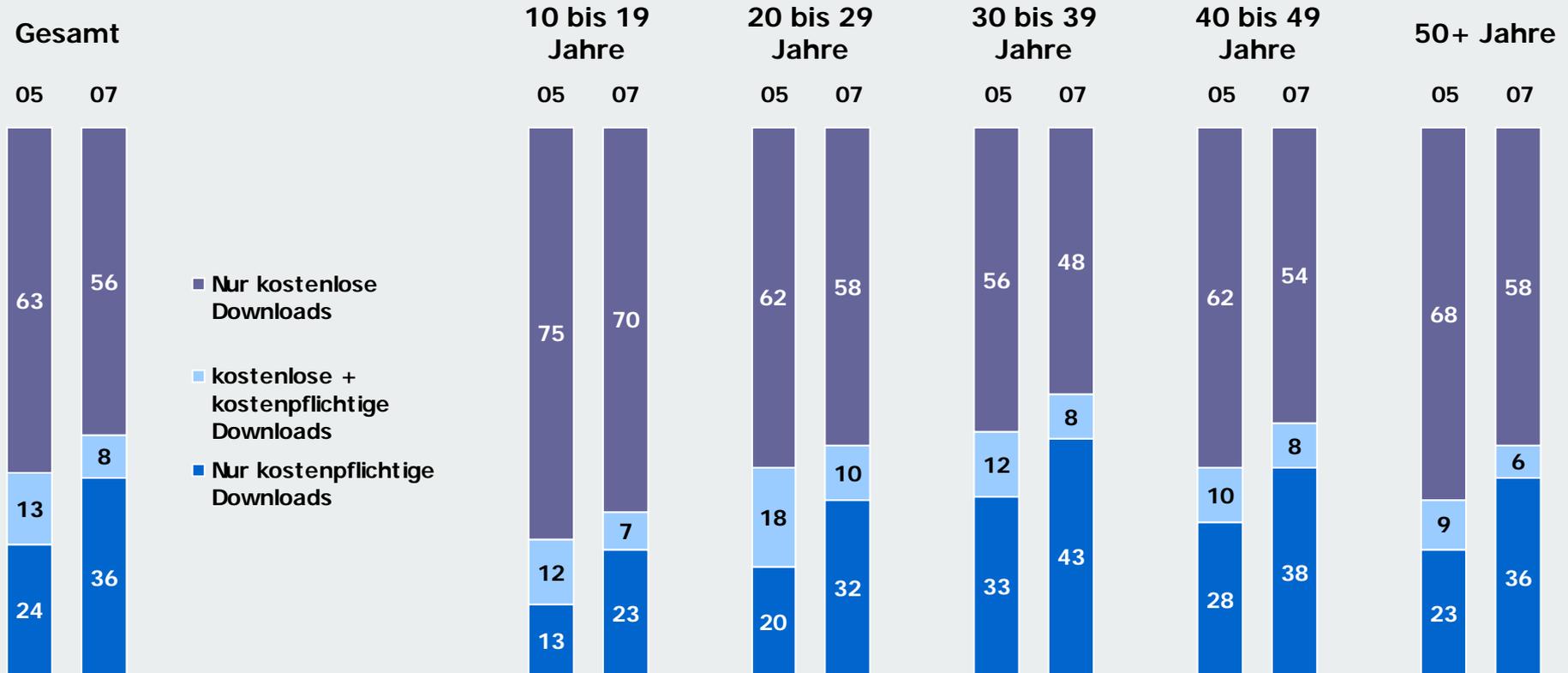
36



Basis: Personen in %
2007: 9,3 Mio. Personen, die Musik gedownloadet haben
© GfK Panel Services Deutschland

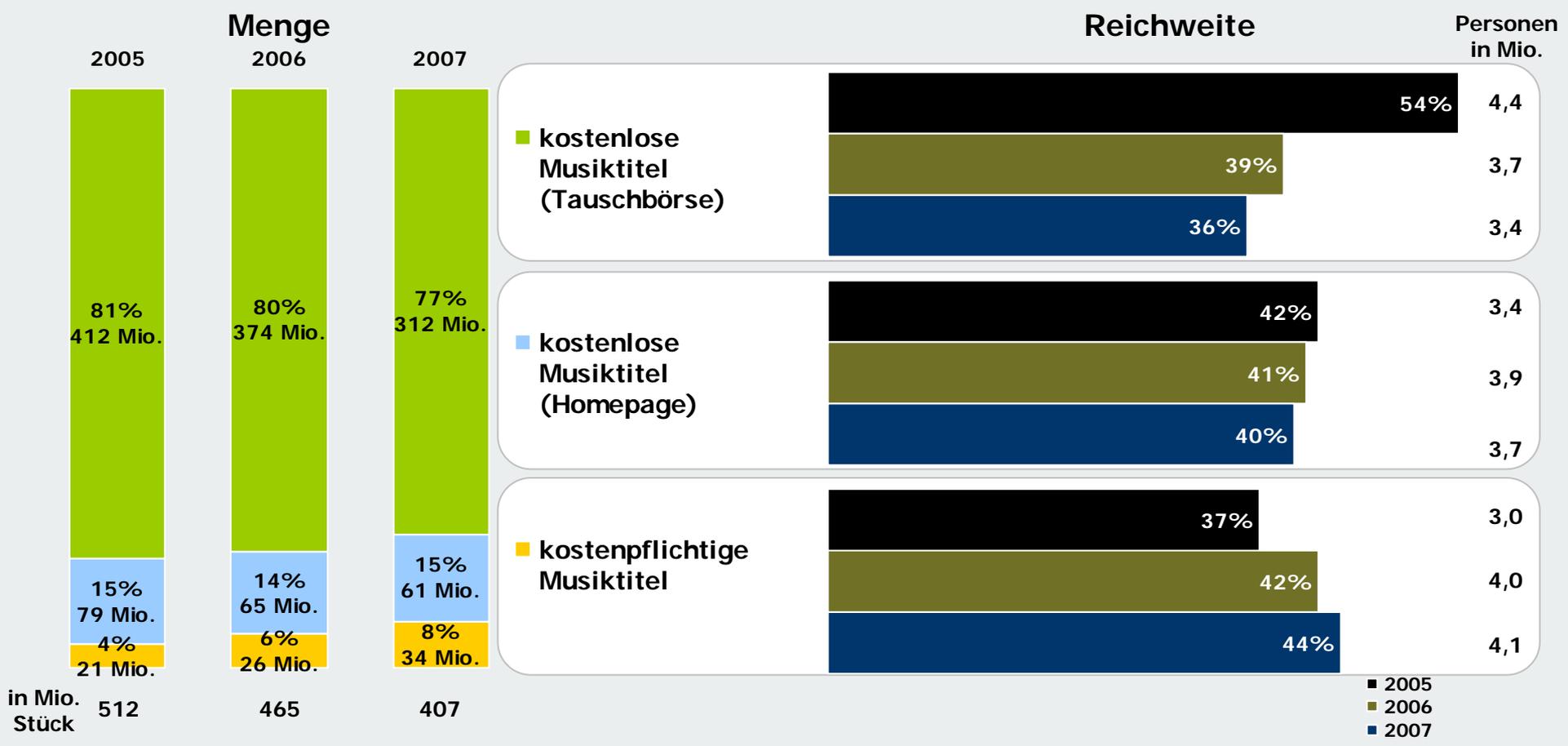
Arten der Musikdownloads nach Altersgruppen

37



Basis: Personen in %
 2007: 9,3 Mio. Personen, die Musik gedownloadet haben
 © GfK Panel Services Deutschland

