

Bilag

Bilag I: Oversigt over relevante domsafgørelser vedr. piratkopiering

Nedenstående er en oversigt over de relevante domsafgørelser. Hovedparten af disse afgørelser er straffesager, dog er domme nr. 13 og 15 civile sager.

Disse to civile sager er medtaget i oversigten, da de er afsagt efter implementeringen af retshåndhævelsesdirektivet og de deraf følgende ændringer i erstatningsudmålingen.

Systematisk oversigt

Varemærkeforfalskning. Dom nr. 1, 7, 10, 12, 13*, 14, 15*

Ophavsretskrænkelse, digital kopiering Dom nr. 2, 3, 5, 6, 8, 9, 11

Ophavsretskrænkelse, brugskunst Dom nr. 4

**civile sager*

Dom nr. 1 – Varemærkeforfalskning

Vestre Landsrets 2. afdelings ankedom af 14. marts 2006. (stadfæstelse af Retten i Frederikshavns dom af 7. juli 2005.)

Sanktioner	Sagens indhold
<p><u>Byretten:</u> T blev idømt ubetinget fængsel i 4 måneder.</p> <p>Der skete konfiskation af kopifilm, tøj og fyrværkeri, samt 40.000 kr.</p>	<p><u>Byretten:</u> Der var rejst tiltale mod T for en række forskellige forhold, herunder flere tilfælde af piratkopiering:</p> <p>T var tiltalt for i perioden 18. august 2001 til december 2003 at have kopieret i alt 3397 film med henblik på salg og derved overtrådt dagældende ophavsretslov § 76, stk. 2, jf. stk. 1, nr. 1, jf. § 2.¹</p> <p>T var tiltalt for den 23. marts 2003 og 2. april 2004, at have været i besiddelse af 15.183 varemærkeforfalskede tøjprodukter med henblik på videresalg og derved overtrådt straffelovens § 176, stk. 2, og varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt., jf. straffelovens § 21.²</p> <p>T nægtede sig skyldig.</p>

¹ Forhold 6, 7, 8, 9, 10, 12, 14 og 16.

² Forhold 11 og 15.

<p><u>Landsretten:</u> Stadfæstede byrettens strafudmåling.</p> <p>Om strafudmålingen udtalte landsretten:</p> <p><i>”Navnlig under hensyn til omfanget af overtrædelserne i forhold 11, 15 og 16, sammenholdt med de overtrædelser af varemærkeloven og markedsføringsloven, som tiltalte 3 gange tidligere er dømt for, tiltrædes det, at straffen er fastsat til ubetinget fængsel i 4 måneder.”</i></p>	<p>I relation til ophavsretsforholdene blev T fundet skyldig i kopiering³ af ca. 3000 film med henblik på salg. Dermed var T skyldig i overtrædelse af den dagældende ophavsretslovs § 76, stk. 2.</p> <p>I relation til det varemærkeforfalskede tøj fandt byretten T skyldig i fuldt omfang. Retten lagde til grund, at tøjet tilhørte T, at tøjet var forfalsket og at T var bekendt hermed. T var derfor skyldig i overtrædelse af varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt. og straffelovens § 176, stk. 2.</p> <p>T ankede dommen til landsretten</p> <p><u>Landsretten:</u> I relation til ophavsretsforholdene fandt landsretten T skyldig i kopiering af 2027 film med henblik på salg.</p> <p>I relation til det varemærkeforfalskede tøj stadfæstede landsretten domfældelsen. Landsretten anførte (navne er anført med initialer):</p> <p><i>”Det pågældende tøj blev fundet i bygninger og en bil, som tiltalte ejede eller i øvrigt havde rådighed over, og det kan blandt andet efter tiltaltes og [PS] forklaringer for byretten og landsretten lægges til grund, at tiltalte beskæftigede sig med at sælge tøj på markeder. Herudover er tiltaltes forklaring om, at lagerrummene på Skævevej var udlejet til [BT] og [LL], og at han ikke havde adgang til lageret på Thodesvej helt ubestyrket af andre omstændigheder. Det lægges herefter til grund som bevist, at tiltalte ejede både det tøj, der blev fundet i ejendommen på Skævevej og det, der blev fundet på Thodesvej samt i tiltaltes varebil på Stenbakkevej, og der er ikke begrundet tvivl om, at tøjet opbevaredes med henblik på salg i Danmark eller i EU i øvrigt.</i></p> <p><i>En lang række vidner med tilknytning til de firmaer, hvis</i></p>
---	--

³ Forhold 9, 10, 12, 16.

	<p><i>rettigheder påstås krænkede, og med betydelig erfaring fra branchen, har med udførlige og troværdige begrundelser på eksemplarer af tøjet kunnet påpege, hvorfor tøjet ikke er ægte, og landsretten lægger herefter til grund som bevist, at det fundne tøj i sin helhed er varemærkeforfalsket. Den omstændighed, at der alene er forevist et – som det må antages – repræsentativt udsnit af de fundne varer rejser således ikke begrundet tvivl om, at der i det hele har været tale om forfalskninger. Det er endvidere ubetænkeligt at lægge til grund som bevist, at tiltalte var bekendt hermed.</i></p> <p><i>Efter det allerede anførte har tiltalte under særligt skærpende omstændigheder, under hensyn til den tilsigtede betydelige og åbenbare retsstridige vinding, gjort sig skyldig i tiltalen for overtrædelse af varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. punktum, jf. straffelovens § 21.</i></p> <p><i>Ved anskaffelsen af den meget betydelige mængde tøj har tiltalte forsøgt, for at skuffe i samhandelen, at gøre brug af genstande, som uberettiget var forsynet med privat mærke, der angiver forhold, som er af betydning for samhandelen, hvorfor det tiltrædes, at han har gjort sig skyldig i overtrædelse af straffelovens § 176, stk. 2, jf. § 21.”</i></p>
--	--

Dom nr. 2 – Ophavsretskrænkelse, digital kopiering

Østre Landsrets 11. afdelings ankedom af 30. marts 2006. (ændring af Københavns byrets dom af 14. april 2005.)

Sanktioner	Sagens indhold
<p><u>Byretten:</u> De tiltalte blev idømt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • T1 (KUL): ubetinget fængsel i 1 år • T2 (AH): ubetinget fængsel i 8 	<p><u>Byretten:</u> Der var rejst tiltale mod 8 personer for omfattende indførsel, fremstilling og salg af kopierede CD'er med EDB-programmer, spil og musik.⁴</p>

⁴ De tiltalte var tiltalt for overtrædelse af straffelovens § 299 b, jf. ophavsretslovens § 76, stk. 2, jf. stk. 1, nr. 1 og 2, jf. § 2, og § 77, stk. 2, jf. stk. 1, jf. § 2, samt for nogle forhold §§ 65 og 66.

<p>måneder</p> <ul style="list-style-type: none"> • T3 (CAW): ubetinget fængsel i 3 måneder • T4 (JØR): betinget fængsel i 60 dage • T5 (ABC): betinget fængsel i 60 dage • T6 (CPN): betinget fængsel i 4 måneder • T7 (HMJ): frifundet • T8 (MB): bødestraf på 25.000 <p>Der skete konfiskation af harddiske mv.</p> <p>Byretten udtalte om strafudmålingen:</p> <p><i>”Retten har ved straffastsættelsen lagt vægt på, at sagen omfatter en række organiserede og professionelt tilrettelagte overtrædelser af ophavsretsloven, herunder de tiltalte blandt andet ved anvendelse af forskellige selskaber har fået produceret i hundredtusindvis af cd’ere på fabrikker i udlandet og herefter importeret og videresolgt cd’erne, og at der derved må antages at være opnået et meget betydeligt udbytte.</i></p> <p><i>Der er for [T1 (KUL)] og [T2 (AH)] vedkommende lagt vægt på, at de må anses som hovedmændene bag fremstillingen, importen og udbredelsen af cd’erne, og at de begge er tidligere straffet for ligartet kriminalitet..”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • T1 (KUL) var tiltalt for at have indført, solgt og i visse tilfælde fremstillet 1.152.376 kopierede CD’er med EDB-programmer, spil og musik • T2 (AH) var tiltalt for at have indført solgt og i visse tilfælde fremstillet ikke under 348.396 kopierede CD’er med EDB-programmer, spil og musik. • T3 (CAW) var tiltalt for at have indført og solgt ikke under 929.980 kopierede CD’er med EDB-programmer og spil. • T4 (JØR) var tiltalt for at have indført og solgt 227.500 kopierede CD’er med EDB-programmer og spil. • T5 (ABC) tiltalt for at have indført og solgt ikke under 420.000 kopierede CD’er med EDB-programmer og spil. • T6 (CPN) tiltalt for at have indført og solgt ikke under 98.396 kopierede CD’er med EDB-programmer, spil og musik. • T7 (HMJ) tiltalt for at have indført og solgt ikke under 98.396 kopierede CD’er med EDB-programmer, spil og musik. • T8 (MB) tiltalt for at have indført og solgt ikke under 106.612 kopierede CD’er med EDB-programmer, spil og musik. <p>T1 (KUL), T2 (AH) og T3 (CAW) ankede dommen med påstand om frifindelse, subsidiært formildelse.</p>
---	--

Landsretten

- **T1 (KUL):** stadfæstede 1 års ubetinget fængsel
- **T2 (AH):** stadfæstede 8 måneders ubetinget fængsel
- **T3 (CAW):** ændrede til 3 måneders betinget fængsel.

Om strafudmålingen udtalte landsretten bl.a.:

”Landsretten har ved strafudmålingen særlig lagt vægt på det meget betydelige antal ulovlige cd’er, som de tiltalte er fundet skyldige i at have fået produceret, importeret og videresolgt, den professionalisme, der har været anvendt ved gennemførelsen af de enkelte forhold og de meget betydelige økonomiske værdier, der må antages at have været involveret såvel i relation til udbytte af lovovertrædelserne som til krænkelsen af rettighedshaverne. Der er endvidere lagt vægt på, at de tiltalte [T1 (HUR)] og [T2 (AH)] har været hovedmænd i forholdene.

Herefter straffes [T1 (HUR)] med fængsel i 1 år. Landsretten har lagt vægt på, at grovheden og omfanget af [T1 (HUR)]’s forbrydelser gør det påkrævet at idømme tiltalte den efter den dagældende lov om ophavsret fastsatte højeste straf. Der er under de ovenfor fremhævede omstændigheder ikke grundlag for

Landsretten

Landsretten, der også fandt de tiltalte skyldige i stort set fuldt omfang, udtalte bl.a. om bevisvurderingen:

”Af de grunde, der af byretten er anført vedrørende de enkelte forhold, findes det også efter bevisførelsen for landsretten godtgjort, at cd’erne indeholdt materiale, der i det af byretten fastslåede omfang krænkede rettigheder tilhørende de i forholdene anførte rettighedshavere. Det bemærkes herved, at også de undersøgelser, som anmelderne har foretaget, er indgået i landsrettens bevisvurdering.”

<p><i>at gøre straffen betinget.</i></p> <p><i>Der er heller ikke grundlag for at nedsætte straffen for [T2 (AH)] på 8 måneders fængsel. Der er under de ovenfor fremhævede omstændigheder ikke grundlag for at gøre straffen betinget, heller ikke med vilkår om samfundstjeneste.</i></p> <p><i>Straffen for [T3 (CAW)] på 3 måneders fængsel findes passende udmålt. Særlig under hensyntagen til, at hans medvirken har haft en noget underordnet karakter sammenholdt med hans personlige forhold, kan straffen efter straffelovens § 56, stk. 2, gøres betinget som nedenfor bestemt.”</i></p> <p>Byrettens konfiskationer blev stadfæstede</p>	
---	--

Dom nr. 3 - Ophavsretskrænkelse, digital kopiering

Retten i Randers' dom af 22. maj 2006.

Sanktioner	Sagens indhold
<p>T blev idømt betinget fængsel i 3 måneder.</p> <p>Retten udtalte ved strafudmålingen:</p> <p><i>”Retten har ved straffastsættelsen lagt vægt på, at der er tale om et</i></p>	<p>T, som erkendte sig skyldig, var tiltalt⁵ for at have foretaget digital kopiering af film, musik og spil. Dette var sket forsætligt gennem 2-3 år frem til den. 5. maj 2005 og under særlig skærpende omstændigheder.</p> <p>Han havde efter bestillingssedler solgt et antal kopier til ikke identificerede personer med mindre fortjeneste.</p>

⁵ Overtrædelse af straffelovens § 299 b, jf. ophavsretslovens § 2, jf. § 76, stk. 1, nr. 1, jf. stk. 2.

<p><i>betydeligt antal kopierede film, musiknumre og spil. I formildende retning taler dog, at disse er samlet over en lang årrække som led i en hobby og ikke med henblik på salg. Da tiltalte har gode personlige forhold og ikke tidligere er straffet, gøres straffen betinget.”</i></p> <p>Der skete konfiskation af film mv.</p>	<p>Han blev den 5. maj 2005 fundet i besiddelse af 12.117 produkter, samt 25.375 mp3-numre og WMA-filer, hvoraf 22.000 dog var slettet igen.</p>
--	--

Dom nr. 4 - Ophavsretskrænkelser, brugskunst

Vestre Landsrets 14. afdelings ankedom af 22. maj 2006.⁶ (stadfæstelse af Retten i Mariagers dom af 12. december 2005.)

Sanktioner	Sagens indhold
<p><u>Byretten</u> Begge tiltalte blev idømt bøde på 4.000 kr.</p> <p>Der skete konfiskation.</p>	<p><u>Byretten</u> T1 og T2 var tiltalt⁷ for ved forsætlig og under skærpende omstændigheder i tiden fra 25. november 2004 til den 19. januar 2005, som henholdsvis indehaver og ansat i en antikvitethandel at have solgt 13 kopier af PH 2/1-pendel designet af Poul Henningsen og udbudt yderligere 4 kopier af PH 2/1-pendel til salg, hvorved kunstnerens eneret til brugskunstværket blev krænket.</p> <p>Byretten udtalte: ”De tiltalte har som erhvervsdrivende antikvitethandlere en pligt til at udvise agtpågivenhed ved indkøb af effekter fra uidentificerbare sælgere, idet det må stå sådanne erhvervsdrivende klart, at muligheden for, at der er tale om »varme« varer, er nærliggende.</p> <p><i>I den foreliggende sag har de tiltalte fra en uidentificeret sælger, som kørte rundt med et større antal lamper i kasser</i></p>

⁶ Dommen er trykt som UFR 2006.2463 V.

⁷ Overtrædelse af ophavsretslovens § 76, stk. 2, jf. stk. 1, nr. 1, jf. § 2.

<p>Landsretten: Stadfæstede byrettens strafudmåling</p>	<p><i>uden påskrift, indkøbt 17 lamper, hvoraf de ophængte i hvert fald 4, som dels hang skævt, dels lugtede ved brug. De tiltalte burde på denne baggrund have fattet mistanke til, at der var noget uldent omkring disse lamper, og undladt at foretage videresalg.</i></p> <p><i>Henset til kopiernes slående lighed med originalen findes der ikke grundlag for at statuere, at de tiltalte har udvist forsættelig adfærd under skærpende omstændigheder. På den anden side findes anklageskriftets udformning ikke at indeholde en sådan påtalebegrænsning, at domfældelse alene efter § 76, stk. 1, nr. 1, jf. § 2, er mulig, hvorved bemærkes, at de tiltalte under domsforhandlingen har haft lejlighed til at udtale sig herom også.</i></p> <p><i>De tiltalte findes begge ved groft uagtsom adfærd at have overtrådt ophavsretslovens § 2.”</i></p> <p>T1 og T2 ankede dommen til landsretten med påstand om frifindelse, subsidiært strafnedsættelse eller strafbortfald.</p> <p><u>Landsretten:</u> Landsretten udtalte: <i>”Det er ubestridt, at de handlinger, der er beskrevet i anklageskriftet, objektivt udgør en overtrædelse af ophavsretslovens § 2.</i></p> <p><i>De tiltalte har købt eller været bekendt med købet af de nye lamper til en lav pris af en person, som ikke gav oplysninger om sin forretning eller sit forretningssted. Lamperne var endvidere pakket i kasser uden produktinformation eller angivelse af producent. Selv om disse omstændigheder gav anledning til foretagelse af nærmere undersøgelser, udbød og solgte de tiltalte lamperne uden gennem sådanne undersøgelser at sikre sig nærmere oplysninger om lampernes oprindelse.</i></p> <p><i>Det tiltrædes derfor, at de tiltalte har handlet groft uagtsomt, og at de er fundet skyldige som sket.”</i></p>
---	---

Dom nr. 5 - Ophavsretskrænkelser, digital kopiering

Retten i Odenses dom af 26. oktober 2006.

Sanktioner	Sagens indhold
<p>Tiltalte blev idømt bøde på 20.000 kr.</p> <p>Om strafudmålingen udtalte byretten: <i>"Retten har lagt vægt på den tid, der er forløbet siden ransagningen fandt sted, dvs. efterforskningens hurtighed og på, at tiltalte solgte på sin arbejdsplads."</i></p> <p>Der skete konfiskation af kopier mv. samt udbytte på 8.750 kr.</p>	<p>T var tiltalt for overtrædelse af ophavsretslovens ved:</p> <ul style="list-style-type: none">• at have downloaded musik og film fra Internettet.• at have fremstillet 5226 lydoptagelser og 535 billedoptagelser.• at have gjort et tilsvarende antal kopier tilgængelige for almenheden.• at have delt disse optagelser med de øvrige brugere af peer-to-peer systemer.• at have videresolgt 30 lydoptagelser og 200 billedoptagelser. <p>T erkendte sig skyldig.</p>

Dom nr. 6 - Ophavsretskrænkelser, digital kopiering

Retten i Brødstrups dom af 19. december 2006.

Sanktioner	Sagens Indhold
<p>Tiltalte blev idømt betinget fængsel i 5 måneder på betingelse af 90 timers samfundstjeneste.</p>	<p>Der var rejst tiltale mod T for en række forskellige forhold, herunder piratkopiering ved at have besiddet⁸ 382 filmkopier og 17 CD-kopier på sin PC'er, samt at have fremstillet og solgt 50 DVD-film.</p> <p>T erkendte sig skyldig</p>

⁸ Besiddelse ikke selvstændigt er kriminaliseret, men at T havde erkendt, at have kopieret film og musik på sin hard-disk.

Dom nr. 7 – Varemærkeforfalskning

Københavns byrets dom af 18. december 2006.

Sanktioner	Sagens Indhold
Tiltalte blev idømt en bøde på 20.000 kr. Der skete konfiskation af de piratkopierede produkter.	T var tiltalt ⁹ for at have udbudt 63 tørklæder, 36 punge, en kalender og 5 tasker, der alle var piratkopierede, til salg i en forretning. T erkendte sig skyldig

Dom nr. 8 - Ophavsretskrænkelse, digital kopiering

Retten i Hernings dom af 13. marts 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
Tiltalte blev idømt betinget fængsel i 40 dage	T var tiltalt ¹⁰ for at have fremstillet 1221 DVD-film, hvoraf han solgte 300-500 eksemplarer til en videre kreds af personer. T erkendte sig skyldig

Dom nr. 9 - Ophavsretskrænkelse, digital kopiering

Retten i Esbjergs dom af 6. februar 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
Tiltalte blev idømt betinget fængsel i 3 måneder Der skete konfiskation	T var tiltalt for overtrædelse af ophavsretsloven ¹¹ ved fra medio 2003 til 25. november 2004 at have kopieret ca. 450 DVD-film ca. 5 gange, samt 205 musikværker, alt til en samlet værdi af ikke under 182.500 kr., hvorefter

⁹ Overtrædelse af varemærkelovens § 42, stk. 1, 2.pkt

¹⁰ Overtrædelse af straffelovens § 299 b, jf. ophavsretslovens § 76, stk. 2, jf. stk. 1, nr. 1, jf. § 2.

¹¹ Ophavsretslovens § 76, stk. 2, jf. stk. 1, nr. 1, jf. § 2,

	<p>han videresolgte disse til ca. 10 aftagere.</p> <p>T erkendte sig skyldig</p>
--	--

Dom nr. 10 – Varemærkeforfalskning

Retten i Hjørrings dom af 22. juni 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
<p>Tiltalte blev idømt bødestraf på 24.000 kr.</p> <p>Der skete konfiskation af taskerne</p>	<p>T var tiltalt for overtrædelse af varemærkeloven,¹² ved den 2. juni 2006 at have udbudt 123 falske tasker til salg.</p> <p>T erkendte sig skyldig</p>

Dom nr. 11 - Ophavsretskrænkelse, digital kopiering

Retten i Næstveds dom af 22. juni 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
<p>Tiltalte blev idømt betinget fængsel i 30 dage.</p> <p>Der skete konfiskation</p>	<p>T var tiltalt for overtrædelse af ophavsretsloven¹³ ved i perioden primo 2004 til juni 2005 forsætligt og under skærpende omstændigheder fra sin bopæl at have fremstillet 1.000 kopier af DVD-film, 70 kopier af spil, samt 11 kopier af musik-DVD'er med salg for øje. T havde desuden udbudt salgslister og videresolgt 250 produkter.</p> <p>T erkendte sig skyldig</p>

¹² Varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt., jf. § 4, stk. 1, nr. 2.

¹³ Ophavsretsloven § 76, stk. 2, jf. stk. 1, nr. 1 og nr. 2, jf. §§ 66-67 og 70, jf. § 2, jf. § 76, stk. 1.

Dom nr. 12 – Varemærkeforfalskning

Retten i Hjørrings dom af 29. juni 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
<p>Tiltalte blev idømt bødestraf på 20.000 kr.</p> <p>Der skete konfiskation af taskerne.</p> <p>Tiltalte også pålagt at betale erstatning og vederlag på 50.000 kr. jf. varemærkelovens § 43.</p> <p>Beløbet blev fastsat skønsmæssigt og under hensyn til tiltaltes forhold (jf. Erstatningsansvarslovens § 24).</p>	<p>T var tiltalt for overtrædelse af varemærkeloven¹⁴ ved den 2. juni 2006 at have udbudt 83 falske tasker og 27 bæltter til salg.</p> <p>Retten udtalte:</p> <p><i>”Louis Vuitton har anført, at tiltalte i medfør af Varemærkelovens § 4, stk. 1, Designlovens § 9 og Ophavsretslovens § 2 bør betale vederlag beregnet som en licensafgift på 25 % af værdien på 491.900 kr. af ægte produkter svarende til 122.950 kr. samt erstatning for markedsforstyrrelse med 100 % heraf, i alt 245.950 kr. og endelig erstatning for tab og ideelskade med et beløb svarende hertil, i alt 491.900 kr.</i></p> <p><i>Tiltalte har bestridt, at have krænket Louis Vuittons rettigheder, subsidiært bør kravet reduceres meget væsentligt, da tiltalte alene nåede at sælge et begrænset antal produkter og krænkelsen er sket på et kræmmermarked. Et eventuelt erstatningsansvar bør lempes i medfør af Erstatningsansvarslovens § 24.</i></p> <p><i>Efter bevisførelsen, herunder ved den under hovedforhandlingen gennemførte påvisning af forskelle og ligheder mellem ægte Louis Vuitton produkter og de hos tiltalte den 2. juni 2006 i bevaring tagne tasker og bæltter finder retten sådanne ligheder, jfr. Varemærkelovens § 4, stk. 1, nr. 2 at der ved salget af de nævnte produkter er sket en krænkelse af Louis Vuittons varemærkeret. Forfalskningen tilregnes tiltalte som forsætlig og tiltalte findes derfor skyldig efter anklageskriftet.”</i></p>

¹⁴ Varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt., jf. § 4, stk. 1, nr. 2.

