



# HÆLERI

## BEFOLKNINGSUNDERSØGELSE



MEGAFON



DET KRIMINAL  
PRÆVENTIVE RÅD

MARTS - 2020



# INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INTRODUKTION // s. 3
2. HOVEDKONKLUSIONER // s. 7
3. GENNEMGANG AF RESULTATER // s. 9
4. HOLDNINGER TIL KØB AF STJÅLNE VARER // s. 30
5. KØB FRA PRIVATE SÆLGERE PÅ NETTET // s. 36
6. NEMID VALIDERING // s. 44
7. DEMOGRAFI // s. 49
8. KONTAKT // s. 54



# I. INTRODUKTION

## OM MEGAFON

MEGAFON har gennem mere end 25 år været en af Danmarks mest velrenommerede og toneangivende analyse- og rådgivningsvirksomheder. Vi stiler efter at lave klare og præcise analyser, der kan omsættes til handling. Vi leverer både kvantitative og kvalitative analyser, hvilket tillader os at angribe problemstillinger fra flere vinkler. Analyserne bliver altid tilpasset den enkelte kundes behov, med udgangspunkt i de nyeste metodiske tilgange.

### Fokus på kvalitet

MEGAFON er ISO-certificeret\*, og det giver kunden garanti for, at vores undersøgelser lever op til branchens højeste standarder. Kunden kan være tryk ved, at alle analyser gennemføres efter kvalitetssikrede procedurer fra start til slut.

### Fokus på metode

Vi udvikler og anvender løbende nye metoder inden for både kvalitativ og kvantitativ analyse. Vi er derudover specialister i at kombinere og integrere Big og Small Data i vores undersøgelser.

### Fokus på kunden

Vores kunder er både private og offentlige organisationer/virksomheder, der ønsker høj kvalitet og dokumentation af pålideligheden af den indsamlede information. Selvom vi er et af landets mest kendte og velrenommerede analyseinstitutter, så er

ingen opgave for lille for os, og vi leverer altid individuelle løsninger, der er skræddersyet vores kunders behov.

### Fokus på resultater

Vi ser det som vores vigtigste opgave, at den viden vi leverer, nemt kan omsættes til handling. Vi leverer altså ikke blot analyser og rapporter, men tilbyder også rådgivning og strategiske anbefalinger, der kan implementeres både internt og eksternt.

### MEGAFONs ekspertiseområder er:

- Præcise kvantitative analyser
- Dybdegående kvalitative analyser
- Meningsmålinger og holdningsundersøgelser
- Kundetilfredshedsanalyser
- Tracking-undersøgelser
- Rådgivning og anbefalinger
- Evalueringer af offentlige og private projekter

Læs mere på [www.megafon.dk](http://www.megafon.dk)

\*Alle undersøgelser bliver udført efter MEGAFONs interne kvalitetstandard.

MEGAFON er ISO-20252:2012 certificeret. ISO 20252:2012 er de internationale branche-specifikke standarder for markeds-, opinions- og samfundsundersøgelser. Derudover er MEGAFON naturligvis medlem af den internationale brancheorganisation ESOMAR.



## OM UNDERSØGELSEN

### **Baggrund og formål**

Det Kriminalpræventive Råd ønsker med denne undersøgelse at afdække, hvor stor en del af den danske befolkning der har erfaring med hæleri, hvor alvorligt de finder det, samt deres holdninger til hæleri og villighed til at handle på måder, der reducerer risikoen for hæleri.

Undersøgelsen kortlægger også befolkningens adfærd og holdninger til privathandel over nettet, samt deres brugtvarehandelsmønstre vedrørende indbrudsrelaterede varegrupper.

Undersøgelsen har til formål at skabe et aktuelt billede af danskernes brugshandelsadfærd og viden om holdninger og erfaringer angående hæleri, for at kvalificere udviklingen af fremtidig borgerrettet rådgivning om, hvordan man undgår at købe stjalne varer.

Derudover vil resultaterne fra denne undersøgelse også løbende blive sammenlignet med resultater fra en lignende undersøgelse fra 2016, for at afdække forandringer og udvikling i viden, adfærd og holdninger.