Arten der Musikdownloads



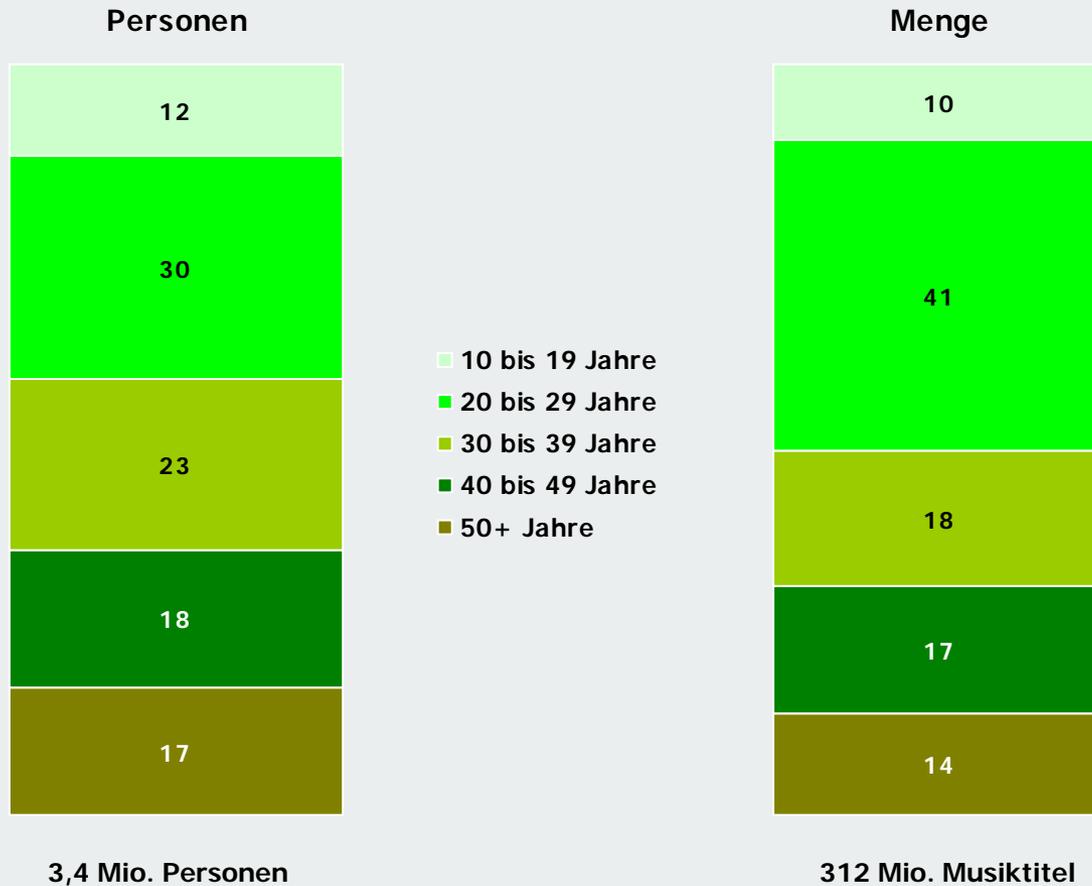
Basis: Musikdownloader
 2007: 9,3 Mio.; 2006: 9,4 Mio.; 2005: 8,2 Mio.
 © GfK Panel Services Deutschland



Illegale Musikdownloader nach Altersgruppen

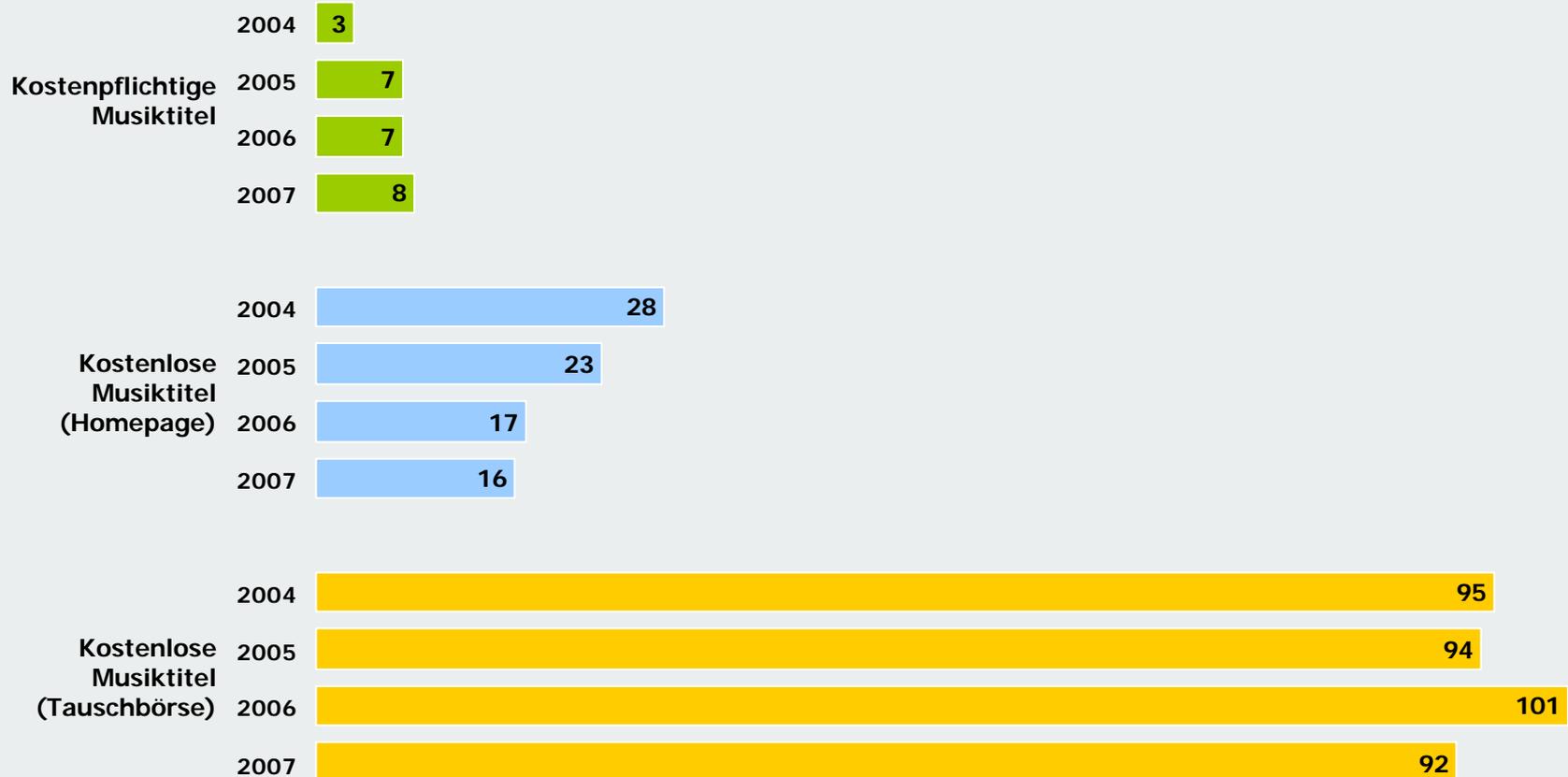
Personen in %, Menge in % Jahr 2007

39



Ø Anzahl aus dem Internet herunter geladener Musiktitel

40



Basis: Menge in Stück

2007: 9,3 Mio. Personen, die Musik gedownloadet haben

© GfK Panel Services Deutschland

Summary „Download von Musik“

41

- Illegale Downloads gehen von 374 auf 312 Millionen zurück.
- 42% der Downloader von Titeln aus Tauschbörsen sind unter 29 Jahre alt.
- Die meisten dieser Titel (etwa 128 Mio.) wurden von den 20-29 Jährigen heruntergeladen. Das entspricht einem Anteil von 41%.
- Die Anzahl der kostenpflichtigen Downloads hingegen ist von 26 auf 34 Mio. Titel von 2006 auf 2007 gestiegen.
- Die Anzahl aktiver Downloader ist mit 9,3 Mio. in 2007 relativ stabil (entspricht einer Reichweite von 15%).
- Die höchsten Downloader-Reichweiten weisen Männer zwischen 20-29J.(42%) und 30-39J.(32%) auf. Der Downloader-Anteil innerhalb der über 50jährigen steigt weiter an und erreicht 2007 einen Anteil von 6% (+ 1 Prozentpunkt) .
- Ausschließlich kostenlose Downloads nutzten 2007 56% aller Downloader (entspricht etwa 5,2 Mio. Personen). Demgegenüber nutzten 36% der Downloader nur kostenpflichtige Angebote. Dieser Trend ist über alle Altersgruppen zu beobachten.
- Mit 4,1 Mio. übersteigt Zahl der Download-Musikkäufer die Zahl der Tauschbörsennutzer (insgesamt 3,4 Mio.) um 0,7 Mio. Personen.
- Die durchschnittliche Anzahl, der aus Tauschbörsen heruntergeladenen Titel ging zwar von 101 auf 92 Stück zurück, beträgt aber im Vergleich zu kostenpflichtigen Downloads (anstieg von 7 auf 8) nach wie vor mehr als das Zehnfache.

6 Intelligente Aufnahmesoftware

Aufnahmen von Musik von Internetradios oder Podcast-Sendungen

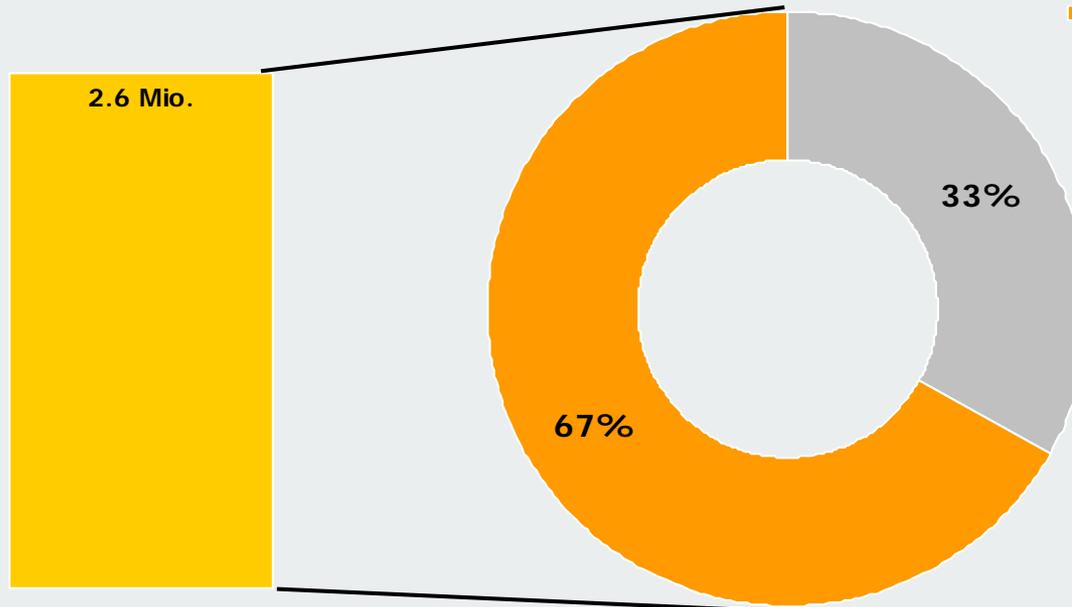
43

Personen, die Musik von
Internetradios oder Podcast-
Sendungen aufgenommen
haben

2.6 Mio.

Haben Sie spezielle
Aufnahmesoftware genutzt?