Dom nr. 13 – Varemærkeforfalskning

Sø- og Handelsrettens dom af 3. april 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
<p>Der blev nedlagt fagedforbud mod sagsøgtes salg af varemærkeforfalskede varer.</p> <p>De forfalskede varer blev beslaglagt.</p> <p>Bevissikringen i form af undersøgelse af sagsøgtes forretningslokaler, computere og regnskaber stadfæstedes.</p> <p>Sagsøgtes skulle betale en erstatning på 100.000 kr. eksklusiv procesrente til sagsøger.</p> <p>Sagsøgtes skulle betale 55.450 kr. eksklusiv renter i sagsomkostninger til sagsøger.</p>	<p>Sagsøgte havde i 2004 købt og solgt varemærkeforfalskede beklædningsgenstande fra selskabets butik på Strøget i København. På grund af sagsøgtes manglende bogføring var retten nødt til at skønne sagsøgtes omsætning af de forfalskede varer.</p> <p>Retten udtalte:</p> <p><i>”Retten finder på baggrund af bevissløringen fra (sagsøgtes) side at måtte lægge til grund at salget af forfalskede produkter har været væsentligt større end angivet af (sagsøgte). Det må videre lægges til grund at (sagsøgte) gennem sin markedsføring i væsentligt omfang har medvirket til i betydeligt omfang at skade markedet for Von Dutch produkterne. (...) På den baggrund og under hensyn til reglerne i artikel 13 i direktiv 2004/48/EF af 29. april 2004 om håndhævelse af intellektuelle ejendomsrettigheder kommer retten frem til at fastsætte den samlede erstatning og godtgørelse til 100.000 kr. der forrentes med procesrente af 35.000 kr. fra sagens anlæg den. 1. december 2004 til påstandsforhøjelsen i processkrift modtaget den 18. maj 2005 hvorefter det samlede beløb forrentes fra denne dato.”</i></p>

Dom nr. 14 – Varemærkeforfalskning

Retten på Frederiksbergs dom af 24. oktober 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
Tiltalte blev idømt betinget fængsel i 40 dage.	T var tiltalt for overtrædelse af varemærkeloven ¹⁵ ved den 17. september 2006 på en stand på et kræmmermarked under skærpende omstændigheder ved erhvervs-mæssigt brug, at have udbudt en betydelig mængde piratkopierede T-shirts og sweatshirts til salg.
Tiltalte blev idømt en tillægsbøde på 20.000 kroner.	En række af de krænkede rettighedshavere havde nedlagt påstand om erstatning på 3.000 kr. + moms.
Der skete konfiskation.	T erkendte sig skyldig og anerkendte erstatningspligten og erstatningskravets størrelse.
Tiltalte blev dømt til at betale i alt 3.000 kr. + moms og procesrente til en række af de krænkede rettighedshavere.	

Dom nr. 15 – Varemærkeforfalskning

Sø- og Handelsrettens dom af 12. november 2007.

Sanktioner	Sagens Indhold
Retten stadfæstede SKAT Københavns beslutninger om suspension af frigivelse af de piratkopierede jakker.	Sagsøgte havde købt 2 piratkopierede jakker på en internetauktion. Herefter havde sagsøgte kontaktet sælger direkte og købt yderligere 10 piratkopierede jakker uden om auktionssystemet og efter direkte aftale med sælger.
Sagsøgte fik forbud mod at producere, importere, sælge, markedsføre og/eller på anden måde overdrage eller disponere over produkter, som bærer et eller flere af sagsøgers registrerede varemærker, uden at disse hidrører fra	SKAT havde, med hjemmel i artikel 4 i Rådets direktiv (EF) nr. 1383/2003 af 22. juli 2003, tilbageholdt samtlige 12 jakker, som var sendt i 3 forsendelser á 4 jakker. Efter sagsøgtes anmodninger, havde SKAT herefter truffet beslutninger om suspension af frigivelse af jakkerne.

¹⁵ Varemærkelovens § 42, stk. 1, jf. stk. 2, 2. pkt., jf. § 4.

<p>sagsøger.</p> <p>Sagsøgte blev dømt til at betale 15.000 kr. eksklusiv procesrente til sagsøger.</p> <p>De piratkopierede jakker blev destrueret.</p>	<p>Retten udtalte:</p> <p><i>”Når det tages i betragtning, at sagsøgte indkøbte de varemærkeforfalskede varer via internettjenesten ”eBay”, hvilket efter sagsøgtes egen forklaring giver anledning til at udvise forsigtighed med hensyn til vurderingen af varens ægthed, samt når henses til prisdifferencen mellem sagsøgtes faktiske pris for jakkerne og den sædvanlige udsalgspris og sagsøgtes i kraft af sit tidligere ansættelsesforhold særlige kendskab til de omhandlede jakker, findes sagsøgte ved købet at have handlet ansvarspådragende. (Sagsøger) har derfor krav på et beløb som rimeligt vederlag samt erstatning, jf. varemærkelovens § 43, stk. 1, nr. 1 og 2.”</i></p>
--	---

Bilag II: Oversigt over international regulering

1. World Trade Organization (WTO)

1.1. TRIPS-aftalen

TRIPS-aftalen, der er knyttet til Overenskomsten om oprettelse af Verdenshandelsorganisationen (WTO), bygger på de fundamentale principper i WIPO-konventionerne og indeholder de grundlæggende regler for beskyttelsen af de individuelle rettigheder vedrørende varemærker, patenter, design mv. samt rettigheder på det ophavsretlige område vedrørende bl.a. musik, litteratur, film mv.

TRIPS-aftalen forpligter WTO-medlemslandene til at indføre regler om beskyttelse af IP-rettigheder og procedurer for håndhævelsen af disse rettigheder. Reglerne i aftalen er gennemført i alle de industrialiserede lande, der er medlemmer af WTO. En lang række udviklingslande, herunder f.eks. Brasilien, Indien og Kina, har ligeledes gennemført TRIPS-aftalen. De lande, som karakteriseres som de mindst udviklede lande ("least developed countries"), har fået en overgangsordning, der udløber i 2018.

Der er i aftalen indbygget en række retlige procedurer, der skal sikre en fair og retfærdig proces.

1.2. WTO's tvistbilæggelsessystem

WTO's tvistbilæggelsessystem er et voldgiftslignende system, som afgør uenigheder mellem medlemslandene. Et WTO-medlem, som finder at en fordel, som direkte eller indirekte følger af en af WTO-aftalerne, er blevet ophævet eller forringet af et andet medlemsland, kan, forudsat at konsultationer inden for 60 dage mislykkes, anmode om nedsættelse af et tvistpanel, hvor parterne fører deres sag. Panelet træffer afgørelse senest et år efter, at sagen er rejst, og afgørelsen kan appelleres til WTO's appelorgan. Sagens taber skal senest 30 dage efter afgørelsen tilkendegive, om man agter at følge (appel)panelets afgørelse, og i givet fald hvorledes problemet forventes udbedret. Hvis sagens taber ikke vil efterleve afgørelsen, forhandler parterne om en økonomisk kompensation til det forurettede land. Kan parterne ikke blive enige, beder det forurettede land om lov til at indføre straf-told mod det anklagede land. Afgørelserne i tvistbilæggelsessystemet er bindende for landene.

Der er ikke noget krav om, at det klagende WTO-medlem kan bevise en retlig interesse, inden det kan anmode om konsultationer og anlægge en sag. Alene interessen i, at de øvrige medlemmer lever op til deres forpligtelser, er tilstrækkeligt.

Både EU's medlemsstater og Fællesskabet er medlemmer af WTO, men Kommissionen fører på vegne af Fællesskabet og medlemsstaterne ordet ved forhandlingerne i WTO, herunder også i Dispute Settlement Body (DSB), der er den overordnede instans for tvistbilæggelse. Det er i denne forsamling, der bliver nedsat paneler. Endvidere er det her, at panel- og appelorganets rapporter samt endelige sanktioner bliver vedtaget.

Den delte kompetence for WTO-aftalen understreger ifølge EF-Domstolen behovet for, at medlemsstaterne og Fællesskabets institutioner samarbejder for at sikre enhed i Fællesskabets optræden udadtil. Kommissionen træffer beslutning om, hvorvidt der skal rejses en WTO-sag, eller hvilken rolle EU skal spille i WTO-tvister mellem andre WTO-medlemmer.

Hvis man som medlemsstat ønsker, at Kommissionen fører en sag ved WTO, er første skridt at sikre sig støtte til sagen blandt de andre EU-medlemsstater, herunder formanden for Art. 133-Komiteen, derefter at anmode Kommissionen om at undersøge de overtrædelser, som man ønsker at Kommissionen fører en sag på.

1.3. WTO's Trade Policy Review Mechanism (TPRM)

Alle WTO medlemslande er genstand for regelmæssige evalueringer af deres handelspolitik og love under Trade Policy Review Mechanism (TPRM). Evalueringerne bliver gennemført af Trade Policy Review Body (TPRB), som er identisk med WTO's General Council, hvor alle WTO's medlemslande er repræsenteret. Evalueringen er baseret på en rapport udarbejdet af WTO's sekretariat og en redegørelse fra det land, der bliver evalueret. Under evalueringen i TPRB har alle lande mulighed for at kommentere på dokumenterne og stille spørgsmål til det land, der bliver evalueret. TPRM giver således mulighed for - på en diplomatisk måde - at påpege manglende implementering eller håndhævelse på IP-området. Proceduren for EU landene er, at Kommissionen udarbejder spørgsmål til de lande, der skal evalueres, og beder medlemsstaterne om input hertil.

2. Verdensorganisationen for Intellectuel Ejendomsret (WIPO)

2.1. Pariserkonventionen om beskyttelse af industriel ejendomsret

En af de væsentligste og ældste konventioner, som stadig danner grundlag for beskyttelse af industriel ejendomsret, er Pariserkonventionen fra 1883.

Pariserkonventionen blev tiltrådt af Danmark i 1894. Konventionen har 184 medlemslande og dækker hele den industrialiserede verden, men også lande som Kina og Indien. Konventionen administreres af WIPO i Genève (Verdensorganisationen for Intellectuel Ejendomsret), som er en specialiseret organisation under FN.

Konventionen har som sit primære mål at fremme beskyttelsen af immaterielle rettigheder internationalt og indeholder grundprincipperne for beskyttelse af varemærker, opfindelser (patent) og industrielle design, men ikke ophavsret, der i stedet er omfattet af Bernerkonventionen beskrevet i afsnit 2.2.

Pariserkonventionen indeholder bl.a. regler om adgang til konfiskation af varemærkeforfalskede og piratkopierede varer, men forpligter ikke medlemslandene til at konfiskere varer i transit. Desuden skal medlemslandene yde tilstrækkelig beskyttelse mod unfair konkurrence, herunder ved nedlæggelse af forbud mod handlinger, som giver anledning til forveksling af varer produceret af en konkurrent. Endelig forpligter medlemslandene sig også til at give andre landes indbyggere adgang til effektive retsmidler til understøttelse af de ovenstående beskrevne tiltag. Pariserkonventionen indeholder ikke øvrige regler om fastsættelse af erstatnings- eller strafferetlige tiltag.

Med udgangspunkt i Pariserkonventionen er der i WIPO-regi udarbejdet en række traktater for at sikre, at medlemslandene yder en ensartet beskyttelse af alle IP-rettigheder, og at alle ansøgninger, der indgives for de IP-rettigheder, der skal beskyttes ved registrering, behandles ens. Disse behandles nærmere under afsnit 3.

2.2. Bernerkonventionen om beskyttelse af ophavsrettigheder

Den vigtigste internationale konvention på ophavsretsområdet er Bernerkonventionen fra 1886, som senest er revideret i 1971. Konventionen, som blev tiltrådt af Danmark i 1903, er i dag tiltrådt af i alt 163 lande, herunder af alle EU-medlemsstater, USA, Kina, Indien m.fl.

Konventionen bygger på fire grundlæggende principper:

Territorialitetsprincippet: Dvs., at de enkelte lande kun må fastsætte regler vedr. handlinger på det pågældende lands eget territorium. F.eks. skal fotokopiering foretaget i Tyskland reguleres af den tyske ophavsretslov og ikke af nogen andre landes lovgivninger.

Minimumsregler: De enkelte lande skal som betingelse for at komme med i kredsen af Bernerkonventionslande leve op til visse minimumskrav, bl.a. om beskyttelsestid, kopiering og offentlig fremførelse.

National behandling: De enkelte lande skal yde ophavsmænd fra andre lande mindst samme beskyttelse, som landet yder sine egne ophavsmænd. Man må med andre ord ikke diskriminere udenlandske ophavsmænd. I konventionen er der dog enkelte undtagelser herfra (disse undtagelser bygger i stedet på princippet om materiel gensidighed).

Ingen formalitetskrav: Dvs., at intet Bernerkonventionsland må stille formalitetskrav som betingelse for at opnå beskyttelse i det pågældende land. Det inkluderer, at et land f.eks. ikke må kræve registrering af et udenlandsk værk som betingelse for at anerkende det som et beskyttet værk. Tilsvarende må brug af copyright-mærket © ikke være en betingelse for ophavsretsbeskyttelse.

WIPO vedtog i 1996 en traktat - WIPO Copyright Treaty (WCT) - der udgør et vigtigt supplement til Bernerkonventionen bl.a. vedrørende beskyttelse af edb-programmer og databaser, tekniske foranstaltninger og internettransmissioner. Traktaten trådte i kraft i marts 2002 men er endnu ikke tiltrådt af Danmark.

Hverken Bernerkonventionen eller WCT indeholder materielle bestemmelser om retshåndhævelse. Det følger dog af konventionerne, at de enkelte lande er forpligtede til at have de fornødne retshåndhævelsesværktøjer med henblik på at kunne retsforfølge overtrædelser. Hertil kommer, at Bernerkonventionen indeholder bestemmelse om, at en strid mellem to eller flere medlemslande om fortolkning af konventionen kan forelægges Den Mellemløselige Domstol af ethvert af de pågældende lande.

2.3. Romkonventionen til beskyttelse af nærtstående rettigheder

Når det gælder beskyttelsen af nærtstående rettigheder, er den traditionelt vigtigste konvention Romkonventionen fra 1961 om beskyttelse af udøvende kunstnere, pladeproducenter samt radio- og tv-foretagender. Romkonventionen bygger på de samme grundprincipper som Bernerkonventionen, men beskyttelsesniveauet er betydeligt lavere. Danmark tiltrådte denne konvention i 1965, som i dag er tiltrådt af i alt 86 lande.

WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT) fra 1996 kommer formentlig til at afløse Romkonventionen. WPPT har et betydeligt højere beskyttelsesniveau end Romkonventionen men omfatter ikke beskyttelse af radio- og tv-foretagender. I lighed med Romkonventionen omfatter WPPT ikke beskyttelsen af såkaldte audiovisuelle fremførelser, dvs. beskyttelse af skuespillere og andre udøvende kunstnere i film, tv-programmer mv. WPPT trådte i kraft i maj 2002, men er ligesom WCT endnu ikke tiltrådt af Danmark.

Hverken Romkonventionen eller WPPT indeholder materielle bestemmelser om retshåndhævelse. Det følger dog af konventionerne, at de enkelte lande er forpligtede til at have de fornødne retshåndhævelsesværktøjer med henblik på at kunne retsforfølge overtrædelser.

2.4. Patent Cooperation Treaty (PCT)

Formålet med traktaten er at lette formaliteterne ved ansøgning om patent i flere lande og løser især problemet med nyhedshøjde, idet alle patentansøgninger nu ikke skal indleveres på samme tid. Det er således enklere, men også billigere end at søge separat for hvert enkelt land. Danmark har deltaget siden etableringen af denne traktat, som har tilslutning fra mere end 100 lande.

En PCT-ansøgning indleveres til WIPO, som administrerer traktaten. Det vil sige, at man kan nøjes med at indlevere én ansøgning, der dækker de PCT-medlemslande, der er udpeget i ansøgningen. Den internationale PCT-ansøgning underkastes først en undersøgelse hos en særlig "PCT-myndighed", som har fået overdraget ansvaret af de andre medlemslande til at behandle PCT-ansøgninger. Herefter sendes ansøgningen til de nationale patentmyndigheder i de lande, som er udpeget, og som endeligt vurderer, om ansøgningen kan føre til et patent i hjemlandet. Er det tilfældet, er patentet underkastet national lovgivning, herunder de nationale domstole i tilfælde af konflikter vedrørende patentet.

Indtil 1. januar 2008 vil den svenske patentmyndighed (Patentverket) og EPO kunne behandle danske PCT-ansøgninger. Efter den 1. januar 2008 kan Patent- og Varemærkestyrelsen gennem samarbejdet med Island og Norge i det nyligt oprettede Nordisk Patent Institut også behandle PCT-ansøgninger for danske ansøgere.

Traktaten indeholder ikke regler om håndhævelse.

2.5. Madrid-Arrangementet og den tilhørende Madrid-Protokol vedrørende varemærker og Genève Aftalen vedrørende design

Formålet med begge aftaler er, at ansøger med en ansøgning får en registrering i de af de tilsluttede lande, som ansøger udpeger i sin ansøgning. Hvis ansøgningen ikke kan anerkendes i det pågældende land, fordi registreringsbetingelserne i dette land ikke er opfyldt, skal registreringsmyndigheden inden en vis frist give meddelelse til WIPO herom. Bliver registreringen imidlertid ikke erklæret ugyldig, gælder den som var den en national registrering.

Danmark har ikke tiltrådt Madrid-Arrangementet, men er medlem af Madrid-Protokollen. Danmark er endvidere i gang med at ratificere Genève-Aftalen. Der er 57 medlemslande i Madrid-Protokollen og 23 medlemslande i Genève-Aftalen.

WIPO foretager ingen undersøgelse af det enkelte varemærke eller design for at kontrollere om betingelserne for registrering er opfyldt.

Systemerne indeholder ingen bestemmelser om sanktioner for eventuelle krænkelse. Dette er et nationalt anliggende og i sidste ende op til de nationale domstole.

For begge de internationale registreringssystemer har EU vedtaget et såkaldt "Link", som betyder, at der via ansøgning gennem Madrid Protokollen og Genève-Aftalen kan opnås varemærke- eller designbeskyttelse i EU. Det forudsætter, at ansøger har udpeget EU i sin ansøgning.

3. EU-retsakter til beskyttelse af Immaterielle rettigheder

Igennem en lang årrække har der i EU været forhandlet om et EU-patent. Det er endnu ikke lykket at blive enige blandt medlemsstaterne, hvilket bl.a. skyldes uenighed om sprog. Hvad der ikke er

lykkedes for patenter er til gengæld lykkedes for varemærker og design, hvilket beskrives i nedenstående. Derudover er der vedtaget en række direktiver.

3.1. EU-retsakter på varemærke- og designområdet

Rådets forordning 40/1994 af 20. december 1993 om EF-varemærker og Rådets forordning 6/2002 af 12. december 2001 om EF-design

Forordningerne gør det muligt via én enkelt ansøgning at opnå beskyttelse af hhv. et varemærke eller design i hele EU. Ansøgningen har den samme retsvirkning overalt indenfor Fællesskabet. Ansøgere overalt i verden kan indgive deres ansøgning til OHIM, som herefter registrerer varemærket eller designet, hvis betingelserne herfor er opfyldt.

Kravene til registrering er principielt de samme som stilles til nationale registreringer i de enkelte EU-lande.

EF-Varemærkeforordningen indeholder ikke regler om retsmidler, herunder strafferetlige sanktioner. Eventuelle krænkelse af EF-varemærker og EF-design skal indbringes for nationale domstole, som er specielt udpegede af de pågældende lande til at behandle disse sager. Det vil sige, at national lovgivning finder anvendelse, f.eks. med hensyn til erstatning og udmåling af eventuel straf, ligesom det er de nationale regler om forbud, påbud mv., der skal anvendes.

Retshåndhævelsesdirektivet (2004/48/EF)

Direktivet blev implementeret i de danske retslovgivningslove ved lov nr. 1430 af 21. december 2005.

Direktivet, der bliver omtalt som retshåndhævelsesdirektivet, giver bl.a. mulighed for, at der ved udmålingen af erstatning i forbindelse med krænkelsessager ikke blot kan tages hensyn til den krænkede tab, men også til krænkerens uberettigede fortjeneste. Herved er der åbnet mulighed for at fastsætte højere erstatninger for krænkelse af immaterielle rettigheder end efter den almindelige danske erstatningsret, der kun tager udgangspunkt i det lidte tab.

Med implementeringen af retshåndhævelsesdirektivet har domstolene samtidig fået mulighed for at benytte andre sanktioner. Domstolene kan således beslutte, at de krænkende varer skal kaldes tilbage fra handlen, og varerne samt redskaber, der har været anvendt til at fremstille varerne, skal tilintetgøres. Endelig har domstolene mulighed for at bestemme, at retsafgørelsen skal offentliggøres.

Varemærke- og designdirektiver

Der er endvidere i henholdsvis 1989 og 1998 vedtaget varemærke- og designdirektiver, der harmoniserer reglerne på disse områder indenfor EU. Varemærkedirektivet (89/104/EF) og designdirektivet (98/71/EF) er begge implementeret i den danske lovgivning.

3.2. Direktiver på ophavsrettens område

Der er vedtaget i alt 8 direktiver inden for EU på ophavsrettens område. Det seneste af disse direktiver er retshåndhævelsesdirektivet, der er nærmere beskrevet ovenfor. Herudover er der gennem tiden vedtaget følgende:

Edb-direktivet:

Direktivet hidrører fra 1991 og blev implementeret i dansk ret i 1992. Direktivet vedrører den ophavsretlige beskyttelse af edb-programmer og indeholder særlige regler om bl.a. piratkopiering, dekompilering, udlejning, ansættelsesforhold og kopispæringer.

Direktivet indeholder alene en enkelt sanktionsbestemmelse, idet det bestemmes, at en ulovlig kopi af et edb-program skal beslaglægges i overensstemmelse med den pågældende medlemsstats lovgivning.

Udlejnings- og udlånsdirektivet:

Direktivet hidrører fra 1992 og blev implementeret i dansk ret i 1995. Direktivet vedrører særligt udlejningsrettigheder, biblioteksudlån, beskyttelsen af nærtstående rettigheder i form af bl.a. producentbeskyttelse af billedoptagelser og konsumtion af spredningsretten.