### **Målgruppe og antal respondenter**

Målgruppen for undersøgelsen er danskere over 18 år.

MEGAFON har opnået et respondentantal på: 2.300

Gennem præstratificering og løbende kvotestyring sikrer MEGAFON, at undersøgelsens stikprøve er repræsentativ for den danske befolkning og derigennem afspejler dennes holdninger. Datamaterialet er vægtet på alder og køn efter endt undersøgelse.



## OM UNDERSØGELSEN

### Metode

Undersøgelsen er foretaget som telefonisk rekrutteret, selvrapporterede internetinterview. Denne metode kombinerer fordelene ved henholdsvis telefoniske undersøgelser og web undersøgelser.

Ved at benytte telefonisk rekruttering fremfor webpaneler, er det muligt at nå ud til flere forskellige typer personer og derigennem styrke undersøgelsens repræsentativitet. Undersøgelsens emne kan dog være ubehageligt for borgere at tale om, grundet dets ulovlige og personlige natur. Derfor benyttes selvrapporterede internetinterview. Gennem denne metode skal borgere ikke indrømme potentielt inkriminerende adfærd eller holdninger til et andet menneske, men blot krydse af selv via nettet. Denne større følelse af anonymitet gør det lettere for respondenter at besvare spørgsmålene ærligt og giver derved de bedste og mest retvisende resultater.

### Kommentering

Rapporten er opbygget således, at svarfordelingen for hver enkelt spørgsmål vil være illustreret grafisk. Dette suppleres af en overordnet gennemgang af resultaterne. Derudover er resultaterne fra undersøgelsen 2016 også illustreret, for de spørgsmål som også indgik i den forrige undersøgelse I det omfang, der er kommenteret på forskelle mellem de to undersøgelser, bygger disse udelukkende på statistisk signifikante forskelle og udviklinger mellem de to undersøgelser.

Der kommenteres også løbende på signifikante sammenhænge med relevante baggrundsvARIABLE, såsom køn, alder, uddannelse og lignende, såfremt nogle fremgår. Disse henvender sig kun til resultaterne fra 2020 undersøgelsen.

I kommenteringen sammenlægges kategorier og grundet oprunding kan dette medføre mindre afvigelser i de angivende procentdele.



## 2. HOVEDKONKLUSIONER

### Stigende bevågenhed omkring hæleri

- Overordnet set angiver flere i dag at være opmærksomme på, at brugte varer kan være stjalne sammenlignet med 2016.
- Flere respondenter i 2020 svarer også, at de er helt sikre på, at de aldrig har købt stjalne varer (82%), sammenlignet med undersøgelsen fra 2016. Dertil svarer færre i 2020, at de er sikre på, at de aldrig er blevet tilbudt at købe en hæler vare, sammenlignet med 2016.

### Stærkt negativt syn på hæleri

- Stort set alle respondenter tager afstand fra hæleri. Således svarer 98% af respondenterne, at det er vigtigt, at de varer de køber ikke er stjalne.
- Dog mener næsten halvdelen af respondenterne, at der stort set ikke er nogen risiko for at blive fanget af politiet ved salg af stjalne varer.

### Handel på internettet

- Der er sket en stigning i handel af brugte varer på internettet. Over halvdelen af respondenterne angiver at have købt brugte varer over nettet inden for det seneste år.
- Elektronik er den type af brugtvarer, der handles mest.
- Der er kun få, der angiver det som værende praktisk besværligt at NemID validere sig i forbindelse med handel af brugte varer på nettet.
- En stor andel af respondenterne udtrykker dog utryghed ved, hvordan deres personlige oplysninger behandles, såfremt de validerer sig med NemID på en køb/salgsplatform på nettet.