■ Ja, spezielle
Aufnahmesoftware
genutzt

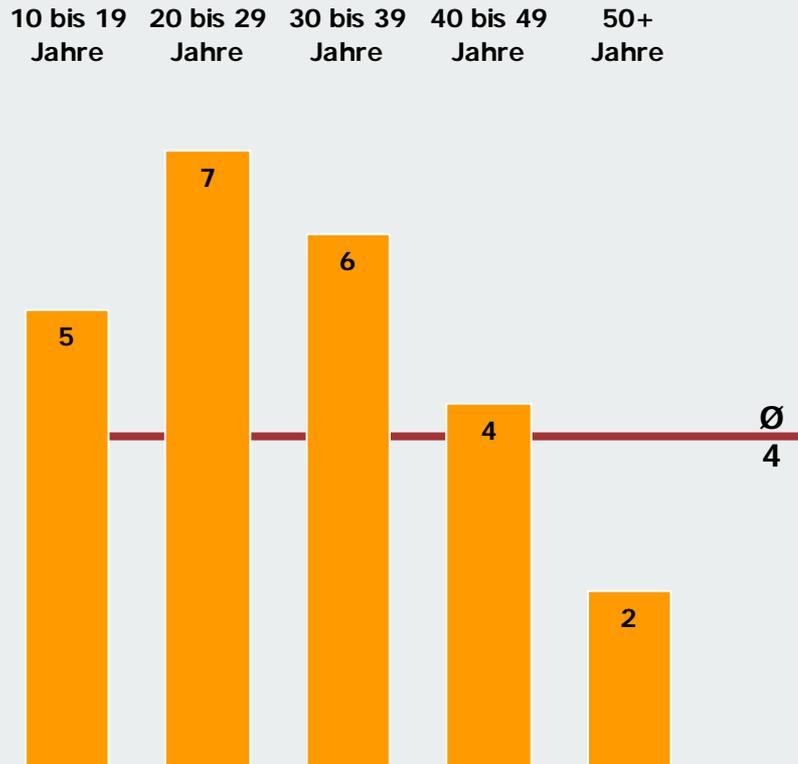


Reichweite intelligenter Aufnahmesoftware

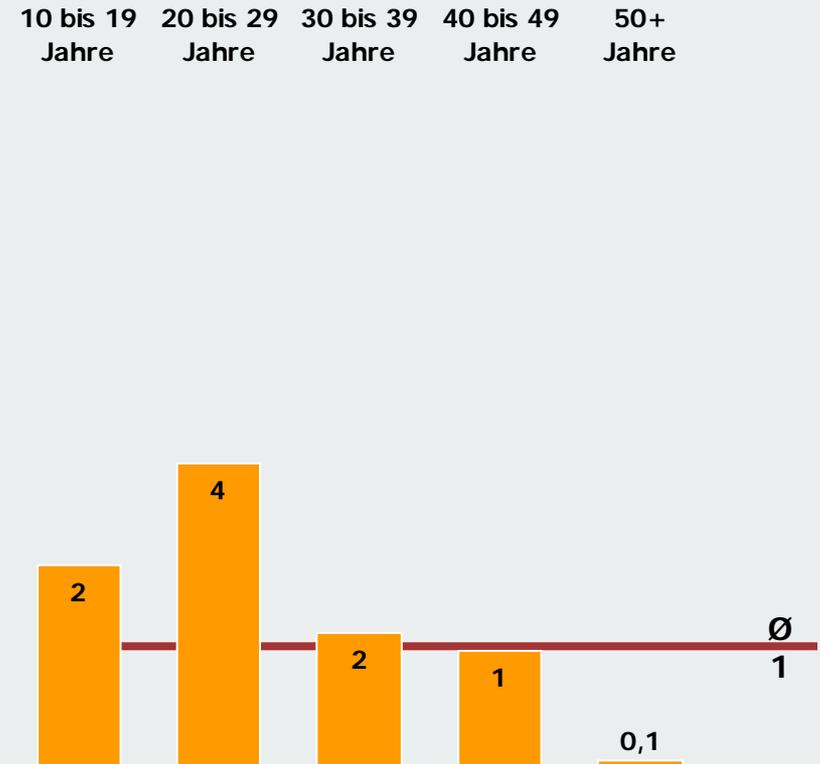
Personen in %, Stand: Januar 2008

44

Männer



Frauen



Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
© GfK Panel Services Deutschland

Summary „Intelligente Aufnahme-Software“

45

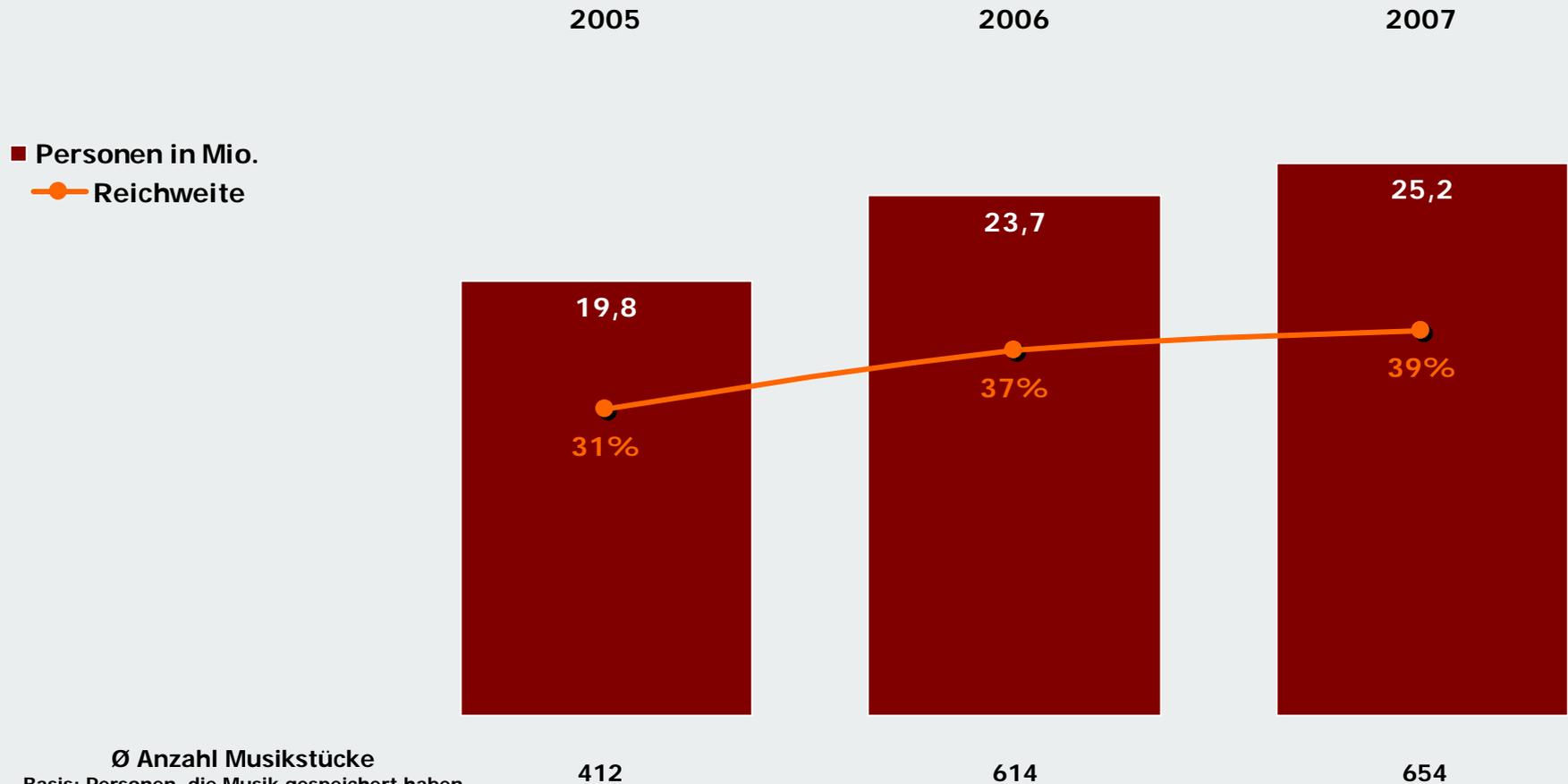
- Im Jahr 2007 haben etwa 2,6 Mio. Personen Musik aus dem Radio aufgenommen.
- Von diesen haben 67%, also 1,7 Mio. Personen besondere Software genutzt (sog. „Intelligente Aufnahmesoftware“).
- Männer sind deutlich aktiver als Frauen, wobei die 20-39jährigen Männer die Kernzielgruppe darstellen.