Direktivet indeholder ikke sanktionsbestemmelser.

Satellit- og kabeldirektivet:

Direktivet hidrører fra 1993 og blev implementeret i dansk ret i 1995. Direktivet vedrører ophavsret og nærtstående rettigheder i forbindelse med dels udsendelse i satellit-tv og -radio, dels videre-spredning af radio- og tv-udsendelser i kabelanlæg, herunder spørgsmål om kollektiv rettighedsforvaltning.

Direktivet indeholder ikke sanktionsbestemmelser.

Beskyttelsestidsdirektivet:

Direktivet hidrører fra 1993 og blev implementeret i dansk ret i 1995. Direktivet vedrører særligt beskyttelsestiden for ophavsrettigheder og nærtstående rettigheder.

Direktivet indeholder ikke sanktionsbestemmelser.

Databasedirektivet:

Direktivet hidrører fra 1996 og blev implementeret i dansk ret i 1998. Direktivet vedrører den retlige beskyttelse af databaser, dels efter de almindelige regler om ophavsretlig beskyttelse af værker, dels efter nogle særlige regler, hvad enten der er tale om elektroniske eller papirbaserede databaser.

Direktivet indeholder en sanktionsbestemmelse, hvorefter medlemsstaterne er forpligtede til at fastlægge passende sanktioner i tilfælde af krænkelse af rettighederne i henhold til direktivet.

Infosoc-direktivet:

Direktivet hidrører fra 2001 og blev implementeret i dansk ret i 2002. Direktivet er det mest omfattende af de ophavsretlige direktiver og indebærer en meget betydelig harmonisering af området. Direktivet harmoniserer en række ophavsretlige grundbeføjelser såsom eksemplar fremstillingsretten, spredningsretten og overføringsretten for ophavsmænd og udøvende kunstnere, fonogramproducenter m.fl. Direktivet indeholder desuden en i princippet udtømmende liste over mulige undtagelser fra eneretten der, bortset fra en undtagelse om retten til midlertidig kopiering, alle er valgfri.

Direktivet indeholder sanktionsbestemmelser, idet direktivet bl.a. fastslår, at medlemsstaterne skal indføre passende sanktioner og retsmidler over for krænkelse af de rettigheder og forpligtelser, der er fastsat i direktivet, ligesom der skal træffes de foranstaltninger, der er nødvendige for at sikre, at

sanktionerne og retsmidlerne finder anvendelse. Sanktionerne skal være effektive, stå i rimeligt forhold til kränkelsen og være afskrækkende.

Herudover skal medlemsstaterne træffe de nødvendige foranstaltninger for at sikre, at rettighedshavere, hvis interesser påvirkes af en kränkelse, kan anlægge erstatningssøgsmål og/eller kræve nedlagt forbud og i givet fald kræve beslaglæggelse af det materiale, der ligger til grund for kränkelsen, ligesom der kan kræves beslaglæggelse af anordninger, der kan tjene til omgåelse af kopispæringer.

Endelig indeholder direktivet en sanktionsbestemmelse, hvorefter det skal være muligt for en rettighedshaver at nedlægge fagedforbud over for en mellemmand, hvis tjenester anvendes af tredjemand til at krænke ophavsretten. Denne sanktionsbestemmelse har ikke ført til en ændring af ophavsretsloven, idet de almindelige fagedforbudsbestemmelser i retsplejelovens kap. 57 opfylder direktivets bestemmelse herom.

Følgeretsdirektivet:

Direktivet hidrører fra 2001 og er implementeret i dansk ret i 2005. Direktivet vedrører kunstneres ret til vederlag ved erhvervsmæssigt videresalg af kunstværker.

Direktivet indeholder ikke sanktionsbestemmelser.

4. Særlige regionale ordninger

4.1. Den Europæiske Patentorganisation (EPO)

Den Europæiske Patentorganisation er et samarbejde mellem en lang række lande, som omfatter EU-landene, Schweiz, Monaco og Liechtenstein, men er ikke en del af EU-systemet. Danmark tilsluttede sig i 1990.

Formålet med samarbejdet er at simplificere og billiggøre udstedelsen af patenter i Europa, så der med én ansøgning kan opnås patent i flere europæiske lande. Ansøgningen med udpegelse af de lande, der er medlem af EPO, og hvori der ønskes patent, indgives til EPO, som har hovedsæde i München. EPO undersøger ansøgninger og udsteder herefter patentet med gyldighed i de pågældende lande, hvis betingelserne i Den Europæiske Patent Konvention (1978) er opfyldt. Patentet får gyldighed som et nationalt patent. Eventuelle konflikter skal derfor løses efter national lovgivning. Den danske patentlov er i overensstemmelse med konventionen.

Der arbejdes med etableringen af et fælles europæisk domstolssystem på patentområdet. Ideen med en fælles patentdomstol er ikke ny. Derimod har det igennem en lang årrække vist sig vanskeligt at opnå enighed om, hvordan en domstolsløsning skal organiseres. Der arbejdes i øjeblikket med flere forskellige løsningsmodeller. Det er endnu uafklaret, om domstolens kompetence skal omfatte sager om både europæiske patenter og fremtidige EF-patenter, ligesom der er en lang række andre uafklarede spørgsmål. På nuværende tidspunkt er det derfor ikke muligt at sige, om det vil lykkes at opnå enighed om en fælles patentdomstol under de nuværende forhandlinger, og hvordan domstolens kompetenceområde eller struktur i givet fald vil komme til at se ud.

Bilag III: Internationale fora og netværk med relation til piratkopiering

Patent- og Varemærkestyrelsen

Patent- og Varemærkestyrelsen deltager i en række internationale fora, da national lovgivning på styrelsens område i vidt omfang udspringer af EU-regulering og internationale traktater. I den forbindelse behandles spørgsmål om håndhævelse generelt samt piratkopiering. Det drejer sig om fora i EU, The World Trade Organization (WTO) samt FNs immaterialretsorgan og rettighedsudstedende myndighed World Intellectual Property Organization (WIPO). Endvidere deltager styrelsen i de styrende organer og i faglige arbejdsgrupper hos de internationale patent- og varemærkemyndigheder. Også her drøftes spørgsmål om håndhævelse og piratkopiering.¹⁶

For så vidt angår internationale konferencer om piratkopiering deltager styrelsen i den årlige internationale konference om piratkopiering, Global Congress on Combating Counterfeiting and Piracy, der afholdes af Interpol, WIPO og The World Customs Organization (WCO) i samarbejde med den private sektor og WIPO.

Kulturministeriet

Kulturministeriet deltager både på EU-niveau og i FN-regi (WIPO) i det internationale arbejde på ophavsrettens område, idet ophavsretten i vid udstrækning er genstand for fælles harmonisering. Herudover deltager Kulturministeriet i UNESCO's governing bodies, samt når der i WTO-sammenhæng opstår ophavsretlige spørgsmål. I disse fora behandles jævnligt spørgsmål om håndhævelse generelt og om piratkopiering.

SKAT

SKAT deltager i Europa-Kommissionens komité, Customs Code Committee, Counterfeit Goods Section. Denne komité varetages af Europa-kommissionens Generaldirektorat for Beskatning og Toldunionen, DG TAXUD, og beskæftiger sig alene med varemærke-forfalskning og piratkopiering, jf. Rådets forordning nr. 1383/2003 og Kommissionens forordning nr. 1891/2004. Komitéen afholder ca. to møder om året.

SKAT deltager desuden i WCO's samarbejde om immaterielle rettigheder gennem deltagelse i The Secure Working Group, der består af både toldmedarbejdere, rettighedshavere samt repræsentanter fra internationale interesseorganisationer mv.

SKAT deltager endvidere i den årlige internationale konference om piratkopiering, Global Congress on Combatting Counterfeiting and Piracy.

Lægemiddelstyrelsen

Lægemiddelstyrelsen deltager i et europæisk netværk, European Medicines Enforcement Officers (EMEEO), hvor forfalskede lægemidler er et højt prioriteret emne. Dette netværk blev primo 2007 formelt en arbejdsgruppe under HMA - Working Group of Enforcement Officers. Heri deltager lægemiddelmyndighederne fra EU-landene samt Norge og Schweiz. Netværket benyttes bl.a. til at udveksle erfaringer mht. efterforskning og retshåndhævelse i sager om ulovlig forhandling af lægemidler, herunder særligt forfalskede lægemidler.

Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet

Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet deltager i en række internationale fora om immaterielle rettigheder, herunder Interpol og Intellectual Property Crime Action Group (IPCAG),

¹⁶ EU-varemærkekontoret Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM), Den europæiske patentorganisation European Patent Organisation (EPO) og World Intellectual WIPO.

der omfatter repræsentanter for politimyndigheder, toldmyndigheder, patent- og varemærkemyndigheder og private rettighedshaverorganisationer. Arbejdsgruppen beskæftiger sig primært med tilrettelæggelse af undervisning i efterforskningsteknik vedrørende immaterielle rettigheder. Arbejdsgruppen har endvidere deltaget i udfærdigelsen af en Interpol-database over kriminalitet vedrørende immaterielle rettigheder. Databasen er endnu ikke operationel.

Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet deltager ligeledes i samarbejdet om intellektuel ejendomsret i EUROPOL-regi. Hertil kommer deltagelse i den årlige kongres Global Congress on Combatting Counterfeiting and Piracy.

**Bilag IV: Undersøgelse om Intellectual Property Rights, 2006, udført af Kompas
Kommunikation i samarbejde med Patent- og Varemærkestyrelsen**

Patent- og Varemærkestyrelsen og Kompas Kommunikation udviklede sammen et spørgeskema, som blev testet af seks udvalgte virksomheder: Hummel, Ecco, Skandinavisk Tobakskompagni, Novozymes, Leo Pharma og Advokatfirmaet Johan Schlüter.

Der blev rekrutteret virksomheder til besvarelse af det endelige internetspørgeskema fra tre brancher: Detail-, lægemiddel- samt tekstil- og skobranschen. Der rekrutteredes telefonisk fra lister med i alt 330 virksomheder. 180 virksomheder gav tilsagn om at deltage i undersøgelsen. 90 virksomheder takkede nej. Det var på trods af mange forsøg ikke muligt at etablere kontakt til kontaktpersoner i 30 virksomheder. De sidste 30 virksomheder var service- eller salgsvirksomheder, som ikke fandt undersøgelsen relevant. I to omgange blev virksomheder, som havde takket ja men alligevel ikke besvaret undersøgelsen, påmindet om undersøgelsen via e-mail. I alt deltog 100 virksomheder i undersøgelsen, hvoraf hovedparten ser frem til at modtage resultaterne pr. e-mail.

Demografi på de 100 deltagende virksomheder:

- Antal ansatte: 51 pct. af virksomhederne har under 50 ansatte, 12 pct. har 50 til 99 ansatte, 9 pct. har 100 til 199 ansatte, 12 pct. har 200 til 599 ansatte, kun 1 pct. har 600 til 1.000 ansatte, mens 15 pct. af undersøgelsens virksomheder har mere end 1.000 ansatte.
- Branche: 35 pct. af virksomhederne driver erhverv i tekstil- og skoindustrien, 21 pct. i lægemiddelindustrien, mens 5 pct. er detailvirksomheder. 39 pct. tilhører øvrige brancher, som i denne analyse er slået sammen med gruppen af detailvirksomheder.
- Omsætning: 46 pct. af virksomhederne har en omsætning på under 50 mio. Dkr. årligt, 20 pct. har en omsætning på 100 til 399 mio. Dkr., 10 pct. har en omsætning på mere end 1 mia. Dkr., 9 pct. omsætter for 400 til 699 mio. Dkr. årligt, 6 pct. har en årlig omsætning på 50 til 99 mio. Dkr., mens 1 pct. har en årlig omsætning på 700 mio. til 1 mia. Dkr.
- Geografisk landsdækkende undersøgelse: 48 pct. af virksomhederne har hovedsæde i Jylland, 43 pct. på Sjælland eller Bornholm, mens 8 pct. er fra Fyn.
- Ca. halvdelen af virksomhederne har oplevet at få deres rettigheder krænket: I alt 46 til 55 pct. har oplevet dette. At vi ikke kan udtale os klarere skyldes, at 9 pct. har svaret 'ved ikke / andet'. Denne gruppe kan både dække over virksomheder, der har fået deres rettigheder krænket, og virksomheder der ikke har.
- Forskellige typer af rettigheder er blevet krænket: 33 pct. virksomhederne har oplevet at få deres varemærker piratkopieret, 26 pct. har været udsat for piratkopiering af design, 9 pct. af virksomhederne har oplevet problemer med piratkopiering af ophavsretligt beskyttede værker, 8 pct. af virksomhederne har oplevet at få deres patenter, mens 5 pct. har været udsat for piratkopiering af brugsmodele beskyttede produkter.

1) Piratkopiering: Mest problematisk internationalt

88 pct. af virksomhederne mener, at der er problemer med piratkopiering internationalt. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne problemet med piratkopiering internationalt til 3,5.

Ligeledes vurderer 88 pct. af virksomhederne, at der er problemer med piratkopiering inden for EU. På en skala fra 1 til 5 vurderes problemet inden for EU til 3,0.

83 pct. af virksomhederne vurderer, at der er problemer med piratkopiering i Danmark. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne problemet med piratkopiering i Danmark til 2,6.

Ser man blot på virksomheder, som vurderer problemer med piratkopiering som 4 eller 5 (i høj eller meget høj grad) forstærkes dette billede. Hele 48 pct. af virksomhederne mener, at piratkopiering i høj eller meget høj grad er et problem internationalt. 25 pct. mener det samme inden for EU, mens 18 pct. af virksomhederne i høj eller meget høj grad betragter piratkopiering som et problem i Danmark.

1) På en skala fra 1-5: I hvilken grad vurderer du, at piratkopiering er et problem?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I min- dre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
1. Internationalt	22 pct.	26 pct.	30 pct.	10 pct.	8 pct.	4 pct.	3,5
2. Inden for EU	10 pct.	15 pct.	40 pct.	23 pct.	8 pct.	4 pct.	3,0
3. I Danmark	8 pct.	10 pct.	26 pct.	29 pct.	13 pct.	4 pct.	2,6

Rangeret efter rating på en skala fra 1-5

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Virksomhederne i tekstil- og skoindustrien vurderer piratkopiering som et lidt større problem inden for EU (3,1) og i Danmark (2,8) end virksomhederne i lægemiddelbranchen (3,0 inden for EU og 2,7 i Danmark) samt detailbranchen og øvrige brancher (2,8 inden for EU og 2,4 i Danmark).
- Større virksomheder med mere end 200 ansatte vurderer piratkopiering som et lidt større problem internationalt (3,6) og inden for EU (3,1) end mellemstore virksomheder på 50 til 199 ansatte (3,4 internationalt og 2,9 inden for EU) og mindre virksomheder med under 50 ansatte (3,4 internationalt og 3,0 inden for EU).

2) Flest piratkopier produceres i Asien og Europa

31 pct. af virksomhederne vurderer, at problemet med produktion af piratkopier af virksomhedernes produkter er størst i Asien ekskl. Mellemøsten. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne problemet i Asien til 1,9.

24 pct. af virksomhederne mener, at der er problemer med salg af virksomhedens produkter i Europa. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne problemet i Europa til 1,8. For de øvrige geografiske områder vurderes problemer med produktion af piratkopier lavt.

2) På en skala fra 1-5: I hvilken grad oplever du, at piratkopier af jeres produkter produceres i følgende geografiske områder?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I min- dre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
1. Asien ekskl. Mellemøsten	8 pct.	5 pct.	13 pct.	5 pct.	55 pct.	14 pct.	1,9
2. Europa	4 pct.	3 pct.	14 pct.	16 pct.	54 pct.	9 pct.	1,8
3. Mellemøsten	1 pct.	2 pct.	5 pct.	10 pct.	69 pct.	13 pct.	1,3
4. Sydamerika	0 pct.	2 pct.	3 pct.	7 pct.	70 pct.	18 pct.	1,2
4. Øvrige områder	0 pct.	2 pct.	2 pct.	6 pct.	64 pct.	26 pct.	1,2
4. Afrika	0 pct.	1 pct.	2 pct.	7 pct.	73 pct.	17 pct.	1,2
4. Nordamerika	0 pct.	1 pct.	4 pct.	6 pct.	72 pct.	17 pct.	1,2

Rangeret efter rating på en skala fra 1-5

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Virksomhederne i lægemiddelbranchen vurderer produktion af piratkopier af deres produkter som et lidt større problem i Asien ekskl. Mellemøsten (2,3) og i Mellemøsten (1,6) end virksomhederne i tekstil- og skoindustrien (1,9 i Asien ekskl. Mellemøsten og 1,2 i Mellemøsten) samt detailbranchen og øvrige brancher (1,8 i Asien ekskl. Mellemøsten og 1,3 i Mellemøsten).
- Større virksomheder med mere end 200 ansatte vurderer produktion af piratkopier af deres produkter som et lidt større problem i Asien ekskl. Mellemøsten (2,4) og i Mellemøsten (1,6) end mellemstore virksomheder med 50 til 199 ansatte (2,2 i Asien ekskl. Mellemøsten og 1,5 i Mellemøsten) og mindre virksomheder med under 50 ansatte (1,6 i Asien ekskl. Mellemøsten og 1,2 i Mellemøsten).

3) Flest piratkopier sælges i Europa og Asien

40 pct. af virksomhederne vurderer, at problemet med salg af piratkopier af virksomhedernes produkter er størst i Europa. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne problemet i Europa til 1,8.

24 pct. af virksomhederne mener, at der er problemer med salg af virksomhedens produkter i Asien ekskl. Mellemøsten. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne problemet i Asien til 1,6. For de øvrige geografiske områder vurderes problemer med salg af piratkopier lavt.

3) På en skala fra 1-5: I hvilken grad oplever du, at piratkopier af jeres produkter sælges i følgende geografiske områder?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I min- dre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
1. Europa	2 pct.	4 pct.	20 pct.	14 pct.	51 pct.	9 pct.	1,8
2. Asien ekskl. Mellemøsten	1 pct.	8 pct.	10 pct.	5 pct.	61 pct.	15 pct.	1,6
3. Mellemøsten	0 pct.	2 pct.	8 pct.	9 pct.	65 pct.	16 pct.	1,4
4. Sydamerika	0 pct.	1 pct.	6 pct.	5 pct.	69 pct.	19 pct.	1,2
4. Afrika	0 pct.	1 pct.	4 pct.	9 pct.	67 pct.	19 pct.	1,2
4. Øvrige områder	0 pct.	1 pct.	3 pct.	6 pct.	61 pct.	29 pct.	1,2
4. Nordamerika	0 pct.	0 pct.	6 pct.	6 pct.	9 pct.	19 pct.	1,2

Rangeret efter rating på en skala fra 1-5

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Virksomhederne i lægemiddelbranchen vurderer salg af piratkopier af deres produkter som et lidt større problem i Europa (2,1) og i Mellemøsten (1,7) end virksomhederne i tekstil- og skindustrien (1,9 i Europa og 1,1 i Mellemøsten) samt detailbranchen og øvrige brancher (1,6 i Europa og 1,4 i Mellemøsten).
- Mindre virksomheder med under 50 ansatte vurderer salg af piratkopier af deres produkter som et lidt mindre problem i Asien ekskl. Mellemøsten (1,3) og i Mellemøsten (1,2) end mellemstore virksomheder med 50 til 199 ansatte (1,9 i Asien ekskl. Mellemøsten og 1,6 i Mellemøsten) og større virksomheder med mere end 200 ansatte (2,0 i Asien ekskl. Mellemøsten og 1,6 i Mellemøsten). Billedet gentager sig i forhold til Europa, hvor mindre virksomheder vurderer problemet til 1,7, mens både mellemstore og større virksomheder vurderer problemet til 2,0.

4) Flest anser tekstil- og skindustrien som berørt af piratkopiering

Hele 81 pct. af de adspurgte virksomheder vurderer, at tekstil- og skindustrien er ramt af piratkopiering. 74 pct. mener, at det er tilfældet for ure- og smykkeindustrien. 68 pct. af virksomhederne peger på, at legetøjsindustrien er berørt af piratkopiering, mens 64 pct. mener, at det er gældende for lægemiddelindustrien.

Kosmetik- og skønhedsindustrien er efter 39 pct. af virksomhedernes vurdering berørt af piratkopiering. Desuden vurderer virksomhederne, at følgende brancher er berørt af piratkopiering: Reservedelindustrien (27 pct.), fødevarerindustrien (22 pct.) og detailbranchen (13 pct.).

Forskelle fordelt på brancher:

- Ikke overraskende vurderer flere virksomheder inden for lægemiddelbranchen (81 pct.) end virksomheder inden for

4) Hvilke af følgende brancher er efter din vurdering berørt af piratkopiering?	
1. Tekstil- og skindustrien	81 pct.
2. Ure- og smykkeindustrien	74 pct.
3. Legetøjsindustrien	68 pct.
4. Lægemiddelindustrien	64 pct.
5. Kosmetik- og skønhedsindustrien	39 pct.
6. Reservedelsindustrien	27 pct.
7. Fødevarerindustrien	22 pct.
8. Detailbranchen	13 pct.
Ved ikke / andet	7 pct.
Rangeret efter omfang. Respondenterne har kunnet afkrydse et vilkårligt antal svar	

tekstil- og skobranschen (63 pct.) og virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher (57 pct.), at lægemiddelbranchen er berørt af piratkopiering. På samme måde er det heller ikke overraskende, at flere virksomheder inden for tekstil- og skoindustrien (94 pct.) end virksomheder inden for lægemiddelbranchen (81 pct.) samt detailbranchen og øvrige brancher (71 pct.) vurderer, at tekstil- og skoindustrien er berørt af piratkopiering.

5) Flest konstaterer stigning af piratkopiering uden for EU

63 pct. af virksomhederne vurderer, at der er foregået en stigning af piratkopiering uden for EU. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne stigningen i omfanget af piratkopiering uden for EU til 3,2.

Inden for EU konstaterer 65 pct. af virksomhederne, at der er sket en stigning i omfanget af piratkopiering. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne stigningen i omfanget af piratkopiering inden for EU til 2,8.

I Danmark konstaterer 57 pct. af virksomhederne, at der er sket en stigning i omfanget af piratkopiering. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne stigningen i omfanget af piratkopiering i Danmark til 2,4. Spredning til flere brancher og nye geografiske områder vurderes på en skala fra 1 til 5 til henholdsvis 2,8 og 2,7.

