

HÆLERI

1. INDLEDNING

I 2000 gennemførte stud. jur. Jens Ingerslev Olsen med støtte fra Justitsministeriets Forskningspulje en undersøgelse af udbredelsen af hæleri.¹ Til brug for undersøgelsen blev der foretaget en surveyundersøgelse hos analyseinstituttet ACNielsen AIM vedrørende omfanget af hæleri.

I forbindelse med regeringens indbrudspakke er det besluttet at gennemføre en ny, lignende undersøgelse med henblik på at se, om der er sket ændringer i omfanget af hæleri. Det er denne sammenligning, der er hovedsigtet med undersøgelsen, men den belyser dog også karakteristika ved dem, der begår hæleri.

Det Kriminalpræventive Råd har finansieret undersøgelsen.

2. DATAMATERIALE

Surveyundersøgelsen fra 2000 blev gennemført i perioden fra 8. til 14. november 2000.

Ret præcis 10 år senere blev data til brug for den nye undersøgelse indsamlet. Det er sket via Danmarks Statistiks omnibusundersøgelse, der gennemføres månedligt med ca. 1000 respondenter. Med henblik på at få et lidt større datamateriale er det dog valgt ikke alene at gennemføre hæleriundersøgelsen i november måned, men også i september og oktober 2010.

Den løbende offerundersøgelse, som Justitsministeriets Forskningskontor gennemfører i samarbejde med Københavns Universitet, er også baseret på data fra Danmarks Statistiks omnibusundersøgelse. Der henvises til den seneste rapport om offerundersøgelsen med hensyn til nærmere oplysninger om omnibusundersøgelsen, bortfald m.v.²

¹ ”Kriminologisk analyse af straffelovens § 284 om hæleri”, Københavns Universitet, 2001.

² Se http://www.justitsministeriet.dk/fileadmin/downloads/Forskning_og_dokumentation/Offerrapport%202009.pdf.

I alt har 3001 personer i alderen 16-74 år deltaget i undersøgelsen fra 2010.

Med henblik på at sikre sammenlignelighed med den tidligere undersøgelse er der stillet præcis de samme spørgsmål i denne undersøgelse.

I såvel den tidligere som den nuværende undersøgelse er data vægtet, idet det har vist sig, at bortfaldet ikke er tilfældigt. Vægningen indebærer dog kun små forandringer i andelen, der er tilbudt eller har købt hælervarer.

3. KARAKTERISTIKA VED HÆLERE I 2010

Der er stillet spørgsmål om, hvorvidt personen kender nogen, der har købt hælervarer, hvorvidt vedkommende selv er blevet tilbudt hælervarer, og om vedkommende reelt har købt hælervarer. Karakteristika ved de personer, der besvarer bekræftende på disse spørgsmål, skal her kort belyses.

Indledningsvis skal det nævnes, at 17 pct. svarer ja til, at de kender nogen, der har købt hælervarer, mens 26 pct. oplyser, at de selv er blevet tilbudt hælervarer. Af disse 26 pct. er det godt hver femte, der har købt hælervarer. Det svarer til 5 pct. af samtlige i undersøgelsen.

Der er en klar sammenhæng mellem, om man kender nogen, der har købt hælervarer, og om man selv er tilbudt det eller har gjort det. Det er således 69 pct. af dem, der kender nogen, der har købt hælervarer, som selv er blevet tilbudt hælervarer. Af dem, der ikke kender nogen, der har købt hælervarer, er det 17 pct., som selv er blevet tilbudt sådanne varer.

Sammenhængen mellem kendskab til købere af hælervarer og selv at have købt hælervarer er også meget markant: 20 pct. af dem, der kender nogen, der har købt hælervarer, har også selv gjort det, mod 3 pct. af dem, der ikke kender nogen, der har købt hælervarer.

Med hensyn til dem, der kender nogen, der har købt hælervarer (i alt 477 personer), i forhold til dem, der ikke kender sådanne personer, peger undersøgelsen på følgende karakteristika:

- Det er hyppigere mænd end kvinder (henholdsvis 57 og 43 pct.)
- Det er hyppigere yngre end ældre personer
- Det er hyppigere ugifte end gifte/fraskilte
- De er hyppigere uden en erhvervsuddannelse end med en erhvervsuddannelse
- De er hyppigere studerende, lærlinge eller arbejdsløse end personer i arbejde

En meget groft tegnet profil af dem, der kender nogen, der tilbydes hælervarer, er altså en yngre, ugift mand under uddannelse eller uden arbejde. På denne baggrund kunne det forventes, at også spørgsmålet om indkomst ville differentiere mellem dem, der får tilbudt hælervarer, og dem, der

ikke gør det, men på dette område er der dog ingen forskelle. Der er ligeledes heller ikke fundet regionale forskelle.