7 Speichern von Musik

Speichern von Musik auf der Festplatte des PCs/ Laptops

Haben Sie aktuell Musik auf der Festplatte Ihres PCs/ Laptops gespeichert?

47



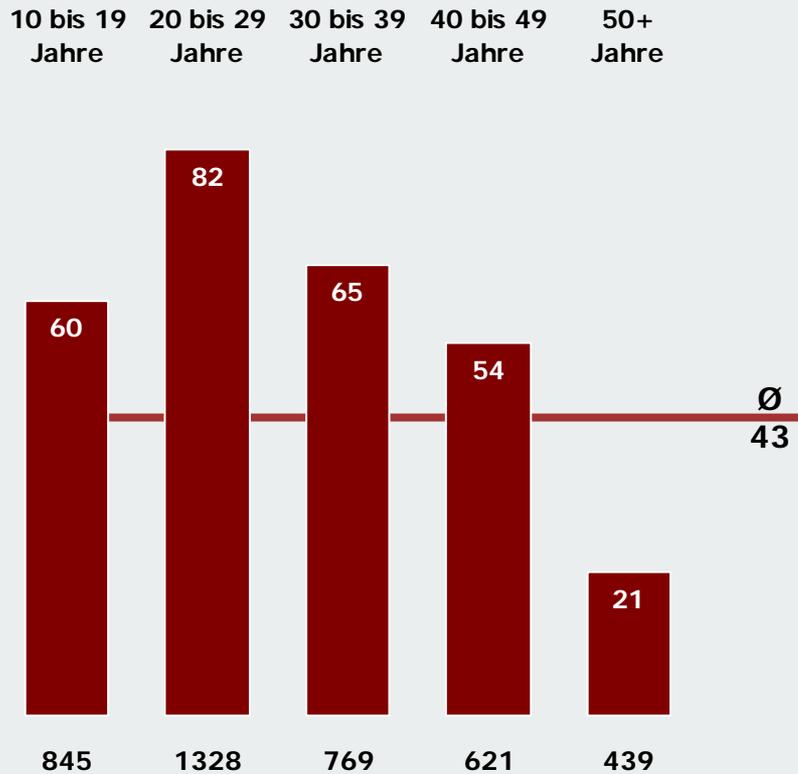
Ø Anzahl Musikstücke
Basis: Personen, die Musik gespeichert haben

Reichweite für gespeicherte Musik auf Festplatten

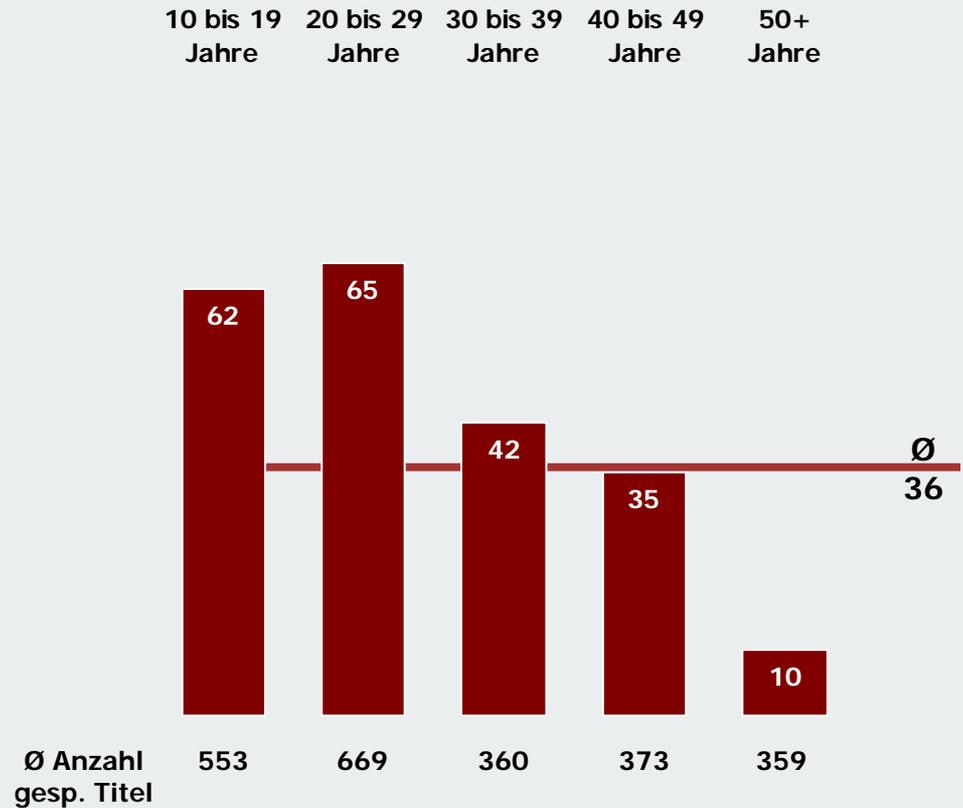
Personen in %, Stand: Januar 2008

48

Männer



Frauen

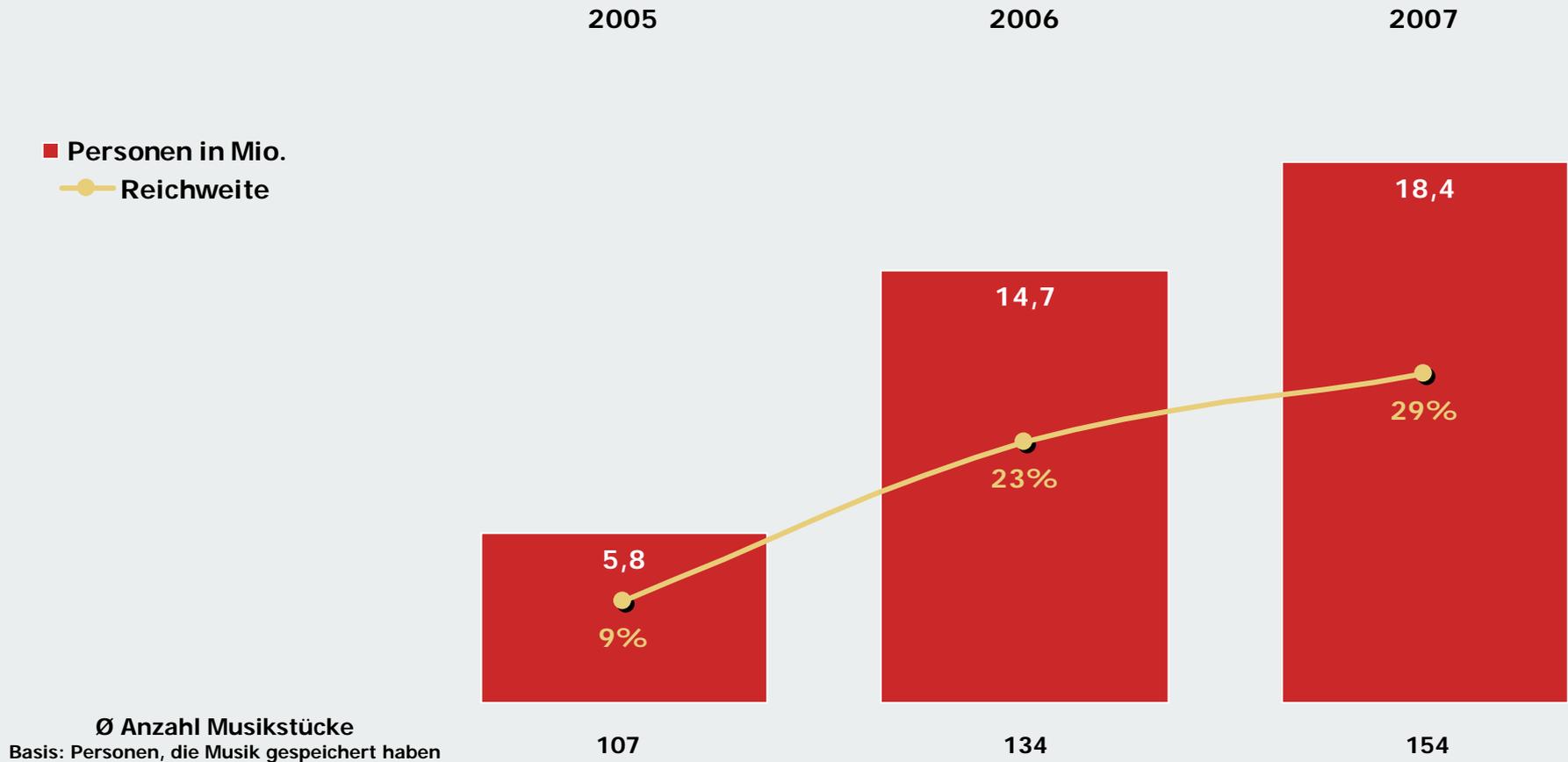


Ø Anzahl
gesp. Titel

Speichern von Musik auf MP3-Playern

Haben Sie aktuell Musik auf Ihrem tragbaren MP3-Player gespeichert?