5) På en skala fra 1-5: I hvilken grad har du inden for de seneste 5 år konstateret følgende i forhold til omfanget af piratkopiering?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I mindre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
1. Stigning uden for EU	12 pct.	21 pct.	23 pct.	7 pct.	13 pct.	24 pct.	3,2
2. Stigning inden for EU	7 pct.	14 pct.	23 pct.	21 pct.	13 pct.	22 pct.	2,8
2. Spredning til flere brancher	5 pct.	15 pct.	24 pct.	10 pct.	15 pct.	31 pct.	2,8
4. Spredning til nye geografiske områder	5 pct.	15 pct.	18 pct.	10 pct.	16 pct.	36 pct.	2,7
5. Stigning i Danmark	6 pct.	9 pct.	20 pct.	22 pct.	24 pct.	19 pct.	2,4

Rangeret efter rating på en skala fra 1-5

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Virksomhederne i lægemiddelbranchen vurderer i lidt højere grad, at piratkopiering er steget i omfang i Danmark i løbet af de seneste fem år (2,7), end virksomhederne i tekstil- og skoindustrien (2,6) samt detailbranchen og øvrige brancher (2,1).
- De større virksomheder med mere end 200 ansatte konstaterer i lidt højere grad, at piratkopiering har spredt sig til nye geografiske områder i løbet af de seneste fem år (3,0), og har spredt sig til flere brancher (2,9) end mellemstore virksomheder (2,8 til flere brancher og nye geografiske områder) og mindre virksomheder med under 50 ansatte (2,6 til nye geografiske områder og 2,7 til flere brancher) gør.

6) Globalisering og lettere adgang til teknologier, som muliggør piratkopiering, er de primære årsager til stigning i omfanget af piratkopiering

Hele 68 pct. af virksomhederne peger på, at globalisering og lettere adgang til teknologier, som muliggør piratkopiering, er de primære årsager til stigningen i omfanget af piratkopiering. 47 pct. vurderer, at stigningen i omfanget af piratkopiering skyldes mangelfulde sanktionsmuligheder, mens 46 pct. mener, at øget professionel kriminalitet er årsag til den stigende piratkopiering.

Stigende salg på internettet, manglende oplysning af og / eller dårlig moral blandt forbrugerne samt politisk passivitet er årsager til den stigende piratkopiering hos henholdsvis 43 pct., 42 pct. og 25 pct. af virksomhederne.

24 pct. mener, at stigningen skyldes mindre fokus fra myndigheders side på at kontrollere og håndhæve piratkopiering, mens omvendt kun 8 pct. mener, at stigningen skyldes et mindre fokus fra virksomhedernes side.

6) Hvilke af følgende årsager, vurderer du, er skyld i en evt. stigning i omfanget af piratkopiering?	
1. Globalisering	68 pct.
2. Lettere adgang til teknologier som muliggør piratkopiering	68 pct.
3. Mangelfulde sanktionsmuligheder	47 pct.
4. Øget professionel kriminalitet	46 pct.
5. Stigende salg på internettet	43 pct.
6. Manglende oplysning af og / eller dårlig moral blandt forbrugerne	42 pct.
7. Politisk passivitet	25 pct.
8. Mindre fokus fra myndigheder på at kontrollere og håndhæve piratkopiering	24 pct.
9. Mindre fokus fra virksomheder på at kontrollere og håndhæve piratkopiering	8 pct.
Ved ikke / andet	11 pct.
Rangeret efter omfang. Respondenterne har kunnet afkrydse et vilkårligt antal svar	

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Flere virksomheder inden for lægemiddelindustrien vurderer, at stigende salg på internettet er årsag til stigningen i omfanget af piratkopiering (71 pct.) end virksomheder i tekstil- og skobranchen (40 pct.) og virksomheder i detailbranchen og øvrige brancher (32 pct.).
- Flere virksomheder inden for tekstil- og skoindustrien vurderer, at globalisering er årsag til stigningen i omfanget af piratkopiering (80 pct.) end virksomheder i detailbranchen og øvrige brancher (61 pct.) og virksomheder i lægemiddelbranchen (62 pct.).
- Flere virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher vurderer, at lettere adgang til teknologier, som muliggør piratkopiering, og politisk passivitet er årsager til stigningen i omfanget af piratkopiering (77 pct. og 32 pct.) end virksomheder i lægemiddelbranchen (67 pct. og 24 pct.) og virksomheder i tekstil- og skoindustrien (57 pct. og 17 pct.).
- Flere af de større virksomheder med mere end 200 ansatte vurderer, at manglende oplysning af og / eller dårlig moral blandt forbrugerne (54 pct.) og politisk passivitet (36 pct.) er årsager til stigningen i omfanget af piratkopiering. Det er i begge tilfælde gældende for 24 pct. af de mellemstore virksomheder på 50 til 199 ansatte, mens det er tilfældet for henholdsvis 43 pct. og 20 pct. af de mindre virksomheder med under 50 ansatte.
- Flere af de mellemstore virksomheder vurderer, at mindre fokus fra virksomheders side på at kontrollere piratkopiering (24 pct.) og mindre fokus fra myndigheders side på at kontrollere piratkopiering (43 pct.) er årsager til stigningen i omfanget af piratkopiering. Det gælder kun for henholdsvis 4 pct. og 20 pct. af de mindre virksomheder, mens det er tilfældet for 4 pct. og 18 pct. af de større virksomheder. 52 pct. af de mellemstore virksomheder vurderer ligeledes, at stigende salg på internettet er skyld i stigningen. Det samme er tilfældet for 39 pct. af de mindre virksomheder og 43 pct. af de større virksomheder.
- 51 pct. af de mindre virksomheder vurderer, at øget professionel kriminalitet er skyld i stigningen i omfanget af piratkopiering. Det er gældende for 38 pct. af de mellemstore virksomheder,

mens det er tilfældet for 43 pct. af de større virksomheder.

7) Tab af omsætning er den væsentligste konsekvens af piratkopiering

Hele 38 pct. af virksomhederne taber omsætning på grund af piratkopiering. 27 pct. af virksomhederne har oplevet, at deres produkters kvalitetsimage nedbrydes i forbindelse med piratkopiering. 20 pct. peger på omkostninger til retssager som en følgevirkning, mens 14 pct. peger på omkostninger til forebyggelse af krænkelse som konsekvens af piratkopiering. 13 pct. af virksomhederne gør opmærksom på, at piratkopiering medfører sundheds- og sikkerhedsmæssige risici og tab af arbejdspladser. 11 pct. mener, at virksomhedernes intellektuelle rettigheder undermineres, mens 9 pct. mener, at virksomhedernes mulighed for at etablere på nye markeder forringes. Kun 4 pct. mener, at piratkopiering forårsager et lavere niveau for investering i forskning og udvikling. Hele 46 pct. ved det ikke.

7) Hvilke af følgende konsekvenser oplever din virksomhed på baggrund af piratkopiering?	
1. Tab af omsætning	38 pct.
2. Nedbrydning af originalproduktets kvalitetsimage	27 pct.
3. Omkostninger til retssager	20 pct.
4. Omkostninger til forebyggelse af krænkelse f.eks. ved særlig mærkning af originale produkter	14 pct.
5. Sundheds- og sikkerhedsmæssige risici	13 pct.
5. Tab af arbejdspladser	13 pct.
7. Underminering af intellektuelle rettigheder	11 pct.
8. Forringet mulighed for at etablere på nye markeder	9 pct.
9. Lavere niveau for investering i forskning og udvikling	4 pct.
Ved ikke / andet	46 pct.
Rangeret efter omfang. Respondenterne har kunnet afkrydse et vilkårligt antal svar	

Forskelle fordelt på brancher:

- I gennemsnit vurderer flere virksomheder inden for lægemiddelindustrien (18 pct.), at de kan mærke konsekvenserne af piratkopiering end virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher (10 pct.) og tekstil- og skoinindustrien (5 pct.).
- Flere virksomheder inden for lægemiddelindustrien vurderer, at virksomheden kan mærke konsekvenserne af piratkopiering sammenlignet med virksomhederne i de øvrige brancher. Det er tilfældet angående: Et lavere niveau for forskning og udvikling, en forringet mulighed for at etablere på nye markeder, sundheds- og sikkerhedsmæssige risici og omkostninger til forebyggelse af krænkelse f.eks. særlig mærkning af originale produkter.
- Flere virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher vurderer, at underminering af intellektuelle rettigheder er konsekvens af piratkopiering, end virksomhederne i de to øvrige medvirkende brancher gør.

Virksomhedernes konsekvenser af piratkopiering – fordelt på brancher	Lægemiddelindustrien	Detailindustrien / øvrige brancher	Tekstil- og skoinindustrien
Lavere niveau for forskning og udvikling	10 pct.	0 pct.	6 pct.
Forringet mulighed for at etablere på nye markeder	14. pct.	7 pct.	9 pct.
Sundheds- og sikkerhedsmæssige risici	38 pct.	11 pct.	0 pct.
Omkostninger til forebyggelse af krænkelse f.eks. særlig mærkning af originale produkter	19 pct.	16 pct.	9 pct.
Underminering af intellektuelle rettigheder	10 pct.	18 pct.	3 pct.
Gennemsnit af virksomhedernes konsekvenser	18 pct.	10 pct.	5 pct.

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på antal ansatte:

- I gennemsnit vurderer flere større virksomheder (29 pct.), at de kan mærke konsekvenserne af piratkopiering end mellemstore virksomheder (20 pct.) og mindre virksomheder (14 pct.).
- Flere af de større virksomheder vurderer, at virksomheden kan mærke konsekvenserne af piratkopiering sammenlignet med de øvrige virksomheder. Det er tilfældet angående: Sundheds- og sikkerhedsmæssige risici, tab af omsætning, underminering af intellektuelle rettigheder, tab af arbejdspladser.
- På områderne nedbrydning af originalprodukters kvalitetsimage, omkostninger til retssager og omkostninger til forebyggelse af krænkelse f.eks. særlig mærkning af originale produkter vurderer såvel større (29 pct.) som mellemstore virksomheder (20 pct.) i væsentligt højere grad end de mindre virksomheder (14 pct.), at virksomheden kan mærke konsekvensen af piratkopiering:

Virksomhedernes konsekvenser af piratkopiering – fordelt på antal ansatte	Mindre virksomheder (under 50 ansatte)	Mellemstore virksomheder (50 til 199 ansatte)	Større virksomheder (mere end 200 ansatte)
Sundheds- og sikkerhedsmæssige risici	12 pct.	5 pct.	21 pct.
Tab af omsætning	35 pct.	33 pct.	46 pct.
Underminering af intellektuelle rettigheder	4 pct.	5 pct.	29 pct.
Tab af arbejdspladser	10 pct.	10 pct.	21 pct.
Nedbrydning af originalprodukters kvalitetsimage	22 pct.	33 pct.	32 pct.
Omkostninger til retssager	8 pct.	29 pct.	36 pct.
Omkostninger til forebyggelse af krænkelse f.eks. særlig mærkning af originale produkter	6 pct.	24 pct.	21 pct.
Gennemsnit af virksomhedernes konsekvenser	14 pct.	20 pct.	29 pct.

Ikke rangeret

8) Piratkopiering har størst indflydelse på virksomheders prissætning, omsætning og marketingsstrategier

41 pct. af virksomhederne vurderer, at piratkopiering i forskelligt omfang påvirker deres prissætning. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne piratkopieringens indflydelse på deres prissætning til 2,0.

44 pct. af virksomhederne vurderer, at piratkopiering i forskelligt omfang påvirker deres omsætning. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne piratkopieringens indflydelse på deres omsætning til 1,9.

47 pct. af virksomhederne vurderer, at piratkopiering i forskelligt omfang påvirker deres marketingsstrategier. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set piratkopieringens indflydelse på deres marketingsstrategier til 1,9.

Henholdsvis 36 til 39 pct. af virksomhederne vurderer, at piratkopiering i forskelligt omfang påvirker deres overordnede strategi, produktudvikling og internationale handel. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne piratkopieringens indflydelse på deres overordnede strategi, produktudvikling og internationale handel til 1,8.

Henholdsvis 21 til 23 pct. af virksomhederne vurderer, at piratkopiering i forskelligt omfang påvirker deres investeringer i forskning og innovation og deres investeringer i udenlandske produktionsfaciliteter. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne med 1,4, at piratkopieringen næsten ikke har indflydelse på deres investeringer i forskning og innovation og deres investeringer i udenlandske produktionsfaciliteter.

8) På en skala fra 1-5: I hvor høj grad påvirker piratkopiering følgende områder af din virksom- hed?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I min- dre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
1. Prissætning	7 pct.	8 pct.	15 pct.	11 pct.	54 pct.	5 pct.	2,0
2. Omsætning	4 pct.	9 pct.	8 pct.	23 pct.	45 pct.	11 pct.	1,9
2. Marketingstrategier	4 pct.	6 pct.	18 pct.	19 pct.	47 pct.	6 pct.	1,9
4. Produktudvikling	4 pct.	7 pct.	12 pct.	14 pct.	59 pct.	4 pct.	1,8
4. Overordnet strategi	3 pct.	6 pct.	13 pct.	14 pct.	56 pct.	8 pct.	1,8
4. International handel	2 pct.	5 pct.	16 pct.	16 pct.	52 pct.	9 pct.	1,8
7. Investeringer i forskning og innovation	1 pct.	3 pct.	7 pct.	10 pct.	71 pct.	8 pct.	1,4
8. Investeringer i udenlandske produktionsfaciliteter	0 pct.	2 pct.	6 pct.	15 pct.	67 pct.	10 pct.	1,4

Rangeret efter rating på en skala fra 1-5

Forskelle fordelt på brancher:

- På en skala fra 1 til 5 rater virksomhederne inden for lægemiddelindustrien piratkopieringens samlede indflydelse på virksomhedens forretningsområder til 2,2. Virksomhederne inden for detailbranchen og øvrige brancher rater den samlede indflydelse til 1,6, mens virksomhederne inden for tekstil- og skindustrien samlet set rater indflydelsen til 1,8.
- Virksomheder inden for lægemiddelindustrien vurderer i højere grad end virksomheder i øvrige brancher, at deres forretning er påvirket af piratkopiering. Forskellene er mest markante inden for områderne overordnet strategi, investeringer i forskning og innovation, marketingsstrategier, prissætning, international handel og omsætning. Kun med hensyn til produktudviklingen vurderer virksomhederne inden for tekstil- og skindustrien i højere grad end de øvrige brancher, at de er påvirket af piratkopiering.

I hvor høj grad påvirker piratkopiering virksom- hedernes forretnings- områder – fordelt på branche?	Overordnet strategi	Investeringer i forskning og innovati- on	Marketings- strategier	Prissætning	International handel	Omsætning	Produkt- udvikling	Samlet rating
Lægemiddelindustrien	2,4	1,9	2,5	2,3	2,2	2,4	1,9	2,2
Tekstil- og skindustrien	1,8	1,2	1,9	2,0	1,7	2,0	2,0	1,8
Detailindustrien / øvrige brancher	1,5	1,3	1,8	1,8	1,7	1,6	1,6	1,6

Rangeret efter samlet rating

Forskelle fordelt på antal ansatte:

- Der er ikke markante forskelle på virksomhedernes konsekvenser af piratkopiering målt på virksomhedernes størrelse. Omkring områderne marketingstrategier, international handel og omsætning vurderer de større virksomheder dog i højere grad end de øvrige virksomheder, at deres forretning er påvirket af piratkopiering:

I hvor høj grad påvirker piratkopiering virksomhedernes forretningsområder – fordelt på antal ansatte?	Marketingstrategier	International handel	Omsætning
Mindre virksomheder (under 50 ansatte)	1,9	1,6	1,9
Mellemstore virksomheder (50 til 199 ansatte)	1,7	1,8	1,9
Større virksomheder (mere end 200 ansatte)	2,3	2,1	2,0

Ikke rangeret

9) Få virksomheder samarbejder med toldmyndigheder, politi, rettighedsudstedende myndigheder, lokale efterforskere og interesseorganisationer for at begrænse piratkopiering

16 til 22 pct. af virksomhederne samarbejder med rettighedsudstedende myndigheder henholdsvis inden for EU, uden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne samlet set, at de i næsten ingen grad (1,3 til 1,5) samarbejder med de rettighedsudstedende myndigheder inden for EU, uden for EU og i Danmark.

10 til 23 pct. af virksomhederne samarbejder med toldmyndigheder henholdsvis i Danmark, inden for EU og uden for EU. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set, at de i næsten ingen grad (1,2 til 1,4) samarbejder med interesseorganisationer henholdsvis i Danmark, inden for EU og uden for EU.

11 til 18 pct. af virksomhederne samarbejder med toldmyndigheder henholdsvis uden for EU, inden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set, at de i næsten ingen grad (1,2 til 1,3) samarbejder med toldmyndigheder henholdsvis uden for EU, inden for EU og i Danmark.

Kun 4 til 6 pct. af virksomhederne samarbejder med politi henholdsvis uden for EU, i Danmark og inden for EU. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set, at de i næsten ingen grad (1,1) samarbejder med politiet uden for EU, i Danmark og inden for EU.

0 til 5 pct. af virksomhederne samarbejder med lokale efterforskere henholdsvis i Danmark, inden for EU og uden for EU. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne, at de i næsten ingen grad (1,0 til 1,1) samarbejder med lokale efterforskere i Danmark, inden for EU og uden for EU.

9) På en skala fra 1-5: I hvor høj grad samarbejder din virksomhed med følgende for at begrænse piratkopiering?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I mindre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
Danske toldmyndigheder	1 pct.	1 pct.	5 pct.	11 pct.	71 pct.	11 pct.	1,3
Toldmyndigheder inden for EU	0 pct.	1 pct.	4 pct.	11 pct.	72 pct.	12 pct.	1,3
Toldmyndigheder uden for EU	0 pct.	1 pct.	2 pct.	8 pct.	75 pct.	14 pct.	1,2
Dansk politi	0 pct.	1 pct.	0 pct.	4 pct.	85 pct.	10 pct.	1,1
Polit i inden for EU	0 pct.	1 pct.	0 pct.	5 pct.	81 pct.	13 pct.	1,1
Polit i uden for EU	0 pct.	1 pct.	0 pct.	3 pct.	82 pct.	14 pct.	1,1
Rettighedsudstedende myndigheder i Danmark	0 pct.	5 pct.	10 pct.	6 pct.	72 pct.	8 pct.	1,4
Rettighedsudstedende myndigheder inden for EU	0 pct.	5 pct.	11 pct.	6 pct.	69 pct.	9 pct.	1,5
Rettighedsudstedende myndigheder uden for EU	0 pct.	1 pct.	10 pct.	5 pct.	72 pct.	12 pct.	1,3
Lokal efterforskning i Danmark f.eks. ved brug af detektiver	0 pct.	0 pct.	0 pct.	0 pct.	90 pct.	10 pct.	1,0
Lokal efterforskning inden for EU f.eks. ved brug af detektiver	0 pct.	0 pct.	1 pct.	2 pct.	84 pct.	13 pct.	1,0
Lokal efterforskning uden for EU f.eks. ved brug af detektiver	1 pct.	0 pct.	1 pct.	3 pct.	84 pct.	11 pct.	1,1
Danske interesseorganisationer	0 pct.	4 pct.	6 pct.	13 pct.	68 pct.	9 pct.	1,4
Interesseorganisationer inden for EU	2 pct.	3 pct.	3 pct.	5 pct.	74 pct.	13 pct.	1,3
Interesseorganisationer uden for EU	1 pct.	1 pct.	1 pct.	7 pct.	76 pct.	14 pct.	1,2

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på antal ansatte:

- o Lidt flere større virksomheder samarbejder med rettighedsudstedende myndigheder, toldmyndigheder og interesseorganisationer i kampen mod piratkopiering – såvel i Danmark som inden for og uden for EU:

Virksomhedernes samarbejds-partnere i kampen mod piratkopiering – fordelt på antal ansatte	Rettighedsudstedende myndigheder i Danmark	Rettighedsudstedende myndigheder inden for EU	Rettighedsudstedende myndigheder uden for EU	Toldmyndigheder i Danmark	Toldmyndigheder inden for EU	Toldmyndigheder uden for EU	Danske interesseorganisationer	Interesseorganisationer inden for EU	Interesseorganisationer uden for EU
Mindre virksomheder (under 50 ansatte)	1,3	1,3	1,2	2,2	1,1	1,0	1,2	1,1	1,0
Mellemstore virksomheder (50 til 199 ansatte)	1,5	1,4	1,4	1,9	1,4	1,2	1,4	1,1	1,0
Større virksomheder (Over 200 ansatte)	1,7	1,9	1,6	2,2	1,5	1,4	1,8	2,0	1,7

Ikke rangeret

10) Virksomhederne peger på flere initiativer for at sætte ind over for piratkopiering

69 til 73 pct. af virksomhederne mener, at det er relevant at sætte ind over for forbrugerne i forsøget på at begrænse piratkopiering henholdsvis inden for EU, uden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 (i ingen grad) til 5 (i meget høj grad) vurderer virksomhederne samlet, at det i nogen grad (2,9 til 3,0) er relevant at sætte ind over for forbrugerne i forsøget på at gøre noget ved piratkopieringen.

72 til 77 pct. af virksomhederne mener, at det er relevant at sætte ind over for samarbejdet på myndighedsniveau i forsøget på at begrænse piratkopiering henholdsvis uden for EU, inden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set, at det i nogen grad (3,1 til 3,4) er relevant at sætte ind over for samarbejdet på myndighedsniveau henholdsvis inden for EU, uden for EU og i Danmark i forsøget på at gøre noget ved piratkopieringen.

66 til 72 pct. af virksomhederne mener, at det er relevant at sætte ind over for håndhævelsen ved domstolene i forsøget på at begrænse piratkopiering henholdsvis uden for EU, inden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne, at det i nogen grad (3,0 til 3,3) er relevant at sætte ind over for håndhævelsen ved domstolene henholdsvis inden for EU, uden for EU og i Danmark i forsøget på at gøre noget ved piratkopieringen.

10) På en skala fra 1-5: I hvilken grad er det på følgende områder relevant at sætte ind over for piratkopiering?	5. I meget høj grad	4. I høj grad	3. I nogen grad	2. I mindre grad	1. I ingen grad	Ved ikke / andet	Samlet rating på skala
Forbrugere i Danmark	7 pct.	23 pct.	24 pct.	17 pct.	16 pct.	13 pct.	2,9
Forbrugere inden for EU	7 pct.	22 pct.	25 pct.	19 pct.	13 pct.	14 pct.	2,9
Forbrugere uden for EU	9 pct.	20 pct.	27 pct.	13 pct.	14 pct.	17 pct.	3,0
National regulering	8 pct.	14 pct.	30 pct.	14 pct.	13 pct.	21 pct.	2,9
Regulering inden for EU	10 pct.	16 pct.	31 pct.	13 pct.	10 pct.	20 pct.	3,0
Regulering uden for EU	11 pct.	16 pct.	28 pct.	12 pct.	11 pct.	22 pct.	3,1
Håndhævelse ved danske domstole	10 pct.	22 pct.	24 pct.	12 pct.	12 pct.	20 pct.	3,1
Håndhævelse ved domstole inden for EU	10 pct.	24 pct.	25 pct.	13 pct.	9 pct.	19 pct.	3,0
Håndhævelse ved domstole uden for EU	16 pct.	22 pct.	20 pct.	8 pct.	10 pct.	24 pct.	3,3
Samarbejde på myndighedsniveau i Danmark	10 pct.	20 pct.	27 pct.	16 pct.	9 pct.	18 pct.	3,1
Samarbejde på myndighedsniveau inden for EU	10 pct.	24 pct.	35 pct.	8 pct.	7 pct.	16 pct.	3,3
Samarbejde på myndighedsniveau uden for EU	14 pct.	24 pct.	30 pct.	4 pct.	8 pct.	20 pct.	3,4
Samarbejde mellem virksomheder i Danmark	5 pct.	14 pct.	30 pct.	19 pct.	11 pct.	21 pct.	2,8
Samarbejde mellem virksomheder inden for EU	5 pct.	16 pct.	27 pct.	17 pct.	13 pct.	22 pct.	2,8
Samarbejde mellem virksomheder uden for EU	8 pct.	13 pct.	24 pct.	14 pct.	17 pct.	24 pct.	2,8

Ikke rangeret

66 til 70 pct. af virksomhederne mener, at det er relevant at sætte ind over for reguleringen i forsøget på at begrænse piratkopiering henholdsvis inden for EU, uden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set, at det i nogen grad (2,9 til 3,1) er relevant at sætte ind over for reguleringen i forsøget på at gøre noget ved piratkopieringen.