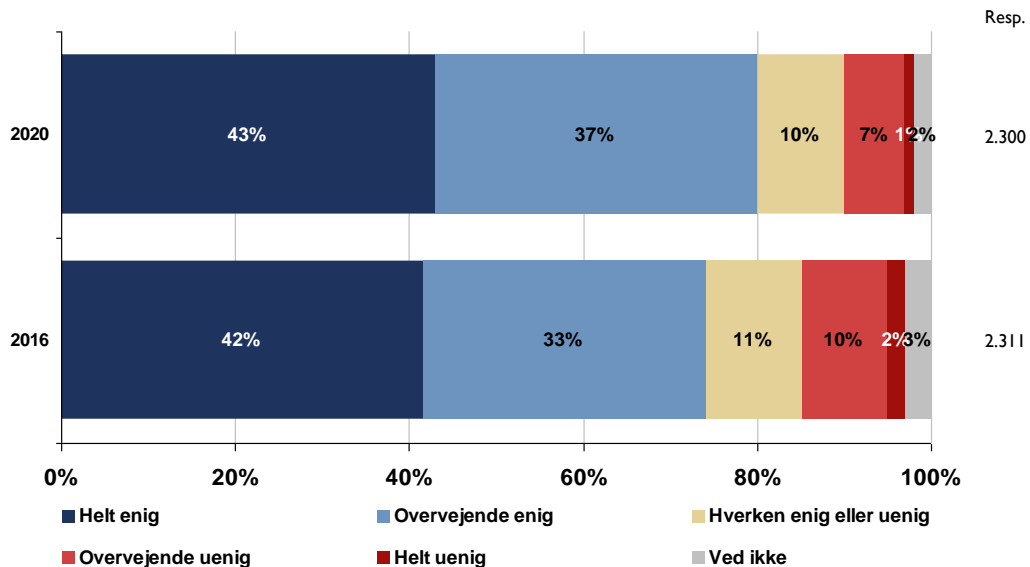






### 3. GENNEMGANG AF RESULTATER

# I. HVIS MAN KØBER TING PÅ ET LOPPEMARKED, KRÆMMERMARKED ELLER LIGNENDE KAN DET VÆRE MEGET SVÆRT AT VIDE, OM TINGENE ER STJÅLET.



80% af de adspurgte er overvejende enige (37%) eller helt enige (43%) i, at det kan være svært at vide, om de ting man køber på loppemarkeder er stjålet. 10% har svaret "hverken enig eller uenig", mens 8% er enten overvejende uenige (7%) eller helt uenige (1%). 2% har svaret "ved ikke".

## SAMMENLIGNING OVER TID

Der er i 2020 flere der har angivet, at de er overvejende enige eller helt enige (80%), sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (75%).

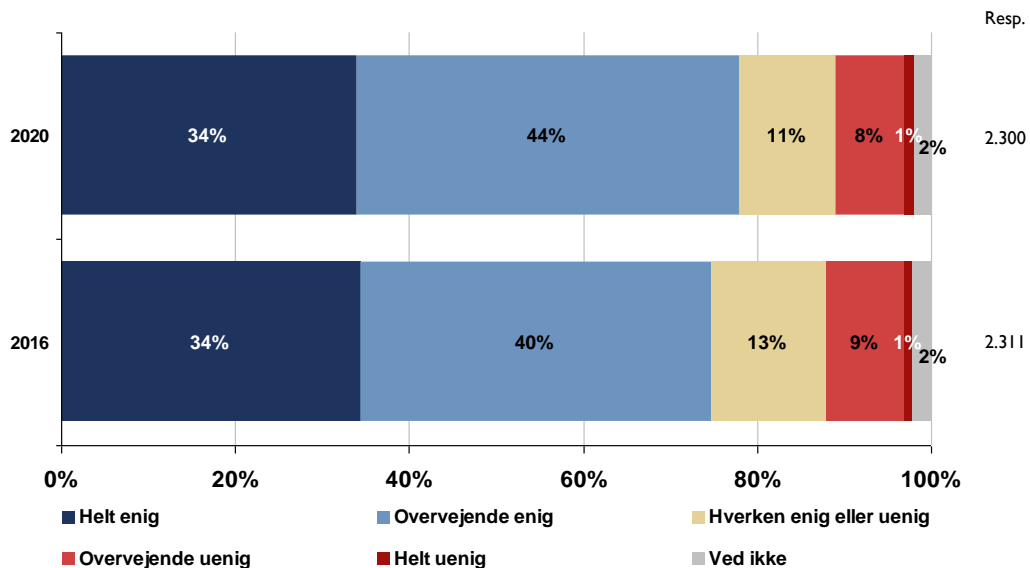


Mænd er i højere grad overvejende enige/helt enige i (82%), at det kan være svært at vide, om ting på et loppemarked er stjålet, end kvinder (77%).