49



Basis 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
 © GfK Panel Services Deutschland

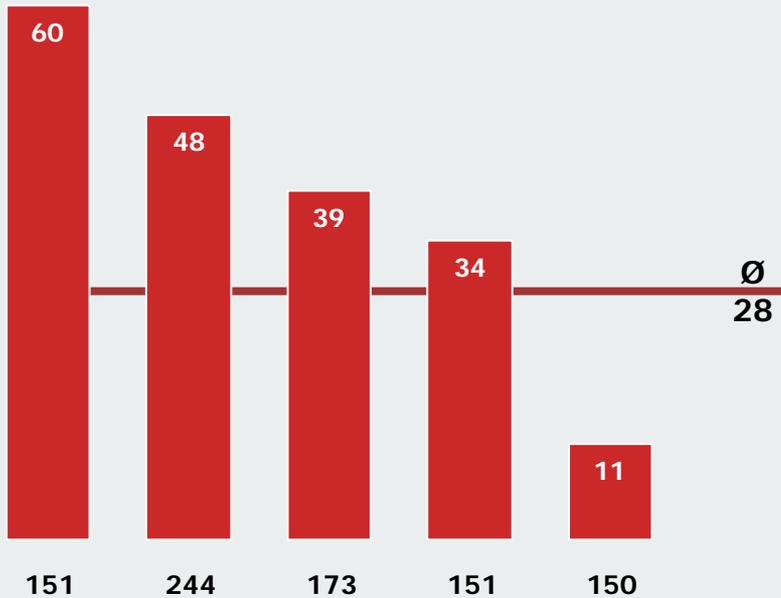
Reichweite für gespeicherte Musik auf MP3-Playern

Personen in %, Stand: Januar 2008

50

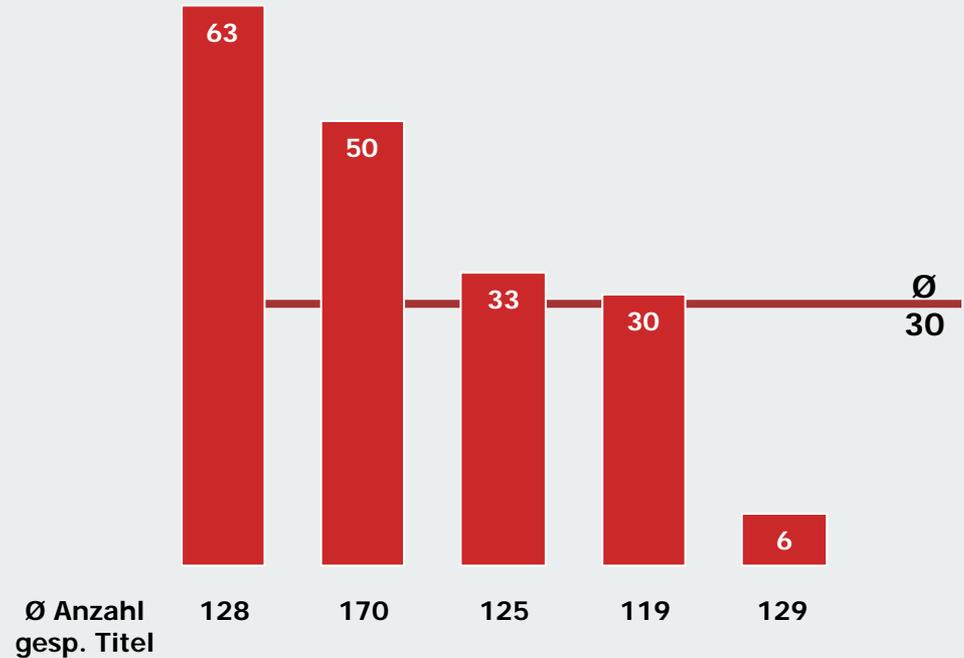
Männer

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



Frauen

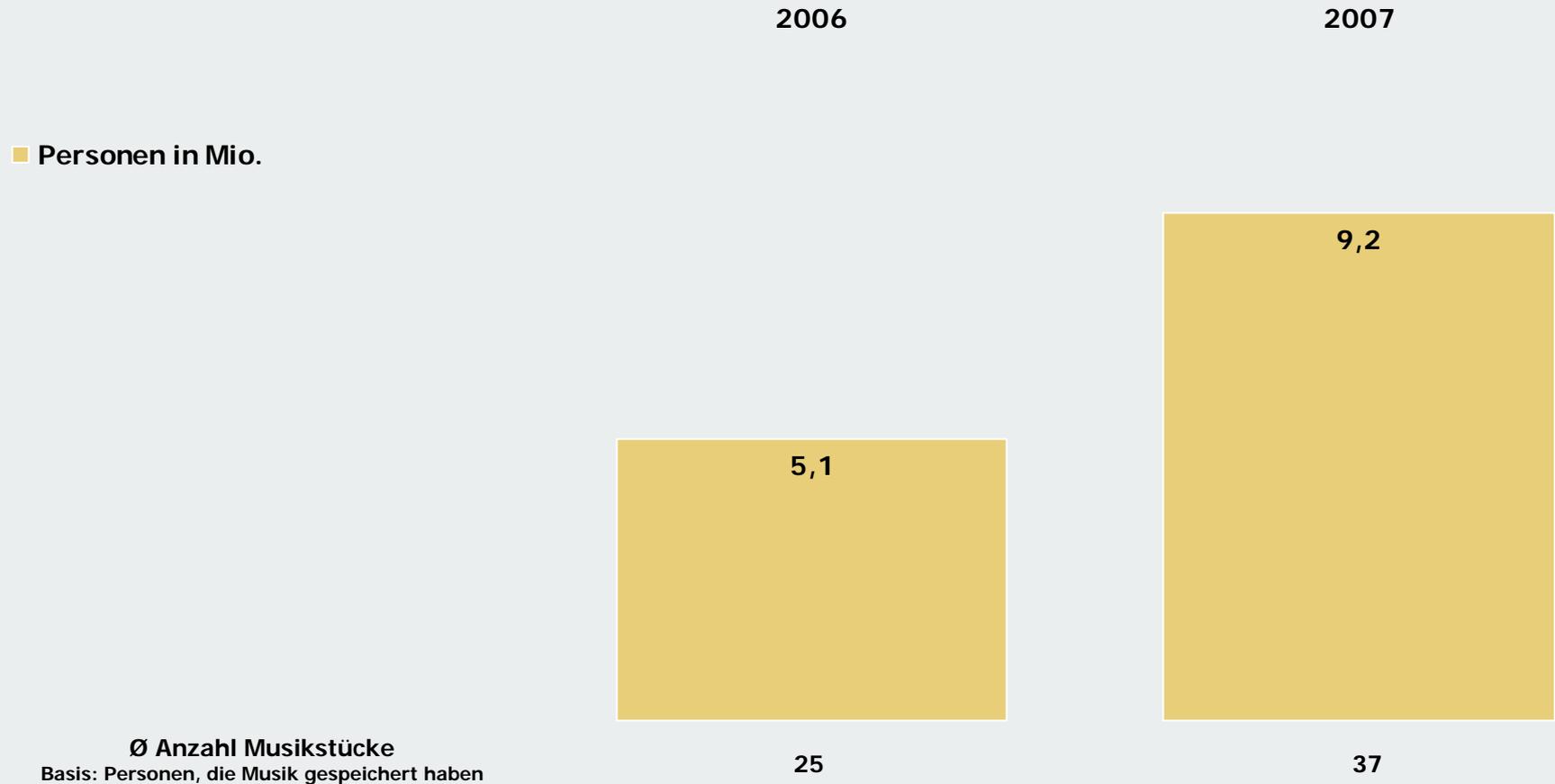
10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50+ Jahre



Speichern von Musik auf MP3-Handys

Haben Sie aktuell Musik auf Ihrem MP3-Handy gespeichert?