59 til 68 pct. af virksomhederne mener, at det er relevant at sætte ind over for samarbejdet mellem virksomheder i forsøget på at begrænse piratkopiering henholdsvis uden for EU, inden for EU og i Danmark. På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomhederne samlet set, at det i nogen grad (2,8) er relevant at sætte ind over for samarbejdet mellem virksomheder i forsøget på at gøre noget ved piratkopieringen.

Forskelle fordelt på brancher:

- På en skala fra 1 til 5 vurderer virksomheder inden for lægemiddelindustrien et samlet behov for indsatser imod piratkopiering på nedenstående områder til 3,4. Virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher vurderer det til 2,8, mens virksomheder inden for tekstil- og skoindustrien vurderer det samlede behov til 3,0.
- Virksomhederne inden for lægemiddelindustrien vurderer i lidt højere grad end virksomhederne i øvrige brancher, at der skal handles i forsøget på at gøre noget ved piratkopiering. Det er tilfældet angående indsatsen over for forbrugerne, reguleringen, samarbejdet på myndighedsniveau og samarbejdet mellem virksomheder – såvel i Danmark, inden for EU og uden for EU. Dog med undtagelse af samarbejdet mellem virksomheder uden for EU.

Virksomhedernes vurdering af hvor der skal sættes ind over for piratkopiering - fordelt på branche	Lægemiddelindustrien	Detailindustrien / øvrige brancher	Tekstil- og Skoindustrien
Forbrugere i Danmark	3,4	2,6	2,9
Forbrugere inden for EU	3,7	2,7	2,8
Forbrugere uden for EU	3,3	2,9	2,9
National regulering	3,3	2,6	3,7
Regulering inden for EU	3,4	3,0	2,8
Regulering uden for EU	3,5	3,0	2,8
Samarbejde på myndighedsniveau i Danmark	3,6	2,9	2,9
Samarbejde på myndighedsniveau inden for EU	3,7	3,1	3,2
Samarbejde på myndighedsniveau uden for EU	3,6	3,2	3,4
Samarbejde mellem virksomheder i Danmark	3,2	2,5	2,8
Samarbejde mellem virksomheder inden for EU	3,2	2,5	2,8
Samarbejde mellem virksomheder uden for EU	2,9	2,5	3,0
Samlet vurdering	3,4	2,8	3,0

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på antal ansatte:

- På en skala fra 1 til 5 vurderer større virksomheder samlet nødvendigheden af en indsats til 3,2. De mindre virksomheder vurderer den til 3,0, mens de mellemstore virksomheder samlet vurderer nødvendigheden til 2,9.
- De større virksomheder vurderer i lidt højere grad end de øvrige virksomheder, at der skal handles i forsøget på at gøre noget ved piratkopiering. Det er tilfældet angående indsatsen over

for forbrugere, reguleringen, håndhævelsen ved domstolene – såvel i Danmark, inden for EU og uden for EU.

- De mindre virksomheder vurderer i lidt højere grad end de øvrige, at samarbejdet mellem virksomheder skal prioriteres, mens samarbejdet på myndighedsniveau er en blandet landhandel.

Virksomhedernes vurdering af hvor der skal sættes ind over for piratkopiering - fordelt på antal ansatte	Mindre virksomheder (under 50 ansatte)	Mellemstore virksomheder (50 til 199 ansatte)	Større virksomheder (mere end 200 ansatte)
Forbrugere i Danmark	2,9	2,6	3,1
Forbrugere inden for EU	2,8	2,6	3,3
Forbrugere uden for EU	2,9	2,8	3,2
National regulering	2,6	3,0	3,2
Regulering inden for EU	2,8	3,0	3,5
Regulering uden for EU	2,8	3,1	3,4
Håndhævelse ved danske domstole	3,1	2,7	3,4
Håndhævelse ved domstole inden for EU	3,1	2,8	3,5
Håndhævelse ved domstole uden for EU	3,2	3,2	3,6
Samarbejde på myndighedsniveau i Danmark	3,1	2,8	3,2
Samarbejde på myndighedsniveau inden for EU	3,3	3,2	3,3
Samarbejde på myndighedsniveau uden for EU	3,4	3,6	3,3
Samarbejde mellem virksomheder i Danmark	3,0	2,7	2,6
Samarbejde mellem virksomheder inden for EU	3,0	2,6	2,6
Samarbejde mellem virksomheder uden for EU	3,0	2,5	2,6
Samlet vurdering	3,0	2,9	3,2

Ikke rangeret

11) 85 pct. af virksomhederne har ikke fået tilbageholdt kopier af virksomhedens produkter af toldmyndigheder

Kun 4 pct. af virksomhederne har været ude for, at toldmyndigheder i Danmark, inden for EU eller uden for EU har tilbageholdt kopier af virksomhedens produkter. 85 pct. har ikke oplevet tilbageholdelse, mens 12 pct. af virksomhederne ikke ved det.

Forskelle fordelt på antal ansatte:

- Jo større virksomhed, des flere har fået tilbageholdt piratkopier af deres produkter af toldvæsener i løbet af de seneste to år. Ingen mindre virksomheder har fået tilbageholdt piratkopier af deres produkter. 7 pct. af de større virksomheder har fået tilbageholdt piratkopier af deres produkter i Danmark, hvilket er tilfældet for 10 pct. af de mellemstore virksomheder. 11 pct. af de større virksomheder har været ude for, at deres produkter er blevet tilbageholdt af toldmyndigheder både inden for og uden for EU, hvilket gælder for 5 pct. af de mellemstore virksomheder.

11) Er piratkopier af din virksomheds produkter inden for de seneste to år blevet tilbageholdt af toldmyndigheder?	
Ja, af danske toldmyndigheder	4 pct.
Ja, af toldmyndigheder inden for EU	4 pct.
Ja, af toldmyndigheder uden for EU	4 pct.
Nej	85 pct.
Ved ikke / andet	12 pct.
Ikke rangeret. Respondenterne har kunnet afkrydse et vilkårligt antal svar	

12) 82 til 85 pct. har aldrig ført sager om piratkopiering ved domstole

I alt 13 pct. af virksomhederne fører årligt sager om piratkopiering ved danske domstole: 10 pct. mindre end 1 gang årligt, 2 pct. 1 til 2 sager årligt og 1 pct. 3 til 5 sager hvert år.

I alt 12 pct. af virksomhederne fører årligt sager om piratkopiering ved domstole inden for EU: 9 pct. mindre end 1 gang årligt, 2 pct. 1 til 2 sager årligt og 1 pct. 3 til 5 sager årligt.

I alt 9 pct. fører årligt sager om piratkopiering ved domstole uden for EU: 6 pct. mindre end 1 gang årligt, 2 pct. 1 til 2 sager årligt og 1 pct. 3 til 5 sager om året.

12) Hvor mange sager fører din virksomhed årligt om piratkopiering ved domstole?	Aldrig	Under 1 gang årligt	1-2 gange årligt	3-5 gange årligt	6-10 gange årligt	Over 10 gange årligt	Ved ikke / andet
Danske domstole	84 pct.	10 pct.	2 pct.	1 pct.	0 pct.	0 pct.	3 pct.
Domstole inden for EU	82 pct.	9 pct.	2 pct.	1 pct.	0 pct.	0 pct.	6 pct.
Domstole uden for EU	85 pct.	6 pct.	2 pct.	1 pct.	0 pct.	0 pct.	6 pct.

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Lidt flere virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher fører årligt sager ved danske domstole (16 pct.) og domstole inden for EU (16 pct.) end virksomheder inden for tekstil- og skoindustrien (14 pct. og 12 pct.) og virksomheder i lægemiddelbranchen (5 pct. og 5 pct.). Omvendt fører lidt flere virksomheder fra lægemiddelindustrien årligt sager ved domstole uden for EU (14 pct.) end virksomheder fra tekstil- og skoindustrien (6 pct.) samt detailbranchen og øvrige brancher (9 pct.).
- Jo større virksomhed, des flere fører årligt sager ved domstole. Flere af de største virksomheder fører årligt sager ved danske domstole (29 pct.), domstole inden for EU (32 pct.) og domstole uden for EU (25 pct.) end mellemstore virksomheder (10 pct. i Danmark og 5 pct. både inden for og uden for EU) og mindre virksomheder (6 pct. i Danmark, 4 pct. inden for EU og 2 pct. uden for EU).

13) 80 til 89 pct. af virksomhederne har ikke indgået forlig i sager om piratkopiering

I alt 9 pct. af virksomhederne har indgået forlig ved sager om piratkopiering ført ved de danske domstole inden for de seneste to år. 8 pct. af virksomhederne har indgået forlig 1 til 2 gange, mens 1 pct. af virksomhederne har indgået forlig 6 til 10 gange.

I alt 7 pct. af virksomhederne har indgået forlig i sager inden for EU i løbet af de to seneste år. 5 pct. af virksomhederne har indgået 1 til 2 forlig, mens 2 pct. har indgået forlig 3 til 5 gange i løbet af de seneste to år.

I alt 5 pct. af virksomhederne har indgået forlig i sager uden for EU i løbet af de to seneste år. 3 pct. af virksomhederne har indgået 1 til 2 forlig, mens 2 pct. har indgået forlig 3 til 5 gange i løbet af de seneste to år.

13) Hvor mange gange har din virksomhed inden for de seneste 2 år indgået forlig i sager om piratkopiering?	Ingen	1-2 gange	3-5 gange	6-10 gange	Over 10 gange	Ved ikke / andet
I Danmark	80 pct.	8 pct.	0 pct.	1 pct.	0 pct.	2 pct.
Inden for EU	88 pct.	5 pct.	2 pct.	0 pct.	0 pct.	5 pct.
Uden for EU	89 pct.	3 pct.	2 pct.	0 pct.	0 pct.	6 pct.

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Lidt flere virksomheder inden for tekstil- og skoindustrien har indgået forlig i sager om piratkopiering inden for de seneste to år i Danmark (20 pct.), inden for EU (14 pct.) og uden for EU (9 pct.) end virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher (5 pct., 5 pct. og 2 pct.) og virksomheder i lægemiddelbranchen (0 pct., 0 pct. og 5 pct.).
- Jo større virksomhed, des flere har indgået forlig i sager om piratkopiering inden for de seneste to år. Flere af de største virksomheder har indgået forlig i sager om piratkopiering i Danmark (14 pct.), inden for EU (11 pct.) og uden for EU (7 pct.) end mellemstore virksomheder (10 pct. både i Danmark og inden for EU og 5 pct. uden for EU) og mindre virksomheder (6 pct. i Danmark og 4 pct. både inden og uden for EU).

14) 91 til 97 pct. af virksomhederne har ikke opkøbt piratkopier af egne produkter

1 pct. af virksomhederne har 3 til 5 gange opkøbt partier af piratkopier af dens egne produkter i Danmark inden for de seneste 2 år.

Inden for EU har 3 pct. af virksomhederne 1 til 2 gange opkøbt partier af piratkopier af dens egne produkter inden for de seneste to år.

Uden for EU har 1 pct. af virksomhederne 1 til 2 gange opkøbt partier af piratkopier af egne produkter inden for de seneste to år, mens 2 pct. 3 til 5 gange har opkøbt sådanne partier uden for EU.

14) Hvor mange gange har din virksomhed inden for de seneste 2 år opkøbt partier af piratkopier af dens egne produkter?	Ingen	1-2 gange	3-5 gange	6-10 gange	Over 10 gange	Ved ikke / andet
I Danmark	97 pct.	0 pct.	1 pct.	0 pct.	0 pct.	2 pct.
Inden for EU	92 pct.	3 pct.	0 pct.	0 pct.	0 pct.	5 pct.
Uden for EU	91 pct.	1 pct.	2 pct.	0 pct.	0 pct.	6 pct.

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Lidt flere virksomheder inden for lægemiddelindustrien har opkøbt partier af piratkopier af dens egne produkter inden for de seneste to år i Danmark (5 pct.), inden for EU (10 pct.) og uden for EU (5 pct.) end virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher (0 pct., 2 pct. og 5 pct.) og virksomheder i tekstil- og skoindustrien (0 pct., 0 pct. og 0 pct.).
- Flere større virksomheder har opkøbt partier af piratkopier af egne produkter uden for EU inden for de seneste to år. Det er således tilfældet for 11 pct. af de større virksomheder, mens ingen af de mindre eller mellemstore virksomheder har opkøbt partier af piratkopier af egne produkter uden for EU inden for de seneste par år.

15) 92 til 95 pct. af virksomhederne har ikke beslaglagt piratkopier af egne produkter

I alt 2 pct. af virksomhederne har beslaglagt partier af piratkopier af deres egne produkter i Danmark inden for de seneste 2 år. 1 pct. af virksomhederne har mere end 10 gange beslaglagt partier, mens 1 pct. af virksomhederne har beslaglagt partier 3 til 5 gange.

I alt 4 pct. af virksomhederne har beslaglagt partier af piratkopier af deres egne produkter inden for EU inden for de seneste 2 år. 1 pct. af virksomhederne har mere end 10 gange beslaglagt partier, mens 3 pct. af virksomhederne har beslaglagt partier 1 til 2 gange.

I alt 2 pct. af virksomhederne har beslaglagt partier af piratkopier af deres egne produkter uden for EU inden for de seneste 2 år. 1 pct. af virksomhederne har mere end 10 gange beslaglagt partier, mens 1 pct. af virksomhederne har beslaglagt partier 1 til 2 gange.

15) Hvor mange gange har din virksomhed inden for de seneste 2 år beslaglagt partier af piratkopier af dens egne produkter?	Ingen	1-2 gange	3-5 gange	6-10 gange	Over 10 gange	Ved ikke / andet
I Danmark	95 pct.	0 pct.	1 pct.	0 pct.	1 pct.	3 pct.
Inden for EU	92 pct.	3 pct.	0 pct.	0 pct.	1 pct.	4 pct.
Uden for EU	93 pct.	1 pct.	0 pct.	0 pct.	1 pct.	5 pct.

Ikke rangeret

Forskelle fordelt på brancher og antal ansatte:

- Lidt flere virksomheder inden for lægemiddelindustrien har beslaglagt partier af piratkopier af dens egne produkter inden for de 2 seneste år i Danmark (5 pct.), inden for EU (10 pct.) og uden for EU (10 pct.) end virksomheder inden for detailbranchen og øvrige brancher (2 pct., 2 pct. og 0 pct.) og virksomheder i tekstil- og skoindustrien (0 pct., 3 pct. og 0 pct.).
- Ingen mindre virksomheder har beslaglagt partier af piratkopier af egne produkter inden for de seneste to år – hverken i Danmark, inden for EU eller uden for EU. Lidt flere af de større virksomheder har beslaglagt partier af piratkopier af egen produkter inden for EU (11 pct.) end mellemstore virksomheder (5 pct.).

Bilag V: Guide om gode råd til virksomhederne om at undgå piratkopiering af deres produkter

Hvordan undgår du, at din virksomhed får piratkopieret sine produkter? Og hvad gør du, hvis det sker?

Piratkopiering er den bevidste, slaviske efterligning af et varemærke, et ophavsretligt beskyttet værk, et design, et patent eller en brugsmodel, hvor formålet med efterligningen er, at forbrugeren skal tro, at det er et originalprodukt. Piratkopiering er ulovligt men et stigende problem for mange virksomheder. Det er derfor vigtigt, at du overvejer, hvilke forholdsregler du kan og vil tage for at undgå, at jeres produkter bliver piratkopierede.

Alle kan komme ud for at få piratkopieret deres produkter. Producenterne af piratkopier er blevet mere og mere professionelle, og det kan være meget svært at adskille kopierne fra originalprodukterne. Tidligere var det især luksusvarer, der blev kopieret, men i dag bliver også dagligdagsvarer kopieret. Virksomheder, der kommer ud for piratkopiering, lider ofte store økonomiske tab og risikerer, at forbrugerne mister tillid til dem og deres produkter.

Her er nogle konkrete råd, der kan hjælpe dig til at tage de nødvendige forholdsregler.

Du får også information om, hvem du kan kontakte, hvis du har brug for yderligere råd og vejledning.

Hvad kan du gøre for at undgå piratkopiering?

- **Få patent på dine opfindelser og registrer dine varemærker og designs – på alle relevante markeder**

Ved at beskytte dine rettigheder gør du det nemt at dokumentere din ret og dermed bevise piratkopiering. Endvidere er en registreret ret ofte en betingelse for, at f.eks. toldmyndighederne vil beslaglægge mistænkelige varer ved grænsen. Din virksomheds rettigheder skal ikke kun registreres på de markeder, hvor produktet bliver produceret eller markedsført. Det er også vigtigt, at de bliver registreret på markeder, hvor du forventer produktion eller markedsføring af piratkopier.

På [Patent- og Varemærkestyrelsens hjemmeside](#) kan du finde information om, hvordan du beskytter dine rettigheder.

- **Lav en strategi**

For det første bør du sørge for at få indbygget overvejelser om piratkopiering i den overordnede forretningsstrategi. Således bør f.eks. planer om flytning af produktion eller andre udviklingsaktiviteter sammentænkes med, hvordan du undgår piratkopiering af dine produkter. Dernæst er det vigtigt, at du udarbejder en særlig strategi for håndhævelse af virksomhedens rettigheder, hvis der sker piratkopiering af produkterne. På denne måde er du klar til at tage "action" hurtigt. Det er også vigtigt at overveje, hvordan du vil forholde dig overfor forbrugerne og pressen, hvis virksomhedens produkter bliver udsat for piratkopiering. Det kan være en god ide at inddrage en eller flere rådgivere i udarbejdelsen af strategien.

- **Giv dine produkter eller deres emballage særlige kendetegn**

Ved at give dine produkter eller deres emballage særlige kendetegn gør du det sværere for piratkopister at efterligne produktet.

Du kan f.eks.:

- *Indsætte små chips i produktet, der både gør det muligt at følge produktets vej frem til forbrugeren og kan gøre det let at identificere originale produkter.*
- *Benytte en kombination af hologrammer, strekkoder og to- eller tredimensionelle mærkater på emballagen.*

- **Indgiv en generel anmodning til SKAT om tilbageholdelse af kopivarer ved indførsel fra tredjelande**

SKAT yder bistand til at forhindre indførslen af piratkopier til Danmark eller EU. Det er derfor en god ide at indgive en generel anmodning om tilbageholdelse af kopivarer med så mange oplysninger om produktet, underleverandører, transportruter mv. til SKAT.

Du kan finde blanketten, du skal udfylde, på SKAT' hjemmeside (link).

- **Check løbende markedet for piratkopier**

Piratkopierede produkter sættes ofte til salg på Internettet. Det kan derfor være en god ide løbende selv at holde øje med relevante hjemmesider eller få professionelle rådgivere til at gøre det for dig. På den måde kan du f.eks. få informationer om, hvem der sælger disse piratkopier, og hvor de kommer fra.

- **Check dine underleverandører grundigt før samarbejde**

Få eller find så meget viden som muligt om dine eventuelle underleverandører, før du indgår en aftale. Hvis dine underleverandører ikke er troværdige, risikerer du, at de stjæler eller sælger tegninger mv. af dit produkt.

Relevant viden kan være:

- *Om underleverandøren tidligere har været involveret i sager om piratkopiering.*
- *Erfaringer fra andre virksomheder der har benyttet den pågældende leverandør.*

- **Spred produktion og underleverancer**

Det kan være en god ide at overveje at sprede virksomhedens produktion og underleverancer på flere. På denne måde gør du det langt sværere for piratkopister at gøre dig kunsten efter, og meget få har viden om det færdige produkt.

Du kan f.eks. sørge for, at de forskellige produktdele bliver produceret forskellige steder eller evt. i forskellige lande og kun bliver samlet et sted, hvor der kan være øget kontrol

- **Lav aftale om hemmelighedelse**

En god aftale med underleverandører og andre samarbejdspartnere indeholder krav om hemmelighedelse. På denne måde bliver de juridisk forpligtede til at holde fortrolige oplysninger om produktet mm. hemmelige.

- **Sørg for informationsikkerhed hos din virksomhed og eventuelle underleverandører**

Beskyttelse af informationer og viden er med til at vanskeliggøre piratkopiering af dine produkter. Det bliver svært for piratkopister at få de nødvendige oplysninger om dit produkt.

Man bør også være opmærksom på, at forretningshemmeligheder - herunder såvel teknologisk viden som f.eks. kundeinformation og markedsanalyser - kan lækkes via bl.a. (tidligere) medarbejdere og (potentielle) samarbejdspartnere. Derfor bør antallet af medarbejdere og samarbejdspartnere, som har adgang til forretningshemmeligheder, begrænses mest muligt.

- **Vær opmærksom på, hvilke produktoplysninger, du lægger på virksomhedens hjemmeside**

Frit tilgængelige oplysninger om dine produkter gør det nemt for piratkopiester.

Hvad kan du gøre, hvis dine produkter er blevet piratkopierede?

- **Hvis du har lavet en strategi - følg den**

Hvis du har lavet en strategi for, hvordan du håndterer piratkopiering, skal du under normale omstændigheder følge den. Du kan dog også have glæde af de følgende råd.

- **Kontakt din rådgiver**

Det kan være svært at afgøre, hvad der er det rigtige at gøre i den konkrete situation. Skal du kontakte producenten af de piratkopierede produkter med risiko for, at vedkommende forsøger at fjerne eventuelle beviser? Skal du tage initiativ til en fogsags, hvor beviserne bliver sikret eller de ulovli-

ge produkter beslaglagt? Eller skal du i stedet anlægge en retssag med henblik på at maksimere den præventive effekt og eventuelt få kompensation for tabt fortjeneste? Det er vigtigt, at du sammen med din rådgiver overvejer og beslutter, hvad du skal gøre.