Respondenter med en universitetsgrad har i mindre grad svaret overvejende enig/helt enig (73%), mens folk med en folkeskole uddannelse i højere grad har svaret overvejende enig/helt enig (88%).

## 2. HVIS MAN KØBER TING PÅ NETTET GENNEM EKSEMPELVIS E-BAY, DEN BLÅ AVIS, NETAUKTIONER ELLER LIGNENDE KAN DET VÆRE MEGET SVÆRT AT VIDE, OM TINGENE ER STJÅLET.



78% af respondenterne er overvejende enige (44%) eller helt enige (34%) i, at det kan være svært at vide, om brugte ting købt på nettet er stjålne. 11% af de adspurgte har svaret, at de er hverken enige eller uenige. 8% er henholdsvis overvejende uenige (8%) eller helt uenige (1%). 2% har svaret "ved ikke".

### SAMMENLIGNING OVER TID

Sammenlignet med den forrige undersøgelse, er en større andel af respondenterne overvejende enige eller helt enige i 2020 (78%), end i 2016 (74%).

Alder

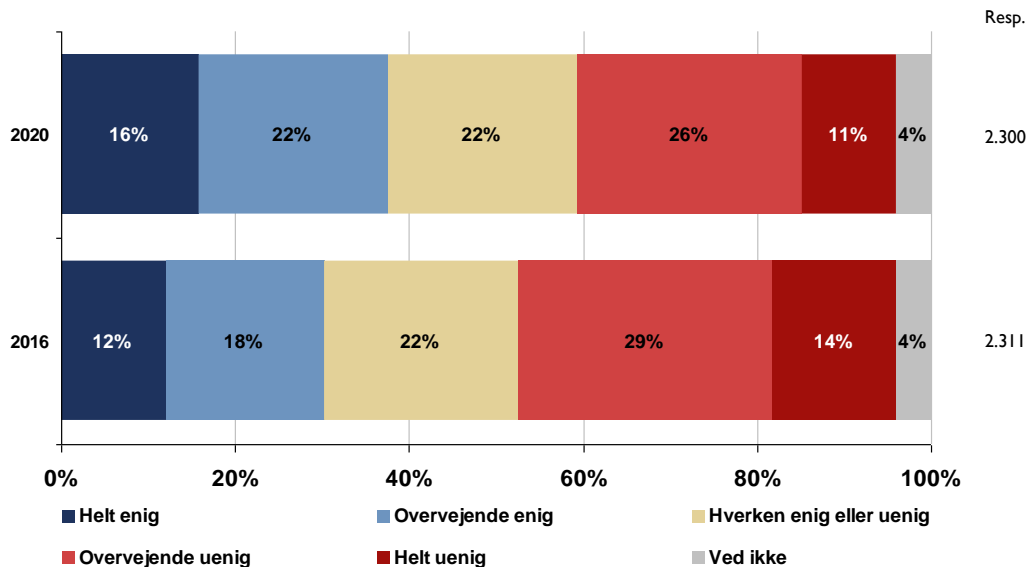


Unge på 18-29 år har i lavere grad svaret, at de er overvejende enige/helt enige (72%) i, at det er svært at vide om brugte varer købt via nettet er stjålet, sammenlignet med gennemsnittet (78%).



Respondenter med universitet som højeste gennemførte uddannelse er i mindre grad overvejende enige/ helt enige (72%), sammenlignet med gennemsnittet (78%).