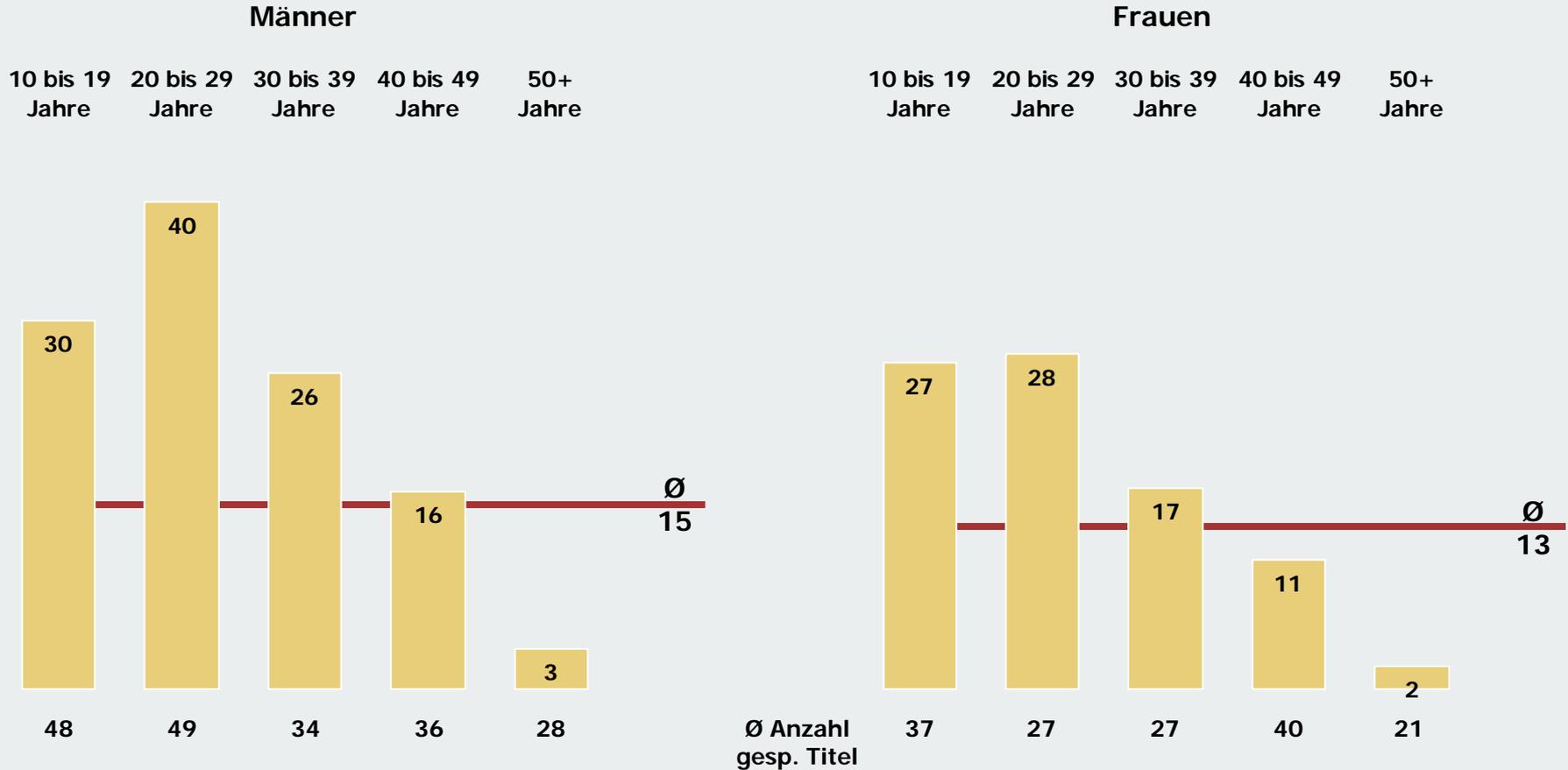
51



Reichweite für gespeicherte Musik auf MP3-Handys

Personen in %, Stand: Januar 2008

52

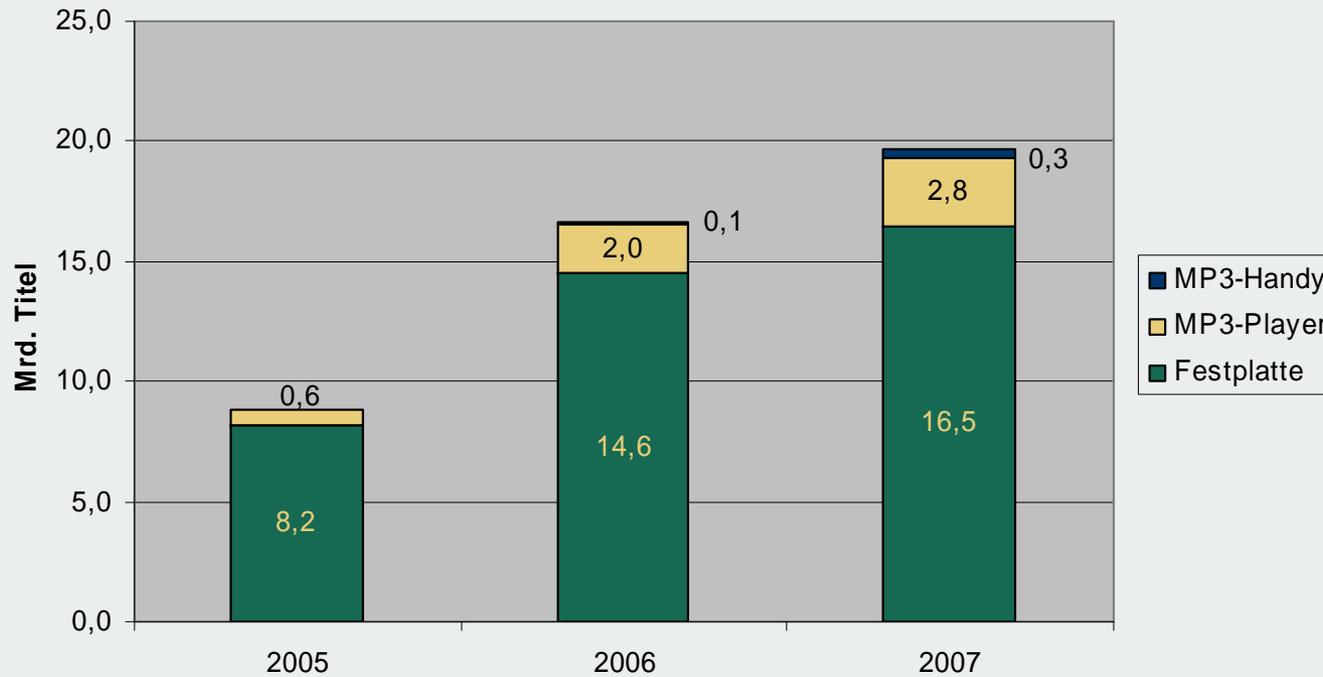


Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
© GfK Panel Services Deutschland

Speichern von Musik auf unterschiedlichen Medien im Vergleich

53

Gespeicherte Titel auf Festplatten und MP3-Abspielgeräte



Musik-Tausch per Festplatte

Haben Sie im Jahr 2007 die Möglichkeit genutzt, Musik, die auf Festplatten, die anderen Personen gehören, gespeichert ist, zu tauschen? (sehr häufig/ häufig/ selten)

Sehr häufig / häufig 2008 (2007)

54

Gesamt



0,9 % (1,2%)

10 bis 19 Jahre



3,6 % (4,5%)

20 bis 29 Jahre



2,2 % (3,4%)

30 bis 39 Jahre



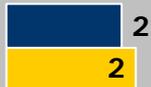
0,4 % (0,5%)

40 bis 49 Jahre



0,3 % (0,5%)

50+ Jahre



0,1 % (0,1%)