- **Kontakt relevante myndigheder**

Piratkopiering er som nævnt ulovligt, og du bør altid kontakte politiet, hvis du opdager, at du er udsat for piratkopiering. Hvis der er tale om medicinalprodukter eller f.eks. elektriske produkter, bør du også kontakte Lægemiddelstyrelsen og/eller Sikkerhedsstyrelsen.

I nogle tilfælde vil det være SKAT, der gør dig opmærksom på det, fordi de har stoppet indførslen af et parti kopivarer. I denne situation skal du bl.a. tage stilling til, om du vil starte en sag mod piratkopisten.

Du kan også få råd og vejledning hos den danske ambassade i det land, hvor de piratkopierede produkter kommer fra.

Yderligere information og vejledning:

Hvis du har brug for yderlige hjælp for at undgå piratkopiering af dine produkter, så er disse organisationer og myndigheder parate til at yde assistance:

(links til organisationer og myndigheder)

Bilag VI: Guide om gode råd til virksomheder om at undgå import eller indkøb af piratkopierede produkter

Hvordan undgår du, at din virksomhed importerer eller indkøber piratkopierede produkter, og hvad gør du, hvis det alligevel sker?

Piratkopiering er den bevidste, slaviske efterligning af et varemærke, et ophavsretligt beskyttet værk, et design, et patent eller en brugsmodel, hvor formålet med efterligningen er, at forbrugeren skal tro, at det er et originalprodukt. Erhvervsmæssig import eller indkøb af piratkopierede produkter er ulovligt, og det er derfor vigtigt for dig, at du overvejer, hvilke forholdsregler du kan og vil tage for at undgå det.

Alle kan komme ud for at importere eller indkøbe piratkopierede produkter. Producenterne af piratkopier er blevet mere og mere professionelle, og det kan være meget svært at adskille originalprodukterne fra kopierne. Tidligere var det især luksusvarer, der blev kopieret, men i dag bliver også dagligvarer kopieret. Virksomheder, der sælger piratkopierede produkter, risikerer at blive straffet og lide store økonomiske tab. Endvidere mister forbrugerne tillid til dem og deres produkter.

Her er nogle konkrete råd, der kan hjælpe dig til at tage de nødvendige forholdsregler.

Du får også information om, hvem du kan kontakte, hvis du har brug for yderligere råd og vejledning.

Hvad kan du gøre for at undgå piratkopiering?

- **Lav en strategi**

For det første bør du sørge for at få indbygget overvejelser om piratkopiering i den overordnede forretningsstrategi. Dernæst er det vigtigt, at du udarbejder en strategi for, hvordan du undgår at importere eller indkøbe piratkopier, og hvad du vil gøre, hvis det alligevel sker. På denne måde er du klar til at tage "action". Det er især vigtigt at overveje, hvordan du vil forholde dig overfor forbrugerne og pressen, hvis du har nået at sælge piratkopierede produkter. Det kan være en god ide at inddrage en eller flere rådgivere i udarbejdelsen af strategien.

- **Check dine leverandører grundigt før samarbejde**

Få eller find så meget viden som muligt om dine eventuelle leverandører, før du indgår en aftale. På denne måde kan du minimere risikoen for at importere eller indkøbe piratkopier.

Relevant viden kan være:

- Om leverandøren tidligere har været involveret i sager om piratkopiering.
- Erfaringer fra andre virksomheder der har benyttet den pågældende leverandør.

- **Kræv dokumentation for at produkterne er ægte**

Et sådant krav er især relevant, hvis du køber produkterne af andre end producenten. Kravet er med til at understrege, at det er vigtigt for dig, at produkterne er ægte. Er der tale om ægte produkter, burde det ikke være vanskeligt for sælger at fremskaffe den ønskede dokumentation.

Dokumentation for ægthed kan være en underskrevet erklæring fra originalproducenten, hvor det fremgår, at de omtalte varer er solgt til din leverandør.

- **Indsæt krav om dækning af tab mv. i aftaler med leverandører og/eller producenter, hvis det viser sig, at produkterne er piratkopier**

Leverandøren eller producenten begår noget ulovligt, hvis de sælger piratkopierede produkter til dig. Alligevel kan et særskilt krav om erstatning i aftalen være med til at understrege vigtigheden af, at der er tale om ægte produkter.

- **Check løbende markedet for piratkopier**

Hvis de produkter du importerer eller indkøber, ofte er udsat for piratkopiering, kan det være en god ide løbende at checke f.eks. relevante hjemmesider på Internettet, hvor sådanne produkter sættes til salg. På den måde kan du f.eks. få informationer om, hvem der sælger disse piratkopier, og hvor de kommer fra. Du kan enten gøre det selv eller få professionelle rådgivere til at gøre det for dig.

Hvad kan du gøre, hvis du alligevel kommer til at importere eller indkøbe piratkopierede produkter?

- **Hvis du har lavet en strategi - følg den**

Hvis du har lavet en strategi for, hvordan du håndterer piratkopiering, skal du under normale omstændigheder følge den. Du kan dog også have glæde af de følgende råd.

- **Kontakt din rådgiver**

Det kan være svært at afgøre, hvad der er det rigtige at gøre i den konkrete situation. Skal du kontakte leverandøren/producenten af de piratkopierede produkter med risiko for, at vedkommende forsøger at fjerne eventuelle beviser? Eller skal du i stedet tage initiativ til en fogedsag, hvor beviserne bliver sikret. Det er vigtigt, at du sammen med din rådgiver overvejer og beslutter, hvad du skal gøre.

- **Kontakt de relevante myndigheder**

Piratkopiering er som nævnt ulovligt, og du bør altid kontakte politiet, hvis du opdager, at du har købt piratkopierede produkter. Hvis der er tale om medicinalprodukter eller f.eks. elektriske produkter, bør du også kontakte Lægemiddelstyrelsen og/eller Sikkerhedsstyrelsen.

Du kan også få råd og vejledning hos den danske ambassade i det land, hvor de piratkopierede produkter kommer fra.

- **Kontakt originalproducenten**

Det er vigtigt, at originalproducenten bliver informeret om, at deres produkter har været udsat for piratkopiering. Originalproducenten kan medvirke til at få stoppet piratkopisten, og videregivelse af alle tilgængelige informationer kan være med til at gøre det lettere for originalproducenten at undgå piratkopiering af deres produkter i fremtiden.

Ring til Patent- og Varemærkestyrelsen på telefon 43 50 80 00, hvis der er tale om en registreret rettighed. Så kan du få oplyst navnet på originalproducenten eller dennes repræsentant.

Du kan også selv finde oplysningerne på Patent- og Varemærkestyrelsens online register. Klik [her](#)

- **Overvej at fjerne de ulovlige kopiprodukter fra markedet**

Ved hurtigt at fjerne de ulovlige kopiprodukter fra markedet kan du begrænse skaden. Du kan f.eks. benytte dit butiksværk, der også har en interesse i, at de piratkopierede produkter bliver tilbagekaldt.

- **Overvej at anlægge sag mod leverandøren/producenten af de piratkopierede produkter**

Hvis leverandøren/producenten af de piratkopierede produkter ikke frivilligt dækker dine tab, kan det være nødvendigt, at du anlægger en retssag mod vedkommende.

Yderligere information og vejledning:

Hvis du har brug for yderligere hjælp for at undgå, at du kommer til at importere eller indkøbe piratkopierede produkter, så er disse organisationer og myndigheder parate til at yde assistance:

(links til organisationer og myndigheder)

**Bilag VII: Undersøgelse af danskernes forbrug af kopierede varer, juli 2007,
udarbejde af FBR Analyse og Økonomi- og Erhvervsministeriet**

1. Baggrund, formål og gennemførelse

Undersøgelsen er gennemført efter oplæg fra Økonomi og Erhvervsministeriet på FBR Analyses landsdækkende forbrugerpanel i uge 25 og 26, 2007. Forbrugerpanelet består af tilfældigt udvalgte danskere over 18 år og er sammensat, så deltagerne på væsentlige demografiske faktorer (køn, alder, bopæl, husstandsindkomst og uddannelsesniveau) så vidt muligt afspejler befolkningssammensætningen. Spørgerammen er vedlagt som bilag. Detailresultaterne fremgår af den ligeledes vedlagte datarapport.

Undersøgelsen har søgt at afdække dels hvilke konkrete erfaringer, forbrugerne har med bevidst køb af kopierede produkter, samt hvilke holdninger de generelt har til udbredelsen og anskaffelsen af ulovlige kopivarer. Det har desuden været intentionen at undersøge om forbrugere, som deler holdninger til kopiprodukter, også deler andre demografiske karaktertræk, som gør det muligt at adressere dem samlet i en eventuel målrettet indsats (oplysningskampagne eller lignende).

2. Hovedresultater

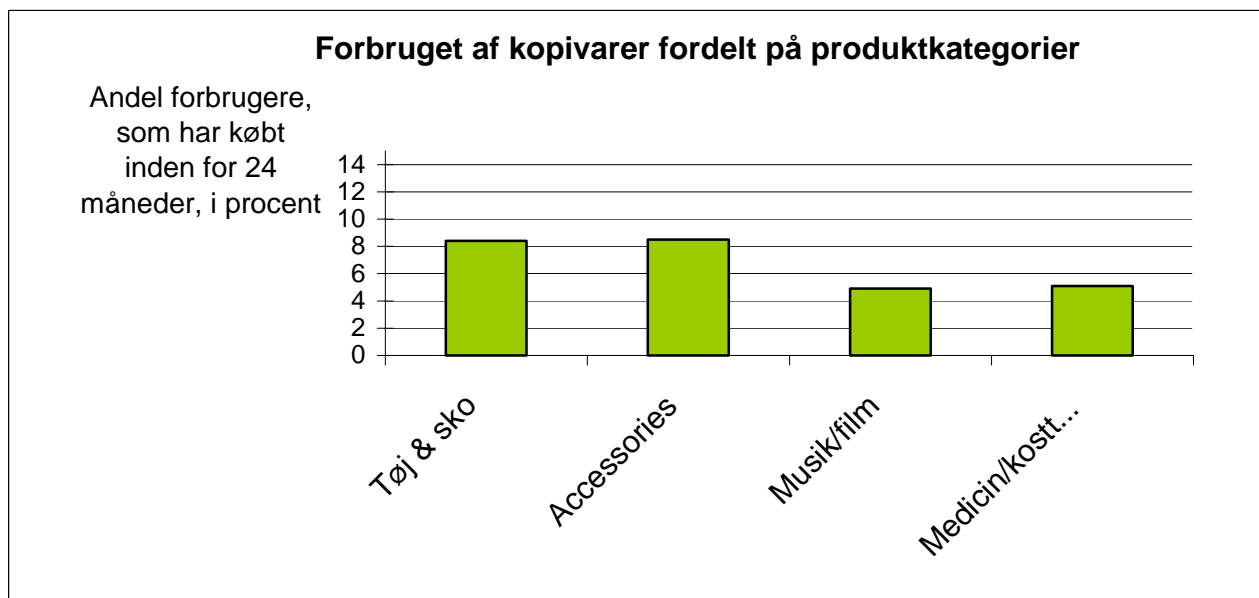
2.1 Hvilke kopiprodukter køber forbrugerne?

Cirka hver femte forbruger har inden for det sidste to år købt et produkt, de mener, var kopieret. Dog angiver hele 16%, at de er i tvivl om de har købt et kopiprodukt. Der er således en forholdsvis stor uvidenhed om, hvordan man kan afgøre om produkterne er (ulovlige) kopier. Det er en klar tendens, at det i højere grad er unge frem for ældre forbrugere, som køber kopiprodukter. Således angiver 30% af forbrugere under 30 år, at de har købt kopivarer, mens det kun gælder 13% af forbrugere over 65 år.

Som et ekstra spørgsmål, der kan indikere udbredelsen af køb af ulovlige kopiprodukter, er forbrugerne blevet spurgt om de kender personer, der har købt ulovlige kopier af produkter. Her angiver ca. halvdelen (51%) at de kender mennesker, der køber kopivarer. Igen forklares grupperingen af svarene i høj grad af forbrugernes alder. Hele 71% af forbrugere under 30 år kender således mennesker, der køber kopivarer, mens det kun gælder 25% af forbrugere over 65 år.

De produkter, der oftest er købt som ulovlige kopier, er produkter inden for kategorierne tøj, sko og accessories. Musik og film, som både er lette at kopiere og ofte også lette at købe, er den tredje mest udbredte kategori af kopiprodukter. Den fjerde mest udbredte kategori er overraskende nok medicin og kosttilskud. Dette skyldes formentlig at en del respondenter har misforstået det stillede spørgsmål. Undersøgelsen

er overordnet blevet præsenteret som en undersøgelse af forbrugernes køb af *ulovlige* produkter. I forhold til produktkategorien ”medicin & kosttilskud” er det dog ikke blevet specificeret, at undersøgelsen *ikke* omhandler de generiske og/eller parallelimporterede kopier af medicin, som helt lovligt kan købes på apoteket. Dette er årsagen til, at denne kategori vejer forholdsvis tungt i opgørelsen.



Base = alle (962)

De forbrugere, som inden for de seneste 2 år har købt kopivarer, har i vid udstrækning været klar over at varerne var kopier allerede inden købet. Kun 24% af de indkøbte kopivarer, forventede køberne ikke på forhånd var kopier.

2.2 Gennem hvilke kanaler køber forbrugerne kopiprodukterne?

Udlandet er ikke overraskende det sted, hvor de kopierede produkter oftest købes – uanset, hvilken produktkategori, der er tale om. Svarene tyder dels på at kopiprodukter opleves som mere udbredte og tilgængelige i udlandet (typisk på feriedestinationer) end i Danmark, og dels at køb af kopiprodukterne snarere er spontane indkøb, end det er velovervejede eller planlagte købshandlinger for at spare penge.

2.3 Forventninger og holdninger til fremtidigt køb af kopiprodukter

Adspurgt om, hvorvidt forbrugerne fremover vil kunne finde på at købe kopierede produkter, der formentligt er ulovlige, er forbrugerne delt i to næsten lige store grupper. 44% tager således klart afstand til at købe ulovlige kopier, mens en lidt større del af forbrugerne (48%) muligvis vil købe

kopierede produkter, også selvom de er illegalt kopierede. 8 % svarer direkte, at de også i fremtiden helt sikkert vil købe kopierede varer.

Forbrugerne er blevet bedt om at nuancere deres holdning til køb af kopiprodukter, ved at angive inden for hvilke produktkategorier, de mener det er i orden at købe kopiprodukter. Svarene er rangordnet efter svarprocent.

Andel af forbrugere, som mener det er i orden at købe kopiprodukter inden for kategorien:

Accessories (tasker, solbriller, bæltter etc.)	39,3 %
Tøj & sko	37,0 %
Ure & smykker	31,0 %
Medicin el. kosttilskud ¹⁷	24,6 %
Parfume % kosmetik	23,7 %
Møbler	23,0 %
Musik el. film	22,7 %
Mad- eller drikkevarer	19,1 %
Legetøj & spil	18,2 %
Computerprogrammer (software)	17,2 %
Cigaretter	15,7 %
Computerudstyr (hardware)	15,1 %
Andet elektrisk udstyr	14,4 %
Kunst	10,9 %

Base = alle (956)

De produktkategorier, som flest forbrugere mener det er i orden at købe kopier i, er ikke overraskende de kategorier, hvor flest respondenter selv har købt kopierede varer. Det drejer sig om accessories, tøj, sko, ure og smykker. Fælles for disse kategorier er, at man som forbruger ikke altid oplever en synlig kvalitetsforskel, men en meget stor prisforskel mellem mærkevarer (eksempelvis fra de store modehuse) og kopier. Samtidig er det produkter i disse kategorier, forbrugerne vurderer som mindst risikable. Erfaringsmæssigt ved man også, at disse varer ofte kun erhverves efter at man har prøvet, set eller rørt ved produktet. Dette stemmer overens med hovedindkøbskanalen, som er rejser i udlandet, hvorunder forbrugerne formentlig netop vil købe varer, de har set eller rørt ved – for eksempel på markeder – men næppe indgå i postordre- eller internethandel.

¹⁷ En del respondenter har som nævnt tidligere fejlagtigt troet at spørgsmålet omfattede lovlige eller parallelimporterede kopier af medicin. Svarprocenten er derfor for høj for denne kategori.

Det skal dog også nævnes, at 27,3 % har svaret, at de ikke mener, at det er i orden at købe kopierede produkter inden for nogle kategorier overhovedet.

2.4 Hvorfor køber man kopivarer?

Undersøgelsen viser, at én årsag overskygger alle andre nemlig prisen, som hele 77% af de forbrugere, som enten har købt eller forventer at købe kopiprodukter, finder afgørende. Prisen er dog ikke den eneste parameter, som forbrugerne lægger vægt på. 37% nævner således tilgængeligheden som den næstvigtigste årsag til køb af kopierede varer – de kopierede varer opleves af disse forbrugere som lettere at få fat på end de originale. For at understrege prisens betydning nævner dog kun 8% tilgængeligheden som den *vigtigste* årsag til valg af kopiprodukter.

En gennemgang af de åbne svar, hvor forbrugerne har kunnet begrunde deres holdninger til spørgsmålet, tilføjer nogle nuancer. En del forbrugere går således slet ikke op i, om produkterne er kopier eller ej, men angiver, at de slet og ret køber de produkter, de kan lide. Desuden nævner flere forbrugere en decideret uvilje mod at betale mærkevarernes ofte meget højere pris. Priserne opleves som så høje, at disse forbrugere aldrig ville have købt det originale produkt – også selvom der ikke fandtes kopier.

2.5 Forbrugernes holdninger til kopivarer

I undersøgelsen er respondenterne blevet stillet en række holdningsspørgsmål om ulovlige kopiprodukter. Alle holdningsspørgsmål er vist i tabellen på næste side. Tabellen illustrerer, i hvilken udstrækning forbrugerne er enige eller uenige i den givne påstand. ”Hverken-eller” kategorien er ikke medtaget i beregningen og de øvrige kategorier er slået sammen til to overordnede kategorier, nemlig ”Enig eller overvejende enig” og ”Uenig eller overvejende uenig”.

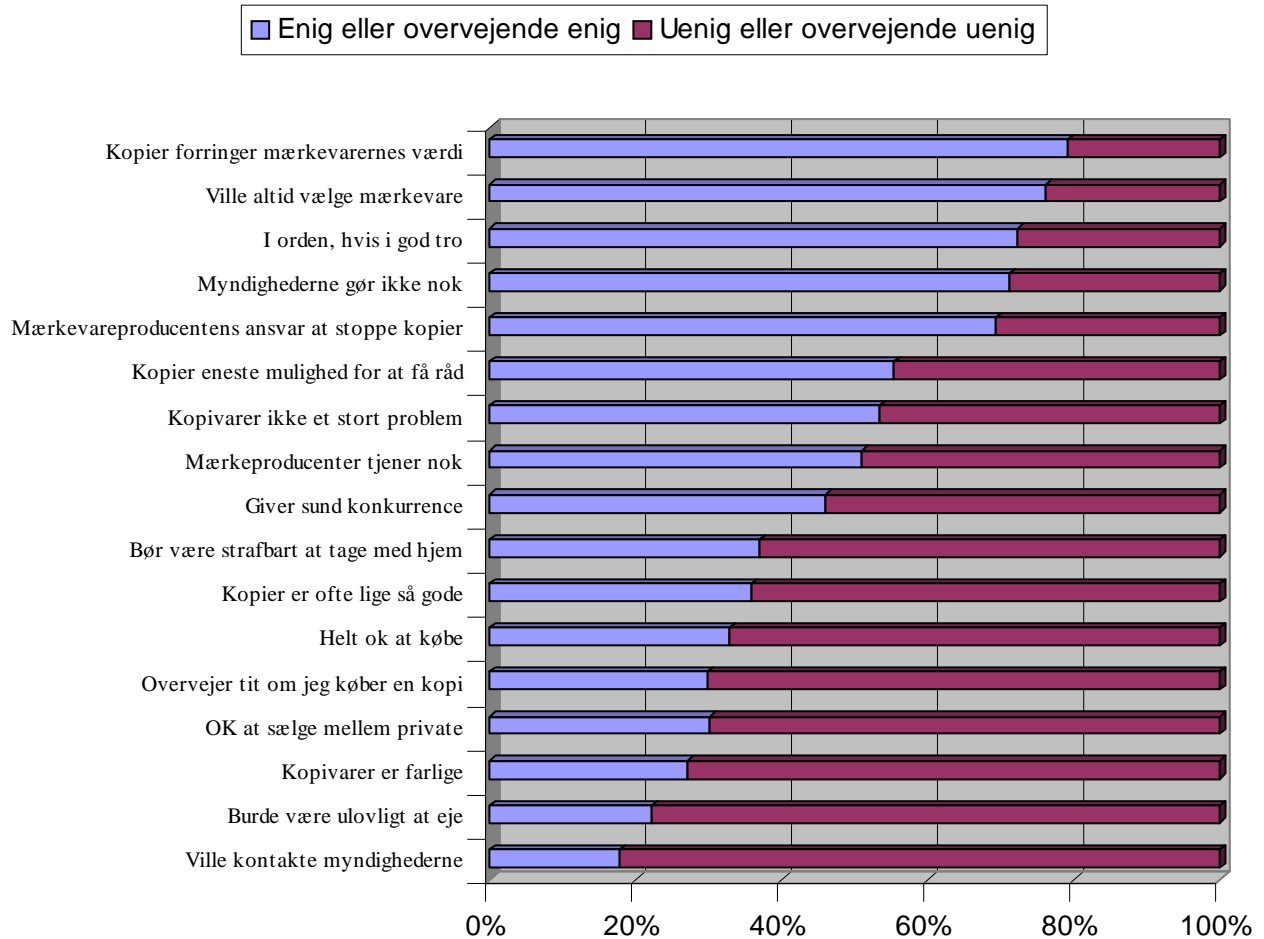
Et flertal af de forbrugere, som har taget stilling til spørgsmålene angiver, at de altid ville vælge en mærkevare frem for en kopi, samt at tilstedeværelsen af kopiprodukter forringer mærkevarernes værdi. Grundlæggende bakker de fleste forbrugere således op om kampen mod ulovlige kopier.

Til gengæld finder respondenterne ikke, at de selv som forbrugere bør tildeles det store ansvar for hverken at købe kopiprodukterne eller for at komme handelen med dem til livs. Et stort flertal mener således, at det er i orden at købe kopiprodukter, hvis man er i god tro, og kun meget få bakker op om synspunkterne at det burde være ulovligt at eje eller strafbart at hjembringe kopiprodukter. Et stort flertal erklærer sig enige i synspunktet om at myndighederne ikke gør nok for at komme kopi-

varerne til livs, mens et lige så stort flertal angiver, at det dog først og fremmest er mærkevareproducenternes eget ansvar at forfølge kopiproducenterne.