Med hensyn til dem, der selv er blevet tilbudt hælervarer (i alt 751 personer), i forhold til dem, der ikke er det, viser undersøgelsen følgende karakteristika:

- Det er hyppigere mænd end kvinder (henholdsvis 70 og 30 pct.)
- Det er hyppigere aldersgruppen 20-39 år end yngre og ældre personer
- Det er hyppigere ugifte end gifte/fraskilte
- Det er hyppigere faglærte, lærlinge eller arbejdsløse end andre beskæftigelsesgrupper
- Det er hyppigere personer med indkomst over 300.000 kr. end nogen med lavere indkomster
- Det er hyppigere nogen fra Region Hovedstaden end fra de øvrige regioner

Den profil, der på denne baggrund kan tegnes, ligner i høj grad ovennævnte, dog med undtagelse af, at faglærte er at finde blandt dem, der forholdsvis hyppigt er tilbudt hælervarer, mens studerende ikke indgår blandt dem. Desuden differentierer indkomsten mellem dem, der tilbydes hælervarer, og dem, der ikke gør det, dog nok på en lidt uventet måde, idet der er relativt flere med højere personindkomster end med lavere personindkomster, der er tilbudt hælervarer. Endelig ses også, at geografisk område har en betydning her, da det hyppigere er personer i hovedstadsområdet end i resten af landet, der tilbydes hælervarer.

Endelig skal der ses på karakteristika for den noget mindre gruppe, der er endt med at købe hælervarer (157 personer). Her sammenlignes de med samtlige øvrige i undersøgelsen. På baggrund heraf ses, at købere af hælervarer er karakteriseret ved:

- Hyppigere at være mænd end kvinder (henholdsvis 85 og 15 pct.)
- Hyppigere at tilhøre aldersgruppen 20-39 år end øvrige aldersgrupper
- Hyppigere at være ugifte/enlige end gifte/samlevende
- Hyppigere at være faglærte eller arbejdsløse end andre faggrupper, studerende eller lærlinge
- Hyppigere at være fra Region Hovedstaden end fra de øvrige regioner

Disse karakteristika svarer i meget høj grad til dem, der er for personer, der har fået tilbudt hælervarer, men det skal dog understreges, at forskellene mellem dem, der har købt hælervarer, og den øvrige befolkning er mere udtalte end dem, der er mellem dem, der har fået tilbudt hælervarer, og den øvrige befolkning.

Analysen viser, at mænd i meget højere grad end kvinder køber hælervarer, og at det forekommer hyppigere blandt yngre end blandt ældre eller helt unge. Er man ugift og/eller enlig er der større sandsynlighed for at man har købt hælervarer, end hvis man er gift eller lever sammen med nogen. Disse karakteristika er generelle kriminogene faktorer, som undersøgelser af den traditionelle straf-

felovskriminalitet også typisk peger på. Dog er det lidt bemærkelsesværdigt, at de helt unge under 20 år er underrepræsenterede blandt dem, der køber hælervarer.

Med hensyn til personernes beskæftigelse er det i forhold til den almene viden om kriminogene forhold påfaldende, at faglærte er inkluderet blandt dem, der har en forhøjet risiko for at købe hælervarer, mens ufaglærte, kontanthjælpsmodtagere og førtidspensionister ikke er det. I den forbindelse skal det også nævnes, at analysen viser en tydelig, dog ikke signifikant, tendens til, at der er relativt mange med højere indkomster blandt dem, der køber hælervarer. Hvor forekomsten af kriminalitet almindeligvis 'vender den tunge ende nedad', idet den er mere udbredt blandt personer uden for arbejdsstyrken og lavindkomstgrupper, end den er blandt personer i erhverv og højindkomstgrupper, så er det tilsyneladende ikke helt tilfældet for hælери.

Med hensyn til de regionale forskelle er disse størst mellem hovedstaden og regioner uden for Sjælland, mens der er en mindre forskel mellem Region Hovedstaden og Region Sjælland.

De i alt 157 personer, der har svaret bekræftende på, om de har købt stjalne varer, er også blevet spurgt om, hvor mange gange inden for de seneste 12 måneder de har gjort det. Det er imidlertid kun en ganske lille del af dem, der har købt hælervarer, som har gjort det inden for de seneste år, nemlig i alt 25 personer, hvilket svarer til 16 pct. af dem, der har købt hælervarer. Da de opfølgende spørgsmål om, hvad der er købt, af hvem og hvor m.v., alene angår denne lille del af de adspurgte, vil der ikke – på grund af den statistiske usikkerhed, det ringe undersøgelsesmateriale indebærer – blive gået i dybden med besvarelserne heraf. Sammenfattende om besvarelserne på disse spørgsmål kan det dog oplyses:

- at der i de fleste tilfælde er købt computere, fladskærme, spillekonsoller, MP3-afspillere og lignende varer
- at langt de fleste har købt hælervarer for et beløb under 2.500 kr.
- at handelen i lige høj grad er foregået i købers eller sælgers bolig som på offentligt tilgængelige steder
- at køber i de fleste tilfælde har haft et vist kendskab til den, der har solgt hælervarer.