■ 2006

■ 2007

Basis: Personen in %

2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

© GfK Panel Services Deutschland

Summary „Speichern von Musik/Tausch per Festplatte“

55

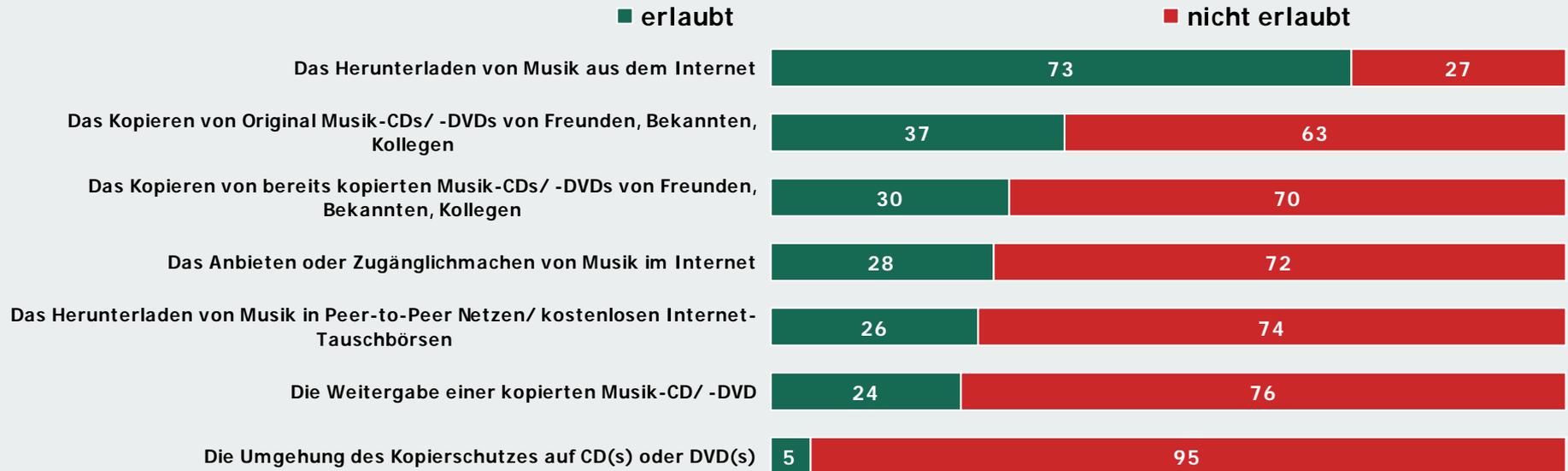
- Musikkopie verschiebt sich in Richtung PC, MP3-Player, Handy
- Das Speichern auf flexiblen Speichermedien (PC, MP3-Player, Handy) von Musik hat deutlich an Beliebtheit gewonnen. 39% der deutschen Bevölkerung speicherten in 2007 Musik auf Festplatten (2006:37%), 29% auf MP3-Playern (2006:23%) und 14% auf MP3-Handys (2006:8%).
- Neben der steigenden Anzahl an Personen, die diese Möglichkeiten nutzen, nimmt auch die durchschnittliche Anzahl gespeicherter Titel weiterhin zu. Auf Festplatten lagen im Durchschnitt circa 650 Musikstücke (2006:610), auf MP3-Playern 150 (2006:130) und auf MP3-Handys 35 Musikstücke (2006:25).
- In Summe wurden im Jahr 2007 19,7 Milliarden Musikdateien auf Festplatten, MP3-Playern und MP3-Handys gespeichert, 2005 waren es noch 8,8 Milliarden.
- Etwa 5,8 Millionen Menschen geben an, im Jahr 2007 häufig oder sehr häufig Musik von fremden Festplatten getauscht zu haben. Das waren vor allem junge Personen zwischen 10 und 29 Jahren.

8 Das Urheberrechtsgesetz

Urheberrecht

Welche der folgenden Möglichkeiten sind Ihrer Meinung nach weiterhin erlaubt, nicht mehr erlaubt bzw. waren noch nie erlaubt?

57

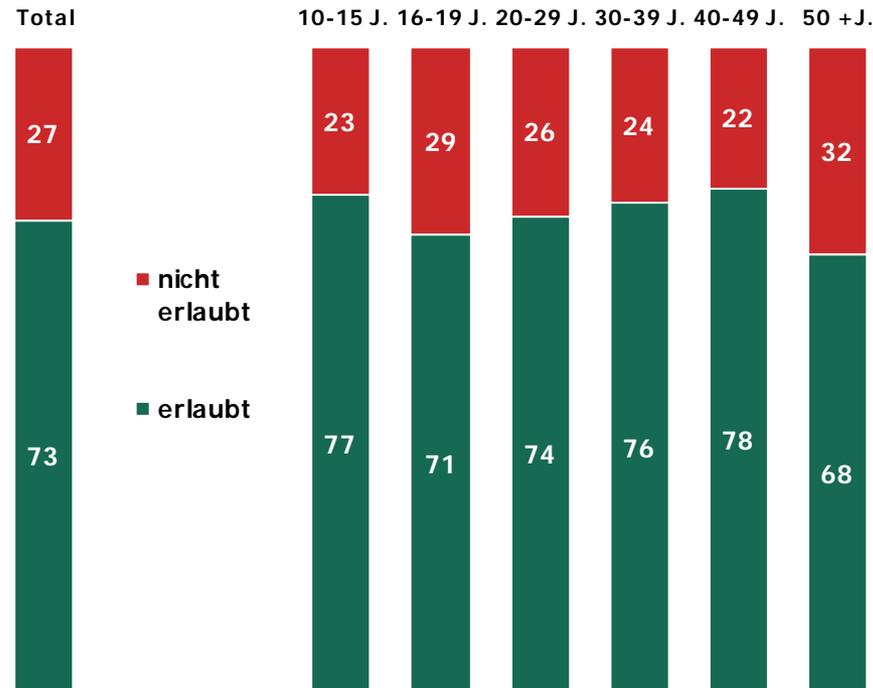


Urheberrecht

Welche der folgenden Möglichkeiten sind Ihrer Meinung nach erlaubt, nicht erlaubt?

58

Das Herunterladen von Musik aus dem Internet



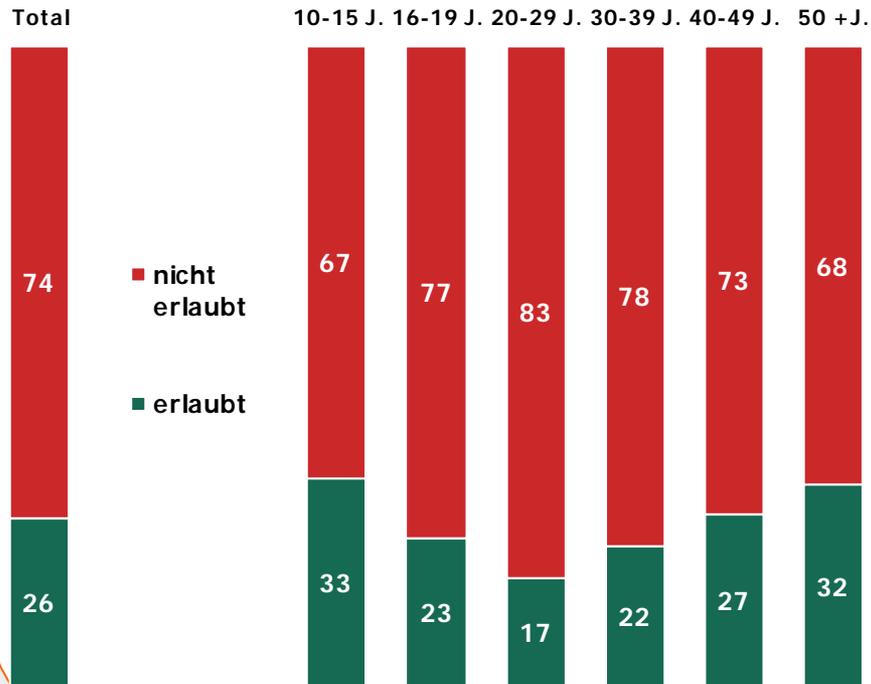
Basis: Personen in %
2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
© GfK Panel Services Deutschland

Urheberrecht

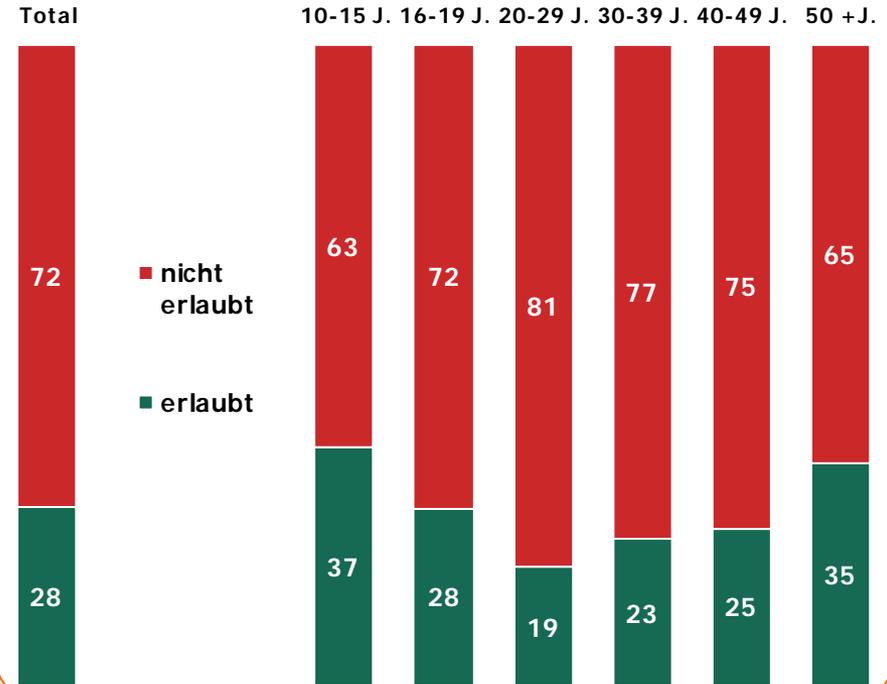
Welche der folgenden Möglichkeiten sind Ihrer Meinung erlaubt, nicht erlaubt?