Cirka halvdelen af de adspurgte forbrugere erklærer sig enige i påstanden om at kopivarer kan være den eneste mulighed for at få råd til særlige luksus eller designprodukter, mens næsten lige så mange finder, at mærkevareproducenterne tjener penge nok, hvorfor kopiproduktionen ikke i deres optik er specielt problematisk. Lidt under halvdelen af de forbrugere, der har taget stilling for eller imod udsagnet, erklærer sig i tråd hermed enige i det synspunkt at kopivarerne giver en sund konkurrence på markedet og billigere priser for alle.

Holdninger til kopiprodukter



Bemærk at formuleringen af holdningsudsagnene er forkortet i ovenstående grafiske gengivelse.

3. Opsummering og anbefalinger

3.1 Opsummering

Der er ingen tvivl om, at mange forbrugere har et afslappet forhold til kopiprodukter. Andelen af forbrugere, som bevidst køber kopivarer, er ca. 15%. Dette tal dækker over store variationer mellem produktgrupperne. Generelt køber forbrugerne kopiprodukter inden for mode- og luksusprodukter samt film og cd'er. For ingen produktgrupper overstiger antallet af forbrugere, som har købt kopivarer dog 9%. Varegrupper, som anses som risikable eller som skal spises (mad og drikke), eller kunst, hvor selve det faktum, at det er en kopi forringer varens værdi for forbrugerne, handles sjældent bevidst som kopiprodukter.

Der er store variationer mellem aldersgruppernes køb af ulovlige kopiprodukter. De yngste forbrugere køber oftere kopiprodukter og har også holdningsmæssigt et mere afslappet forhold til det ulovlige i at købe kopivarer. De ældre forbrugere køber meget sjældnere kopiprodukter og er i nogen grad mere "autoritetstro" i spørgsmålet omkring ulovligt kopierede produkter. Flere i den gruppe ville eksempelvis angive, hvis de fik kendskab til salg af kopiprodukter, ligesom de oplyser, at de aldrig selv ville købe den type varer.

Det er værd at bemærke, at der ikke er samme forskelle at spore hverken i holdninger eller i forhold til konkret praksis – altså erfaringer med køb af ulovlige kopiprodukter – når det kommer til køn, bopæl eller husstandsindkomst. Kun uddannelsesniveaet ser i nogen grad ud til også at kunne forklare forskellige holdningsdimensioner. Således har forbrugere med en folkeskoleuddannelse som længste uddannelse et mere liberalt syn på kopiprodukterne – de erklærer sig i højere grad end resten af befolkningen enige i synspunkter som at kopiprodukterne giver sund konkurrence og billigere priser samt at det er mærkevareproducenternes eget ansvar at forfølge kopiproducenterne. Der er desuden flere lavtuddannede, som mener at det at forbrugerne er i god tro, bør undskylde deres handlinger, når de køber ulovlige kopiprodukter.

3.2 Anbefalinger

Hvis man ønsker at påvirke befolkningens holdninger til ulovlige kopiprodukter, skal man holde sig flere faktorer for øje:

- Holdningen til køb af ulovlige produkter er i meget stor udstrækning et generationsspørgsmål. Yngre forbrugere har et mere afslappet forhold til kopierede varer. Formentlig skyldes denne holdningsændring flere faktorer, som undersøgelsen dog ikke belyser i dybden. Eksempelvis at

digital teknologi i forvejen har gjort det muligt for almindelige forbrugere at kopiere musik og film, hvilket gør at denne type kopiering ikke længere opfattes så problematisk.

- En afslappet holdning til kopiprodukter er også tæt knyttet til en fordømmende holdning over for mærkevareproducenternes prispolitik eller konkurrencesituationen. Mediehistorier om eksempelvis brug af billig arbejdskraft og lave materialepriser i sportssko o.l. giver forbrugerne en fornemmelse af at betale for meget for blandt andet tøj og sko, samt mode- og luksusprodukter. Det er derfor ikke let at bearbejde befolkningens holdning til kopiprodukterne, uden at overveje deres samlede forbrugspraksis. De mærkevareproducenter, hvis varer kopieres, har således et medansvar for det, man kunne kalde den ”dalende moral” på området. Hvis forbrugerne skal ændre holdninger, er det kort sagt nødvendigt for mærkevareproducenterne at oplyse forbrugerne om kvalitetsforskelle og måder at skelne originaler fra kopier, samt at godtgøre hvorfor prisforskellene er så store.
- De kopiprodukter, som forbrugerne køber flest af, er produkter, som det er nemt at købe blandt andet på ferierejser til lande med mindre regulerede markedsforhold end i Danmark. Det er derfor ikke nok at ændre forbrugernes holdninger til køb af varer på hjemmemarkedet, men også når de er på ferie. Her er man oppe imod forhold, som er nært knyttet til positive ferieoplevelser for mange forbrugere – fornemmelsen af at købe varer, man ikke kan købe hjemme, at gøre en god handel, glæden ved at handle på markeder og købslå om prisen etc.
- De produkter, som forbrugerne har det mest afslappede forhold til at købe som illegale kopier, er produkter, hvor man ikke oplever den store personlige risiko ved at bruge produkterne. Eksempelvis tøj og sko, hvor man typisk ikke overvejer farlige kemikalier, smitterisiko eller andre kendte risikoforhold. Hvis denne indfaldsvinkel skal bruges i en oplysningsindsats, må der derfor oplyses om ukendte risikofaktorer ved brug af illegale kopiprodukter.
- Der er usikkerhed om hvilke regler, der egentlig gælder for forbrugernes køb af kopiprodukter. Er det strafbart selvom man er i god tro? Hvor går grænserne for hvornår man begår en ulovlig handling ved at købe kopivarer? Hvordan skelner man en kopivarepris fra et knaldtilbud? Kan man få problemer (ud over med samvittigheden) hvis man køber kopivarer i udlandet? Der er således brug for oplysning om hvilke regler, der gælder for almindelige forbrugere – ikke mindst i forbindelse med udlandsrejser.

Base = alle	Køn		Alder				Landsdel			Total		
	Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland			
Mener du, at du på et tidspunkt inden for de seneste 24 måneder har købt en kopivare?	Ja	20%	22%	30%	22%	19%	13%	22%	19%	20%	20%	201
	Nej	63%	65%	59%	64%	65%	64%	64%	65%	63%	64%	628
	Ved ikke	17%	14%	10%	15%	16%	23%	14%	16%	17%	16%	156
	Total	558	427	69	474	350	91	357	232	395	100%	985

Base = Har ikke købt kopivarer eller Ved ikke	Køn		Alder				Landsdel			Total		
	Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland			
Kender du personligt nogen, som har købt kopivarer?	Ja	54%	47%	71%	57%	45%	29%	58%	47%	48%	51%	400
	Nej	28%	38%	21%	26%	36%	54%	28%	33%	36%	32%	254
	Ved ikke	18%	16%	8%	17%	19%	16%	15%	21%	16%	17%	132
	Total	449	337	48	373	285	79	281	187	317	100%	786

Base = Har købt kopivarer	Køn		Alder				Landsdel			Total		
	Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland			
Hvilke typer kopivarer mener du, at du har købt?	Mad- eller drikkevarer	12%	21%	41%	16%	9%	8%	18%	22%	11%	16%	33
	Parfume og kosmetik	12%	11%	18%	11%	11%	0%	11%	16%	9%	11%	23
	Tøj og sko	42%	38%	41%	43%	36%	42%	43%	42%	37%	40%	83
	Accessories (tasker, solbriller, bæltter mv.)	45%	36%	55%	44%	36%	17%	43%	40%	40%	41%	84
	Computerprogrammer (software)	2%	18%	14%	8%	9%	17%	13%	7%	7%	9%	19
	Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller dvd	14%	35%	32%	29%	12%	25%	25%	22%	22%	23%	48
	Computerudstyr (hardware)	2%	10%	9%	7%	3%	0%	6%	2%	6%	5%	11
	Andet elektrisk udstyr	0%	9%	9%	3%	5%	0%	5%	2%	4%	4%	8
	Ure og smykker	15%	12%	14%	8%	24%	8%	11%	18%	14%	14%	28
	Møbler	3%	5%	14%	3%	2%	8%	5%	2%	4%	4%	8
	Kunst	1%	1%	0%	0%	3%	0%	1%	2%	0%	1%	2
	Legetøj og spil	5%	6%	5%	8%	3%	0%	5%	2%	7%	5%	11
	Cigaretter	5%	6%	14%	5%	5%	0%	5%	4%	6%	5%	11
	Medicin eller kosttilskud	30%	18%	32%	24%	23%	25%	33%	13%	22%	24%	50
	Andet: noter venligst:	7%	1%	0%	4%	6%	8%	3%	4%	6%	4%	9
	Total	111	94	22	105	66	12	79	45	81	100%	205

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = Har købt kopivarer												
Hvilke af de kopivarer har du købt, selv om du vidste at det var en kopi?	Mad- eller drikkevarer	8%	14%	32%	11%	3%	8%	14%	13%	6%	11%	22
	Parfume og kosmetik	8%	7%	9%	9%	8%	0%	9%	11%	5%	8%	16
	Tøj og sko	35%	27%	32%	33%	28%	25%	32%	40%	25%	31%	63
	Accessories (tasker, solbriller, bælt mv.)	39%	30%	55%	34%	32%	17%	33%	40%	34%	35%	71
	Computerprogrammer (software)	1%	14%	14%	6%	6%	8%	8%	7%	6%	7%	14
	Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller dvd	9%	31%	27%	23%	11%	17%	19%	20%	19%	19%	39
	Computerudstyr (hardware)	1%	7%	5%	5%	3%	0%	5%	2%	4%	4%	8
	Andet elektrisk udstyr	0%	6%	5%	3%	3%	0%	4%	0%	4%	3%	6
	Ure og smykker	11%	10%	9%	7%	18%	0%	6%	16%	11%	10%	21
	Møbler	2%	3%	9%	3%	0%	0%	4%	0%	3%	2%	5
	Kunst	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0
	Legetøj og spil	2%	4%	0%	5%	2%	0%	4%	0%	4%	3%	6
	Cigaretter	1%	4%	9%	1%	3%	0%	3%	2%	3%	2%	5
	Medicin eller kosttilskud	25%	17%	23%	20%	22%	25%	27%	11%	21%	21%	43
	Andet: noter venligst:	5%	0%	0%	3%	3%	0%	3%	2%	3%	2%	5
Ingen af de nævnte	9%	12%	0%	9%	12%	33%	8%	7%	15%	10%	21	
Total		110	94	22	105	65	12	79	45	80	100%	204

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = Har købt kopivarer												
Hvor har du købt kopivarer?	I supermarkedet	20%	22%	36%	21%	16%	17%	23%	22%	18%	21%	42
	I mindre specialbutikker	7%	16%	18%	9%	14%	8%	15%	9%	9%	11%	23
	Gennem private	8%	26%	18%	19%	11%	17%	13%	18%	19%	16%	33
	På kræmmermarkeder, loppemarkeder eller lignende	15%	18%	18%	18%	13%	17%	19%	11%	16%	16%	33
	Over internettet	15%	25%	23%	27%	6%	17%	19%	13%	23%	19%	39
	På gaden/fra gadehandlere	5%	8%	9%	5%	6%	8%	10%	2%	4%	6%	12
	På rejser til udlandet	58%	58%	55%	57%	63%	50%	60%	64%	52%	58%	117
	Andet: noter venligst	15%	10%	14%	12%	11%	25%	14%	9%	13%	12%	25
	Ved ikke/husker ikke	3%	0%	5%	0%	3%	0%	3%	0%	1%	1%	3
Total		109	93	22	104	64	12	78	45	79	100%	202

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = Har købt kopivarer												
Hvordan fandt du ud af, at den seneste var en kopivare?	Den var påfaldende billig	51%	53%	43%	44%	63%	83%	48%	62%	50%	52%	104
	Kvaliteten var ringe	18%	21%	14%	17%	23%	33%	23%	20%	15%	20%	39
	Den viste sig at hedde noget andet eller være anderledes end originalen	16%	16%	29%	15%	13%	25%	17%	16%	15%	16%	32
	Det fremgik tydeligt, at der var tale om en kopi	42%	48%	67%	56%	25%	17%	40%	44%	50%	45%	90
	Andet: Noter venligst	11%	4%	5%	7%	11%	8%	9%	2%	10%	8%	16
	Ved ikke	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%
Total		109	91	21	103	64	12	77	45	78	100%	200

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = alle												
Kunne du i fremtiden finde på at købe et kopiproduct, selvom du ved, at der formentlig er tale om en ulovlig kopi?	Ja, helt sikkert	7%	9%	15%	9%	5%	4%	10%	6%	7%	8%	77
	Muligvis	49%	47%	47%	51%	46%	38%	42%	53%	51%	48%	471
	Nej, helt sikkert ikke	44%	44%	38%	39%	48%	57%	49%	41%	42%	44%	433
Total		557	424	68	473	348	91	355	232	393	100%	981

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = Vil sikkert eller muligvis købe kopivarer												
Hvad er din væsentligste grund til at overveje at købe kopivarer? (du kan kun markere et svar)	De er billigere	74%	79%	86%	80%	71%	69%	76%	75%	78%	77%	420
	De er af bedre kvalitet	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1
	De er lettere at få fat i end originalprodukterne	5%	4%	2%	5%	6%	3%	4%	3%	7%	5%	26
	Jeg kan kun få kopien	3%	4%	5%	2%	4%	10%	2%	5%	3%	3%	19
	Der er en god historie forbundet med at købe en kopi	2%	4%	2%	1%	5%	5%	4%	2%	3%	3%	16
	Andet: Noter venligst grunden	9%	5%	2%	8%	8%	10%	11%	7%	5%	8%	42
	Ved ikke	6%	3%	2%	5%	6%	3%	3%	7%	4%	5%	25
Total		311	238	42	288	180	39	183	136	229	100%	549

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = Vil sikkert eller muligvis købe kopivarer (excl. Ved ikke ovenfor)												
Hvad er din næst-vigtigste grund til at overveje at købe kopivarer?	De er billigere	10%	10%	7%	8%	14%	11%	10%	11%	10%	10%	54
	De er af bedre kvalitet	1%	3%	2%	2%	2%	0%	1%	2%	2%	2%	9

(du kan kun markere et svar)	De er lettere at få fat i end originalprodukterne	25%	35%	41%	33%	22%	24%	25%	29%	32%	29%	152
	Jeg kan kun få kopien	9%	7%	7%	8%	9%	11%	6%	10%	9%	8%	43
	Der er en god historie forbundet med at købe en kopi	5%	9%	2%	7%	8%	5%	8%	7%	6%	7%	36
	Andet: Noter venligst grunden	15%	11%	10%	13%	14%	16%	18%	10%	11%	13%	69
	Ved ikke	35%	25%	29%	29%	32%	34%	33%	30%	29%	30%	159
	Total	292	230	41	273	170	38	177	126	218	100%	522

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
Base = alle		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Det burde være ulovligt at eje kopivarer	Meget enig	5%	6%	6%	4%	5%	10%	3%	6%	7%	5%	51
	Overvejende enig	8%	13%	9%	11%	9%	8%	9%	10%	11%	10%	96
	Hverken enig eller uenig	34%	27%	34%	32%	31%	26%	32%	33%	29%	31%	300
	Overvejende uenig	30%	26%	26%	27%	27%	36%	28%	29%	27%	28%	268
	Helt uenig	24%	28%	25%	25%	28%	21%	27%	22%	27%	26%	248
	Total	544	419	68	459	345	90	348	231	383	100%	963

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
Base = alle		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Hvis forbrugeren er i god tro, er det i orden at købe kopivarer	Meget enig	13%	17%	19%	16%	15%	8%	15%	12%	16%	15%	143
	Overvejende enig	38%	33%	29%	36%	36%	36%	34%	40%	36%	36%	346
	Hverken enig eller uenig	31%	28%	38%	28%	28%	38%	29%	31%	30%	30%	286
	Overvejende uenig	11%	12%	6%	13%	12%	10%	12%	11%	11%	12%	112
	Helt uenig	7%	9%	7%	7%	10%	8%	10%	6%	7%	8%	76
	Total	545	418	68	461	345	88	348	231	383	100%	963

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
Base = alle		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Kopiprodukter giver en sund konkurrence på markedet og lavere priser for alle	Meget enig	6%	7%	1%	7%	8%	6%	8%	4%	7%	7%	63
	Overvejende enig	24%	23%	24%	24%	22%	27%	19%	29%	24%	24%	226
	Hverken enig eller uenig	38%	30%	40%	34%	34%	34%	32%	37%	36%	35%	334
	Overvejende uenig	22%	23%	29%	23%	21%	23%	25%	18%	23%	23%	217
	Helt uenig	10%	16%	6%	12%	15%	10%	16%	12%	10%	13%	121
	Total	543	418	68	459	345	88	347	231	382	100%	961

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Jeg vil kontakte myndighederne, hvis jeg får mistanke om at et produkt er kopieret	Meget enig	3%	5%	1%	4%	5%	1%	3%	3%	4%	4%	36
	Overvejende enig	7%	10%	1%	8%	9%	11%	9%	9%	8%	8%	79
	Hverken enig eller uenig	34%	31%	40%	35%	30%	30%	31%	34%	34%	33%	317
	Overvejende uenig	28%	28%	24%	26%	29%	33%	29%	27%	27%	28%	267
	Helt uenig	28%	26%	34%	27%	28%	25%	27%	27%	27%	27%	264
Total		545	418	68	461	345	88	347	231	384	100%	963

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Det er helt ok at købe kopiprodukter	Meget enig	6%	5%	10%	7%	3%	3%	5%	6%	6%	5%	53
	Overvejende enig	16%	17%	13%	17%	18%	13%	15%	16%	18%	16%	159
	Hverken enig eller uenig	35%	30%	40%	33%	32%	31%	30%	32%	35%	33%	317
	Overvejende uenig	26%	29%	24%	28%	26%	31%	28%	28%	26%	27%	265
	Helt uenig	16%	20%	13%	15%	21%	20%	21%	17%	15%	18%	170
Total		546	418	68	461	345	89	348	231	384	100%	964

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Jeg vil til enhver tid vælge en original mærkevare frem for en kopi	Meget enig	21%	28%	21%	22%	28%	22%	30%	23%	19%	24%	231
	Overvejende enig	32%	28%	38%	31%	25%	35%	31%	31%	29%	30%	289
	Hverken enig eller uenig	31%	27%	26%	30%	30%	26%	24%	34%	31%	29%	282
	Overvejende uenig	10%	14%	7%	13%	12%	13%	10%	9%	15%	12%	115
	Helt uenig	6%	3%	7%	5%	5%	3%	5%	3%	5%	5%	45
Total		542	420	68	458	346	89	347	231	383	100%	962

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Hvis der sælges for mange kopivarer, så mister mærkevarerne værdi	Meget enig	23%	20%	24%	22%	22%	20%	24%	21%	21%	22%	211
	Overvejende enig	37%	42%	35%	39%	39%	43%	37%	42%	39%	39%	379
	Hverken enig eller uenig	25%	20%	21%	23%	23%	26%	22%	23%	23%	23%	219
	Overvejende uenig	9%	12%	16%	9%	12%	5%	10%	10%	10%	10%	99

Helt uenig	6%	6%	4%	7%	4%	6%	7%	4%	6%	6%	56
Total	546	418	68	462	345	88	348	231	384	100%	964

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Kopivarer er tit den eneste mulighed for at få råd til godt design eller luksus	Meget enig	10%	7%	12%	9%	8%	6%	9%	7%	9%	9%	83
	Overvejende enig	33%	27%	26%	32%	28%	35%	27%	30%	34%	30%	292
	Hverken enig eller uenig	28%	32%	28%	28%	30%	35%	29%	34%	27%	30%	285
	Overvejende uenig	15%	21%	22%	18%	17%	15%	18%	16%	18%	18%	170
	Helt uenig	13%	14%	12%	13%	16%	9%	16%	13%	12%	14%	131
Total		543	418	68	459	345	88	347	231	382	100%	961

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Det bør være strafbart at tage kopivarer med hjem fra udlandet	Meget enig	8%	10%	6%	6%	12%	10%	8%	8%	9%	9%	83
	Overvejende enig	14%	21%	12%	20%	14%	18%	16%	19%	16%	17%	163
	Hverken enig eller uenig	35%	26%	38%	31%	29%	28%	32%	29%	30%	31%	296
	Overvejende uenig	24%	24%	25%	22%	24%	31%	20%	23%	27%	24%	228
	Helt uenig	20%	20%	19%	21%	21%	13%	23%	20%	17%	20%	191
Total		543	418	68	459	345	88	347	231	382	100%	961

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Mærkevareproducenterne tjener så meget, at kopiprodukter ikke betyder det store	Meget enig	8%	8%	6%	9%	8%	8%	9%	7%	8%	8%	78
	Overvejende enig	23%	24%	25%	25%	22%	24%	21%	29%	22%	24%	227
	Hverken enig eller uenig	42%	32%	43%	35%	37%	48%	35%	39%	38%	38%	361
	Overvejende uenig	19%	23%	16%	22%	21%	15%	21%	17%	23%	21%	200
	Helt uenig	8%	13%	10%	9%	12%	6%	13%	7%	9%	10%	95
Total		543	418	68	459	345	88	347	231	382	100%	961

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Jeg mener ikke, at kopivarer udgør et stort problem	Meget enig	7%	9%	12%	9%	7%	7%	7%	8%	9%	8%	79
	Overvejende enig	27%	26%	26%	26%	26%	27%	25%	25%	28%	26%	254

Hverken enig eller uenig	39%	30%	41%	36%	34%	32%	35%	39%	33%	35%	337
Overvejende uenig	20%	25%	18%	22%	22%	25%	24%	18%	23%	22%	210
Helt uenig	8%	10%	3%	7%	11%	9%	9%	10%	7%	8%	81
Total	543	418	68	459	345	88	347	231	382	100%	961

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Jeg overvejer tit om den vare, jeg køber, er en kopi	Meget enig	4%	5%	3%	4%	6%	3%	6%	3%	4%	4%	43
	Overvejende enig	14%	18%	9%	13%	21%	16%	14%	17%	16%	16%	151
	Hverken enig eller uenig	33%	32%	31%	33%	32%	38%	31%	36%	32%	33%	314
	Overvejende uenig	29%	28%	35%	30%	26%	27%	28%	23%	32%	29%	275
	Helt uenig	20%	17%	22%	21%	16%	16%	20%	20%	17%	19%	179
Total		545	417	68	460	345	88	348	230	383	100%	962

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Kopivarer er risikable eller farlige at bruge	Meget enig	2%	1%	1%	2%	2%	2%	3%	1%	2%	2%	18
	Overvejende enig	12%	14%	10%	11%	14%	19%	16%	11%	11%	13%	123
	Hverken enig eller uenig	45%	48%	44%	46%	48%	43%	42%	49%	48%	46%	444
	Overvejende uenig	26%	26%	25%	28%	23%	28%	25%	26%	26%	26%	251
	Helt uenig	15%	11%	19%	14%	13%	8%	14%	13%	13%	13%	128
Total		545	419	68	461	345	89	347	231	385	100%	964