4. HÆLERI I 2000 OG I 2010

Af tabel 1 fremgår besvarelserne af de tre væsentligste spørgsmål om hælери i 2000 og 2010. Det ses af tabellen, at mens der i 2000 var 26 pct. af de adspurgte, der kendte nogen, der var blevet tilbudt stjalne varer, var denne andel noget mindre i 2010, nemlig på 17 pct. Denne mindskning er statistisk signifikant.

Tabel 1. Spørgsmål vedrørende svarpersonens kendskab til andres eller egen delagtighed i hæleri, 2000 og 2010, pct.

	2000			2010		
	Ja	Nej	I alt	Ja	Nej	I alt
Kender du nogen, der er blevet tilbudt varer, som vedkommende troede eller havde viden om var stjålet?	26 %	73 %	1013	17 %	83 %	2871
Er du nogensinde selv blevet tilbudt varer, som du troede eller havde viden om var stjålet?	23 %	76 %	1013	26 %	74 %	2917
Har du nogensinde købt varer, som du troede eller havde viden om var stjålet? (Andel af dem, der har fået et tilbud herom).	21 %	79 %	236	22 %	78 %	733
Har du nogensinde købt varer, som du troede eller havde viden om var stjålet? (Andel af samtlige adspurgte)	5 %	95 %	1013	5 %	95 %	2917

Denne positive udvikling afspejler sig imidlertid ikke i respondenternes egne oplevelser og erfaringer. Andelen, der selv er blevet tilbudt hælervarer, er således af samme størrelsesorden i 2010 som i 2000, ligesom der heller ikke er en statistisk signifikant forskel i andelen, der – efter at have fået tilbuddet – reelt har købt hælervarer. Som det fremgår af tabellen, er det i begge år ca. en femtedel af dem, der har fået tilbuddet, hvilket svarer til 5 pct. af samtlige adspurgte.

Når undersøgelsen viser en mindskning i andelen, der kender nogen, der er tilbudt hælervarer, samtidig med, at der ikke er tegn på, at der er sket en mindskning i det reelle omfang af hæleri, kan det tyde på en normændring med hensyn til en social accept af køb af hælervarer. Det kan således være tegn på, at det i mindre grad er acceptabelt at fortælle venner og bekendte, at man har købt hælervarer eller færdes i kredse, hvor man har fået denne form for tilbud. Hvis denne tolkning er korrekt, bør man forvente, at der med tiden vil blive færre, der vil købe hælervarer.

En sammenligning mellem de to undersøgelser viser i øvrigt, at der både i 2000 og i 2010 var en signifikant større andel af de adspurgte mænd end kvinder, der kender nogen, der har fået tilbudt hælervarer, eller som selv er blevet tilbudt stjålne varer.³ Med hensyn til andelen, der havde købt hælervarer, er der derimod forskelle mellem de to undersøgelser, idet der i 2000 stort set var lige mange mænd som kvinder, der havde købt hælervarer, mens der i 2010 var signifikant flere mænd end kvinder, der havde gjort det.

³ Overvægten af mænd, der kender nogen, der har købt hælervarer, var dog størst i 2000, hvor det var 34 pct. mænd og 19 pct. kvinder, der kendte nogen, der var blevet tilbudt stjålne varer. I 2010 var tallene henholdsvis 19 og 14 pct.

Med hensyn til andelen i de forskellige aldersgrupper, der enten kender nogen, der har købt hælervarer, selv er blevet tilbudt hælervarer, eller selv har købt hælervarer, er der ikke større forskelle mellem de to undersøgelser.⁴

Vedrørende indkomster er der fra 2000 til 2010 sket visse forandringer, idet det i 2000 var flere af dem med høje indkomster end af dem med lave indkomster, der kendte nogen, der havde købt hælervarer, mens der ikke var en sådan forskel i 2010. I forhold til, at der samtidig er blevet færre, der kender nogen, der har købt hælervarer, betyder det, at det i særlig grad er blevet færre blandt dem med høje indkomster, som kender nogen, der har købt hælervarer. For såvel dem med lave som med høje indkomster er der dog tale om et statistisk signifikant fald i denne andel.⁵

Vedrørende dem, der selv er blevet tilbudt hælervarer, så var de ret jævnt fordelt mellem indkomstgrupperne i 2000, mens der i 2010 var flere blandt dem med høje indkomster. For så vidt angår dem, der selv har købt hælervarer, er der derimod ingen forskelle mellem de to undersøgelser vedrørende fordelingen efter indkomst.⁶

⁴ Det kan nævnes, at det fald, der er sket fra 2000 til 2010 i andelen, der er kender nogen, der er blevet tilbudt stjalne varer, er større blandt de yngre aldersgrupper (under 50 år) end blandt de ældre.

⁵ Da rapporten fra 2001 alene oplyser om fordelinger efter husstandsindkomst, er det den, der er anvendt her, mens det i de ovennævnte analyser er personindkomsten. Denne er valgt, da der findes oplysninger herom fra stort set alle respondenter, mens det ikke er tilfældet for husstandsindkomsten.

⁶ Da der ved kategoriseringen af respondenterne efter erhvervsuddannelse er anvendt forskellige metoder i de to undersøgelser, er det ikke muligt at sammenligne resultaterne på dette punkt.