59

Das Herunterladen von Musik in Peer-to-Peer Netzen/ kostenlosen Internet-Tauschbörsen



Das Anbieten oder Zugänglichmachen von Musik im Internet

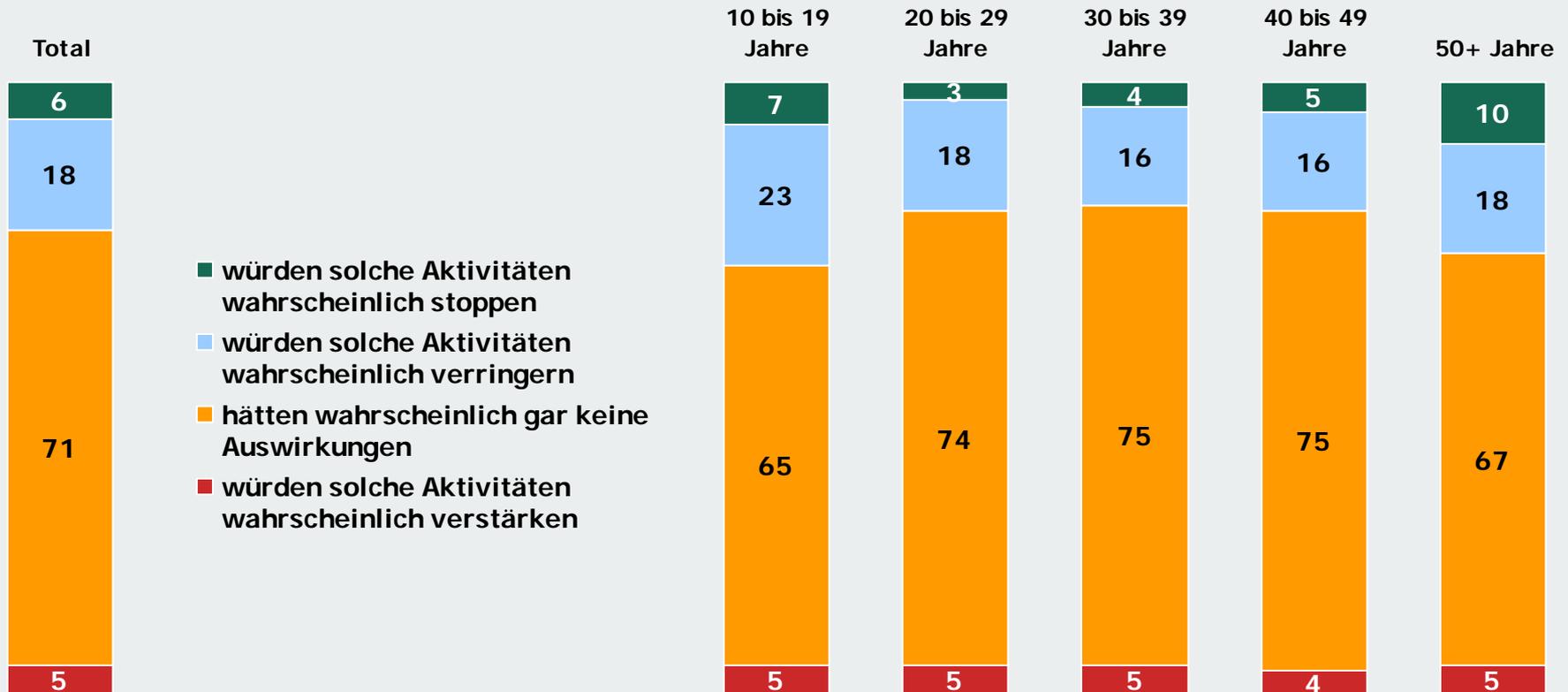


Basis: Personen in %
2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
© GfK Panel Services Deutschland

Urheberrecht

Welche Auswirkungen hätten Ihrer Meinung nach moralische Appelle auf Personen, die urheberrechtlich geschützte Musik über das Internet kostenlos verbreiten oder über sog. „Tauschbörsen“ anderen zur Verfügung stellen?

61

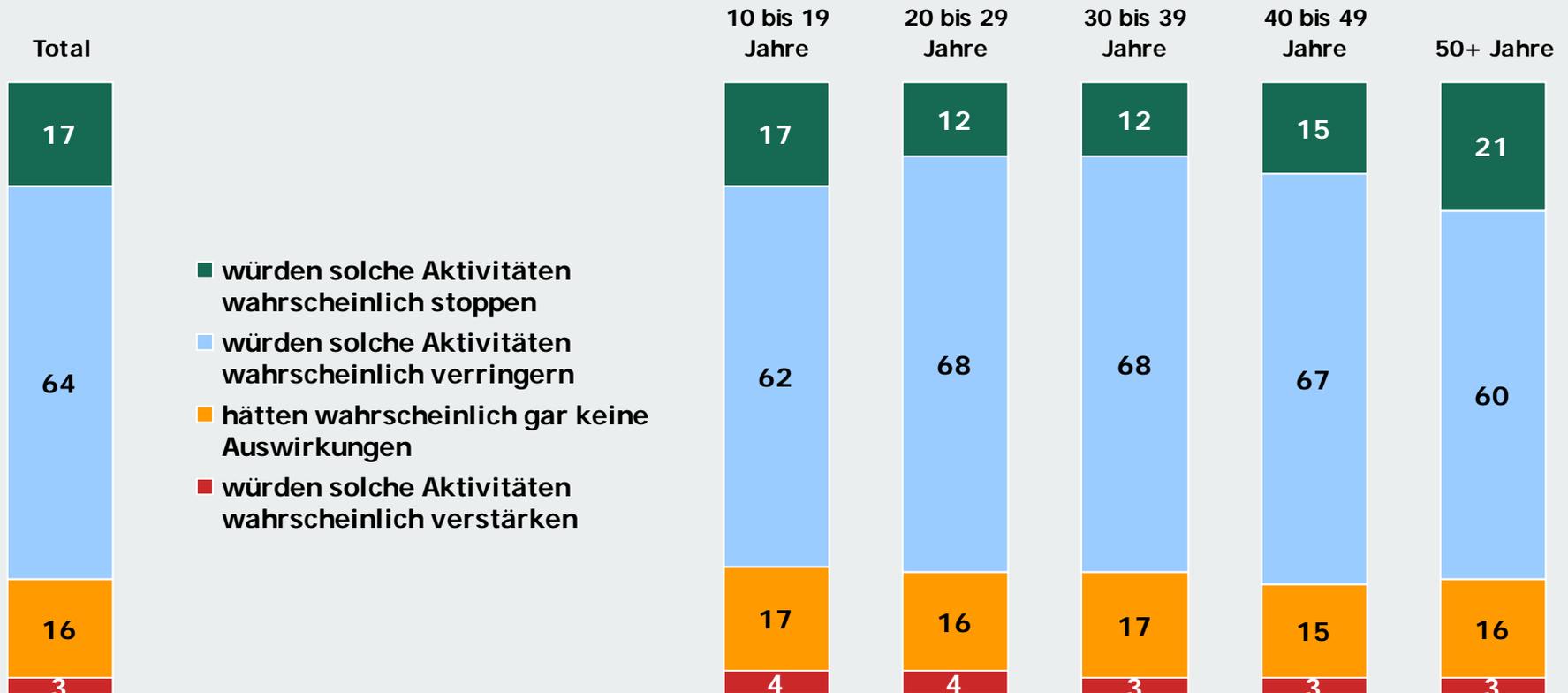


Basis: Personen in %
 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
 © GfK Panel Services Deutschland

Urheberrecht

Welche Auswirkungen hätten Ihrer Meinung nach rechtliche Schritte auf Personen, die urheberrechtlich geschützte Musik über das Internet kostenlos verbreiten oder über sog. „Tauschbörsen“ anderen zur Verfügung stellen?

62



Basis: Personen in %
 2007: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre
 © GfK Panel Services Deutschland

Urheberrecht

Welche Auswirkungen hätten Ihrer Meinung nach moralische Appelle/rechtliche Schritte auf Personen, die urheberrechtlich geschützte Musik über das Internet kostenlos verbreiten oder über sog. „Tauschbörsen“ anderen zur Verfügung stellen?

63

moralische Appelle Total



rechtliche Schritte Total



- würden solche Aktivitäten wahrscheinlich stoppen
- würden solche Aktivitäten wahrscheinlich verringern
- hätten wahrscheinlich gar keine Auswirkungen
- würden solche Aktivitäten wahrscheinlich verstärken

Summary „Urheberrecht“

64

- Etwa $\frac{3}{4}$ (74%) aller Deutschen sehen das Herunterladen von Musik aus Tauschbörsen als nicht erlaubt an und ebenfalls etwa $\frac{3}{4}$ (72%) aller Deutschen betrachten das Zugänglichmachen von Musik in Tauschbörsen als illegal. Vor allem die 20-29 Jährigen haben ein ausgeprägtes „Unrechtsbewusstsein“ in diesem Zusammenhang.
- Noch deutlicher ist das „Unrechtsbewusstsein“ beim Umgehen von Kopierschutz. Dies sehen 95% der Deutschen als nicht erlaubt an.
- Nur 24% der Befragten halten moralische Appelle für sinnvoll, aber 81% glauben, dass rechtliche Schritte illegale Aktivitäten stoppen oder zumindest verringern würden.
- Dreiviertel der Konsumenten wissen über illegale Downloads Bescheid.