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Kopier er ofte af lige så god kvalitet, som originale produkter	Meget enig	4%	5%	3%	6%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	41
	Overvejende enig	22%	19%	12%	21%	21%	24%	15%	25%	23%	21%	198
	Hverken enig eller uenig	32%	29%	28%	28%	33%	42%	32%	30%	31%	31%	298
	Overvejende uenig	31%	32%	46%	31%	29%	28%	36%	29%	28%	31%	301
	Helt uenig	11%	15%	12%	14%	14%	2%	13%	12%	14%	13%	124
Total		544	418	68	460	345	88	347	231	383	100%	962

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = alle												
Det er mærkevareproducenter-nes eget ansvar at forfølge kopiproducenterne	Meget enig	15%	17%	12%	17%	16%	16%	16%	15%	17%	16%	155
	Overvejende enig	31%	35%	21%	32%	34%	45%	31%	33%	35%	33%	318
	Hverken enig eller uenig	34%	23%	41%	27%	29%	27%	28%	29%	30%	29%	280
	Overvejende uenig	16%	17%	22%	20%	14%	10%	18%	18%	15%	17%	161
	Helt uenig	3%	7%	4%	4%	7%	1%	7%	5%	3%	5%	48
Total		544	418	68	460	345	88	348	231	382	100%	962

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = alle												
Det er i orden at private indbyrdes sælger kopivarer	Meget enig	5%	6%	3%	6%	6%	3%	4%	3%	8%	5%	53
	Overvejende enig	13%	15%	15%	14%	15%	12%	14%	13%	15%	14%	138
	Hverken enig eller uenig	38%	30%	43%	35%	32%	30%	33%	38%	33%	34%	331
	Overvejende uenig	25%	26%	31%	26%	23%	26%	26%	25%	26%	25%	245
	Helt uenig	19%	22%	9%	19%	23%	28%	23%	20%	18%	20%	197
Total		544	420	68	460	346	89	347	231	385	100%	964

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = alle												
Myndighederne gør ikke nok for at komme handelen med kopivarer til livs	Meget enig	8%	11%	6%	8%	10%	11%	9%	9%	10%	9%	89
	Overvejende enig	20%	26%	31%	23%	21%	21%	22%	27%	20%	23%	217
	Hverken enig eller uenig	60%	49%	57%	57%	54%	52%	55%	54%	57%	55%	534
	Overvejende uenig	8%	10%	3%	7%	10%	12%	9%	8%	9%	9%	83
	Helt uenig	4%	5%	3%	4%	5%	3%	5%	2%	5%	4%	41
Total		545	419	68	460	346	89	348	231	384	100%	964

		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Base = alle												
Inden for hvilke kategorier er det i orden at købe et kopiprodukt?	Mad- eller drikkevarer	20%	19%	37%	25%	12%	12%	21%	16%	21%	20%	188
	Parfume og kosmetik	25%	23%	24%	27%	21%	24%	22%	22%	28%	24%	233
	Tøj og sko	41%	34%	38%	44%	33%	27%	33%	41%	41%	38%	364
	Accessories (tasker, solbriller, bæltter mv.)	44%	36%	40%	46%	36%	31%	37%	40%	44%	40%	387
	Computerprogrammer (software)	15%	21%	28%	20%	14%	14%	17%	14%	21%	18%	169

Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller dvd	24%	23%	26%	27%	19%	19%	22%	22%	25%	23%	224
Computerudstyr (hardware)	14%	18%	15%	19%	13%	9%	16%	11%	18%	16%	149
Andet elektrisk udstyr	13%	17%	15%	18%	12%	9%	14%	11%	18%	15%	142
Ure og smykker	34%	29%	25%	37%	28%	23%	27%	36%	34%	32%	305
Møbler	24%	23%	22%	28%	22%	10%	20%	25%	27%	24%	227
Kunst	11%	12%	19%	15%	7%	2%	10%	9%	14%	11%	107
Legetøj og spil	20%	18%	22%	24%	13%	13%	17%	17%	21%	19%	179
Cigaretter	16%	16%	22%	20%	13%	5%	14%	14%	20%	16%	155
Medicin eller kosttilskud	25%	25%	31%	25%	25%	26%	27%	21%	26%	25%	242
Andet: noter venligst:	7%	6%	7%	7%	7%	6%	9%	6%	5%	7%	64
Ingen	25%	32%	24%	25%	31%	34%	29%	30%	26%	28%	269
Total	540	416	68	457	344	86	347	229	379	100%	956

Base = alle		Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Hvilke kategorier af kopiprodukter udgør en sikkerhedsrisiko ved brug?	Mad- eller drikkevarer	55%	58%	50%	54%	60%	56%	57%	58%	54%	56%	536
	Parfume og kosmetik	49%	56%	53%	53%	50%	50%	52%	51%	52%	52%	494
	Tøj og sko	3%	7%	10%	5%	3%	7%	7%	3%	4%	5%	47
	Accessories (tasker, solbriller, bæltter mv.)	3%	5%	4%	4%	3%	1%	6%	1%	3%	4%	35
	Computerprogrammer (software)	24%	23%	31%	25%	21%	23%	29%	22%	20%	24%	225
	Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller dvd	6%	7%	9%	7%	6%	3%	8%	5%	6%	6%	60
	Computerudstyr (hardware)	23%	26%	24%	25%	23%	24%	29%	21%	21%	24%	228
	Andet elektrisk udstyr	43%	48%	38%	43%	49%	48%	50%	46%	40%	45%	429
	Ure og smykker	9%	11%	22%	11%	7%	5%	12%	7%	8%	10%	91
	Møbler	6%	9%	15%	9%	5%	5%	8%	5%	8%	7%	71
	Kunst	4%	5%	6%	4%	4%	6%	4%	3%	5%	4%	40
	Legetøj og spil	34%	37%	35%	38%	33%	27%	34%	34%	37%	35%	335
	Cigaretter	27%	31%	41%	33%	24%	15%	28%	29%	29%	29%	274
	Medicin eller kosttilskud	76%	73%	75%	74%	75%	76%	73%	76%	75%	75%	711
	Andet: noter venligst:	1%	2%	0%	2%	2%	0%	2%	1%	1%	1%	14
	Ingen af de nævnte	2%	2%	3%	2%	0%	5%	1%	2%	2%	2%	17
	Ved ikke	12%	9%	13%	11%	9%	10%	10%	9%	12%	10%	100
Total		538	415	68	456	342	86	346	229	377	100%	953

Base = Kender nogen der har købt kopier	NB: Kodningsfejl som gør dette spørgsmål ubrugeligt	Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Har du selv købt kopivarer, du har vurderet som farlige eller risikable at bruge?	Ja	1%	3%	3%	1%	2%	0%	1%	2%	2%	2%	7
	Nej	97%	91%	94%	94%	95%	91%	95%	95%	93%	94%	370
	Ved ikke	2%	6%	3%	4%	2%	9%	4%	2%	5%	4%	15
Total		236	156	34	209	126	23	157	87	148	100%	392

Base = alle excl. Nej eller Ved ikke overfor	NB: Kun kategorier som er købt (spm.3) er vist, samt Ingen	Køn		Alder				Landsdel			Total	
		Kvinde	Mand	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år	Hovedstaden	Øerne	Jylland		
Indenfor hvilke kategorier har du været bekymret over sikkerheden?	Mad- eller drikkevarer	1%	3%	9%	2%	1%	0%	3%	3%	0%	2%	10
	Parfume og kosmetik	1%	2%	3%	0%	2%	0%	2%	1%	0%	1%	6
	Tøj og sko	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	2
	Accessories (tasker, solbriller, bælt mv.)	1%	0%	3%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	4
	Computerprogrammer (software)	0%	3%	3%	1%	2%	2%	3%	1%	1%	1%	8
	Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller dvd	2%	2%	6%	3%	0%	2%	4%	1%	1%	2%	11
	Computerudstyr (hardware)	0%	1%	6%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	3
	Andet elektrisk udstyr	0%	2%	6%	1%	0%	0%	2%	0%	1%	1%	6
	Ure og smykker	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	2
	Møbler	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0
	Kunst	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0
	Legetøj og spil	1%	0%	3%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	3
	Cigaretter	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1
	Medicin eller kosttilskud	5%	3%	11%	4%	3%	3%	4%	2%	5%	4%	23
	Andet: noter venligst:	2%	0%	0%	0%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	5
Ingen	87%	90%	71%	89%	89%	94%	87%	88%	90%	89%	503	
Total		305	263	35	250	219	63	191	144	232	100%	568

Kopivarer, FBR-panelet, udsendes 14. juni 2007

Baggrund

ØEM ønsker forbrugernes holdninger til og brug af/køb af kopiprodukter belyst. Begrebet kopivarer dækker over varer eller emballage, hvorpå der uden samtykke fra rettighedshaveren er anbragt et varemærke, der er identisk med – eller som ikke umiddelbart kan skelnes fra – det oprindelige varemærke og varer, der er eller indeholder kopier af selve produktet. Som eksempler kan nævnes en T-shirt, hvorpå Lacostes krokodille-mærke er påført eller kopier af musik-cd'er etc.

Spørgerammen er udformet, så det belyses:

- i hvilket omfang – samt inden for hvilke kategorier – forbrugerne køber kopiprodukter
- hvor mange forbrugere, der bevidst køber kopiprodukter, og hvor mange, der føler sig ”snydt”
- om forbrugerne opfatter, at der er sikkerhedsproblemer forbundet med kopiprodukter
- samt hvilke holdningsdimensioner, der eksisterer i forbrugernes forhold til kopivarer. Holdningsdimensionerne kan bruges til at segmentere markedet og potentielt anslå, hvor mange – og hvilke typer – af forbrugere, der udviser forskellige holdninger til kopiprodukter.

Spørgeramme

Q1 Mange mærkevarer og forbrugerprodukter bliver kopieret og solgt videre, uden at de virksomheder, der ejer varemærkerne, ved det. Mange forbrugere køber kopivarer. Ofte ved forbrugerne ikke, hvornår de køber en kopivare eller det originale produkt. Kopivarer sælges tit over internettet, på markeder eller i mindre forretninger, samt af og til i supermarkeder.

Q2 Mener du, at du på et tidspunkt inden for de seneste 24 måneder har købt en kopivare?

*Ja

*Nej

*Ved ikke

[INT: Hvis Ja, gå til spm. 4]

Q3 Kender du personligt nogen, som har købt kopivarer?

*Ja

*Nej

*Ved ikke

[INT: Alle, der har besvaret spm. 3, gå til spm. 8]

Q4 Hvilke typer kopivarer mener du, at du har købt? Du kan markere flere svar

*Mad- eller drikkevarer

*Parfume og kosmetik

*Tøj og sko

*Accessories (tasker, solbriller, bæltter mv.)

*Computerprogrammer (software)

*Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller DVD

*Computerudstyr (hardware)

- *Andet elektrisk udstyr
- *Ure og smykker
- *Møbler
- *Kunst
- *Legetøj og spil
- *Cigaretter
- *Medicin eller kosttilskud
- *Andet: noter venligst:

[INT: næste skærbillede afhænger af panellistens svar på ovenstående – kun markerede kategorier vises igen]

Q5 Hvilke af de kopivarer, du har købt, har du købt selvom du vidste, det var en kopi? Sæt kun kryds, hvis du på forhånd regnede med at produktet var en kopivare.

- *Mad- eller drikkevarer
- *Parfume og kosmetik
- *Tøj og sko
- *Accessories (tasker, solbriller, bælt mv.)
- *Computerprogrammer (software)
- *Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller DVD
- *Computerudstyr (hardware)
- *Andet elektrisk udstyr
- *Ure og smykker
- *Møbler
- *Kunst
- *Legetøj og spil
- *Cigaretter
- *Medicin eller kosttilskud
- *Andet: noter venligst:
- *Ingen

Q6 Hvor har du købt kopivarer? Du kan markere flere svar

- *I supermarkedet
- *I mindre specialbutikker
- *Gennem private
- *På kræmmermarkeder, loppemarkeder eller lignende
- *Over internettet
- *På gaden/fra gadehandlere
- *På rejser til udlandet
- *Andet: noter venligst
- *Ved ikke/husker ikke

Q7 Tænk på den seneste kopivare, du har købt. Hvordan fandt ud af, at der var tale om en kopivare?

- *Den var påfaldende billig
- *Kvaliteten var ringe
- *Den viste sig at hedde noget andet eller være anderledes end originalen
- *Det fremgik tydeligt, at der var tale om en kopi

- *Andet: Noter venligst
- *Ved ikke

Q8 Kunne du i fremtiden finde på at købe et kopiproduct, selvom du ved, at der formentlig er tale om en ulovlig kopi?

- *Ja, helt sikkert
- *Muligvis
- *Nej, helt sikkert ikke

[INT: Hvis "Nej, helt sikkert ikke", gå til spm. 10]

Q9 Hvad er din væsentligste grund til at overveje at købe kopivarer? (du kan kun markere et svar)

- *De er billigere
- *De er af bedre kvalitet
- *De er lettere at få fat i end originalprodukterne
- *Jeg kan kun få kopien
- *Der er en god historie forbundet med at købe en kopi
- *Andet: Noter venligst grunden
- *Ved ikke

[INT: Hvis Ved ikke, gå til spm. 11]

Q10 Hvad er din næst-vigtigste grund til at overveje at købe kopivarer? (du kan kun markere et svar)

[INT: respondentens svar fra spm. 9 udelades]

- *De er billigere
- *De er af bedre kvalitet
- *De er lettere at få fat i end originalprodukterne
- *Jeg kan kun få kopien
- *Der er en god historie forbundet med at købe en kopi
- *Andet: Noter venligst grunden
- *Ved ikke

Q11 Nedenfor står en række udsagn om kopivarer. Du bedes venligst angive, hvor enig eller uenig, du er i påstandene.

[INT: spørgsmål opstilles som matrix med udsagn i venstre kolonne og svarmuligheder i kolonner mod højre, forklaret i øverste række. Hvis ikke alle udsagn kan ses på et skærbillede, deles svarkategorierne i to skærbilleder, så skalaen øverst altid er synlig]

[INT: randomiser rækkefølgen af udsagn]

QDet burde være ulovligt at eje kopivarer

QHvis forbrugeren er i god tro, er det i orden at købe kopivarer

QKopiproducter giver en sund konkurrence på markedet og lavere priser for alle

QJeg vil kontakte myndighederne, hvis jeg får mistanke om at et product er kopieret

QDet er helt ok at købe kopiproducter

- QJeg vil til enhver tid vælge en original mærkevare frem for en kopi
- QHvis der sælges for mange kopivarer, så mister mærkevarerne værdi
- QKopivarer er tit den eneste mulighed for at få råd til godt design eller luksus
- QDet bør være strafbart at tage kopivarer med hjem fra udlandet
- QMærkevareproducenterne tjener så meget, at kopiprodukter ikke betyder det store
- QJeg mener ikke, at kopivarer udgør et stort problem
- QJeg overvejer tit om den vare, jeg køber, er en kopi
- QKopivarer er risikable eller farlige at bruge
- QKopier er ofte af lige så god kvalitet, som originale produkter
- QDet er mærkevareproducenternes eget ansvar at forfølge kopiproducenterne
- QDet er i orden at private indbyrdes sælger kopivarer
- QMyndighederne gør ikke nok for at komme handelen med kopivarer til livs

[INT: Bedømmelsesskala]

- *Meget enig
- *Overvejende enig
- *Hverken enig eller uenig
- *Overvejende uenig
- *Helt uenig

Q12 Inden for hvilke kategorier mener du, det er i orden at købe et kopiprodukt?

- *Mad- eller drikkevarer
- *Parfume og kosmetik
- *Tøj og sko
- *Accessories (tasker, solbriller, bælt mv.)
- *Computerprogrammer (software)
- *Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller DVD
- *Computerudstyr (hardware)
- *Andet elektrisk udstyr
- *Ure og smykker
- *Møbler
- *Kunst
- *Legetøj og spil
- *Cigaretter
- *Medicin eller kosttilskud
- *Andet: noter venligst:
- *Ingen

Q13 Nogle kopiprodukter er så forskellige fra originalen eller af så dårlig kvalitet, at det kan være risikabelt at bruge dem.

Hvilke kategorier af kopiprodukter mener du udgør en sikkerhedsrisiko for forbrugerne?

Marker de produktgrupper, hvor du mener, der er en sikkerhedsrisiko forbundet med at bruge kopiprodukter.

- *Mad- eller drikkevarer
- *Parfume og kosmetik
- *Tøj og sko
- *Accessories (tasker, solbriller, bælt mv.)

- *Computerprogrammer (software)
- *Musik eller film, eksempelvis hentet fra internettet eller på cd eller DVD
- *Computerudstyr (hardware)
- *Andet elektrisk udstyr
- *Ure og smykker
- *Møbler
- *Kunst
- *Legetøj og spil
- *Cigaretter
- *Medicin eller kosttilskud
- *Andet: Noter venligst
- *Ingen af de nævnte
- *Ved ikke

[INT: spm. 14 stilles kun til respondenter, der har svaret ja i spm. 2]

Q14 Har du selv købt kopivarer, du har vurderet som farlige eller risikable at bruge?

- *Ja
- *Nej
- *Ved ikke

[INT: hvis nej eller ved ikke AFSLUT]

Q15 Inden for hvilke varekategorier har du været bekymret over mulige sikkerhedsproblemer?

*[INT: Vis samme kategorier som i spm. 5 – kun produktgrupper respondenteren har købt]

Bilag VIII: Guide til forbrugerne om piratkopierede varer

Piratkopiering er den bevidste, slaviske efterligning af et varemærke, et ophavsretligt beskyttet værk, et design, et patent eller en brugsmode, hvor formålet med efterligningen er, at du som forbruger skal tro, at du køber en originalvare. Producenterne af piratkopier bliver stadig mere professionelle, og det kan være svært at adskille originalvarer fra kopier. Tidligere var det især luksusvarer, der blev kopieret, men i dag bliver også dagligvarer, som f.eks. vaskepulver, batterier og medicin, kopieret.

Det er ulovligt at producere og sælge piratkopierede varer, og i nogle tilfælde er det også ulovligt at købe piratkopierede varer.

Du får her en guide til, hvorfor du ikke skal købe piratkopierede varer, hvornår det er ulovligt at købe piratkopierede varer, hvilke forholdsregler du kan tage for at undgå at købe piratkopierede varer, og hvad du kan gøre, hvis det alligevel sker.

Hvorfor skal du ikke købe piratkopierede varer?

- **Piratkopiering er ulovligt**

Det er ulovligt at fremstille piratkopierede varer, når de skal sælges videre. Både producenten af den piratkopierede vare og sælgeren gør noget ulovligt, når de forsøger at få dig til at købe en piratkopieret vare.

- **Piratkopierede varer kan være farlige**

Piratkopierede varer kan være sundhedsskadelige eller farlige, fordi de er uden for myndighedernes kontrol og ikke opfylder de gældende regler for sikkerhed. Det gælder både lægemidler, legetøj og andre typer varer som f.eks. reservedele til biler og elektriske apparater.

- **Det kan være ulovligt at købe eller lave piratkopier**

Hvis du har købt piratkopierede varer i lande uden for EU, og varerne kommer ind i Danmark som postforsendelser, f.eks. i forbindelse med et køb på Internettet, kan toldmyndighederne tilbageholde varerne, hvis de har mistanke om, at du har købt varerne for at sælge dem videre.

I visse lande, bl.a. Frankrig og Italien, er det også ulovligt at besidde en piratkopieret vare. Du kan derfor i disse lande blive straffet for at gå rundt med f.eks. en piratkopieret taske.

Det er ikke ulovligt at have piratkopierede varer i din personlige bagage, hvis varernes værdi ligger inden for toldfritagelsesgrænsen, pt. 175 Euro, og du har købt varerne til dig selv og dermed i privat øjemed.

Det er ikke ulovligt, hvis du som privatperson køber eller kopierer et ophavsretligt beskyttet værk, f.eks. en stol og anvender den i hjemmet til private formål. Det samme gælder for produkter, der er beskyttet af varemærke-, design-, patent- og brugsmodele rettigheder.

Der gælder dog særlige regler for digitale værker. Det er f.eks. ulovligt at kopiere en cd og give den i gave til din nabo, eller kopiere en cd du har lånt på biblioteket. Du må heller ikke opfordre din nabo til at lave en kopi af en dvd til dig.

Det er ikke ulovligt at fremstille enkelte kopier af musik cd'er og dvd-film, som du i forvejen ejer. Kopierne må dog kun være til din egen husstand. Enhver anden form for kopiering, medvirken til kopiering eller afsætning af disse kopier er ulovlig. Det betyder, at det kun er lovligt at downloade f.eks. musik fra de hjemmesider, hvor musikken er gjort tilgængelig med rettighedshavernes samtykke.

Det er således også ulovligt at downloade musik fra hjemmesider, hvor musikken ligger uden tilladelse fra rettighedshaver, og det er ulovligt at videresende downloaded musik til venner og naboer.

Hvilke forholdsregler kan du tage?

- **Fysiske butikker**

Det bedste råd er at bruge sin sunde fornuft.

Følgende forhold bør give anledning til, at du overvejer, om der er tale om piratkopierede varer:

- Prisen på varerne er meget lavere end den normale markedspris.
- Kvaliteten af varerne virker dårligere, end du ville have forventet.
- Varerne bliver solgt fra et midlertidigt salgssted, f.eks. en gadesælger eller på et kræmmermarked.

- **Internettet**

Udover ovennævnte råd skal du ved køb på Internettet være opmærksom på følgende:

- Er der en klar angivelse af, hvem der står bag hjemmesiden – navn, adresse, telefonnummer m.v.
- Er sælger tilknyttet en mærknings- eller godkendelsesordning.
- Fremgår det på hjemmesider med mulighed for download af musik og film, at der er truffet aftale med rettighedshaverne om klarering af rettigheder og betaling.

Hvis du har fulgt disse råd men stadig er i tvivl om, hvorvidt du er ved at købe en piratkopieret vare, så kan du kontakte rettighedshaver. Rettighedshaver vil i de fleste tilfælde kunne fortælle dig, om de pågældende varer er lovlige, hvis du oplyser, hvor de sælges fra.

Hvad kan du gøre, hvis du har købt en piratkopieret vare?

- **Hæve handlen**

Uanset om du har købt en piratkopieret varer i en fysik butik eller over Internettet, er købet dækket af forbrugeraftaleloven. Efter reglerne i forbrugeraftaleloven har du ret til hæve handlen i 14 dage, hvis du har købt en piratkopieret vare.

- **Kontakt relevante myndigheder**

Piratkopiering er ulovligt, og du bør altid kontakte politiet, hvis du opdager, at du har købt en piratkopieret vare. Hvis der er tale om forfalskede lægemidler eller f.eks. elektriske produkter, bør du også kontakte Lægemiddelstyrelsen og/eller Sikkerhedsstyrelsen.

Yderligere information og vejledning:

Hvis du er i tvivl eller har brug for yderlige hjælp vedrørende piratkopiering, så er disse organisationer og myndigheder parate til at yde assistance:

(links til organisationer og myndigheder)