### 3. HVIS MAN KØBER TING I KIOSKER OG MINDRE PRIVATEJEDE BUTIKKER, DER IKKE ER EN DEL AF EN STØRRE KÆDE, KAN DET VÆRE MEGET SVÆRT AT VIDE, OM TINGENE ER STJÅLET.



37% af respondenterne har angivet, at de er overvejende enige (22%), eller helt enige (16%). 22% har svaret "hverken enig eller uenig", mens 36% har svaret at de er overvejende uenige (26%) eller helt uenige (11%). 4% har svaret ved ikke.

#### SAMMENLIGNING OVER TID

Flere respondenter har i 2020 angivet, at de er overvejende enige eller helt enige (37%) i, at det er svært at vide om varer fra mindre uafhængige butikker og kiosker er stjålne, sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (29%).

Alder

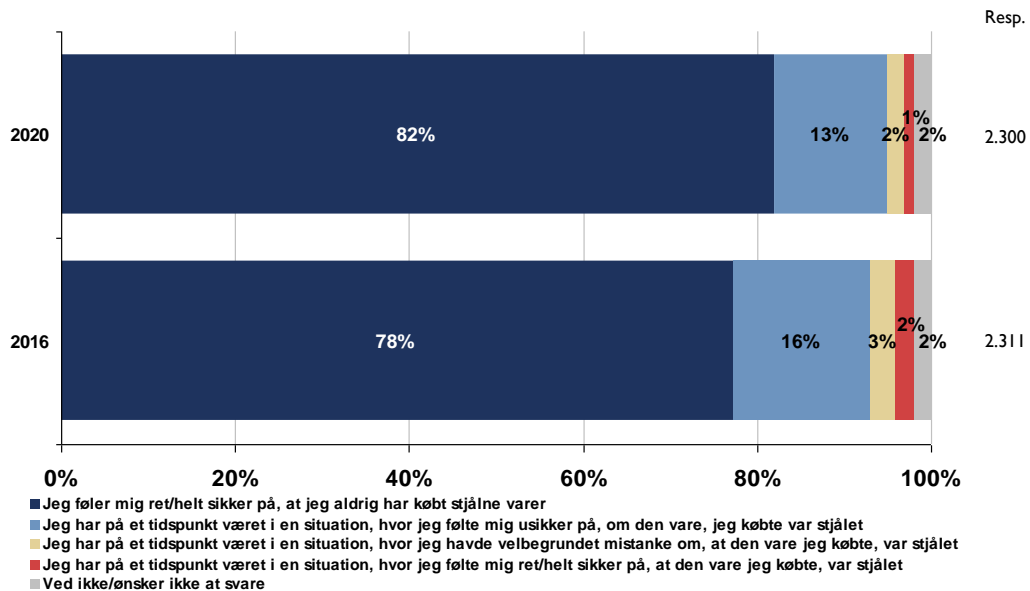


Flere i alderen 18-29 år er overvejende uenige/ helt uenige (48%). Dette antal falder i takt med alderen og således er kun 23% af 70+ årige overvejende uenige eller helt uenige.



Flere respondenter, som er på pension eller efterløn, er overvejende enige/ helt enige (42%), sammenlignet med gennemsnittet (37%).

#### 4. HVILKET AF FØLGENDE UDSAGN OM KØB AF STJÅLNE VARER ER DU MEST ENIG I?



Den største andel af respondenter angiver, at de føler sig ret/helt sikre på, at de aldrig har købt stjålne varer (82%). 13% svarer, at de på et tidspunkt har været i en situation, hvor de var usikre på, om den vare de købte var stjålet. 2% har haft en mistanke om, at en vare de købte var stjålet og 1% er ret/helt sikre på, at en vare de købte var stjålet.

#### SAMMENLIGNING OVER TID

Flere i 2020 angiver, at de er ret/helt sikre på, at de aldrig har købt stjålne varer (82%), sammenlignet med 78% i 2016.

Der var til gengæld flere i 2016, der har været i en situation hvor de var usikre på, om den vare de købte var stjålet (16%), end der er i 2020 (13%).

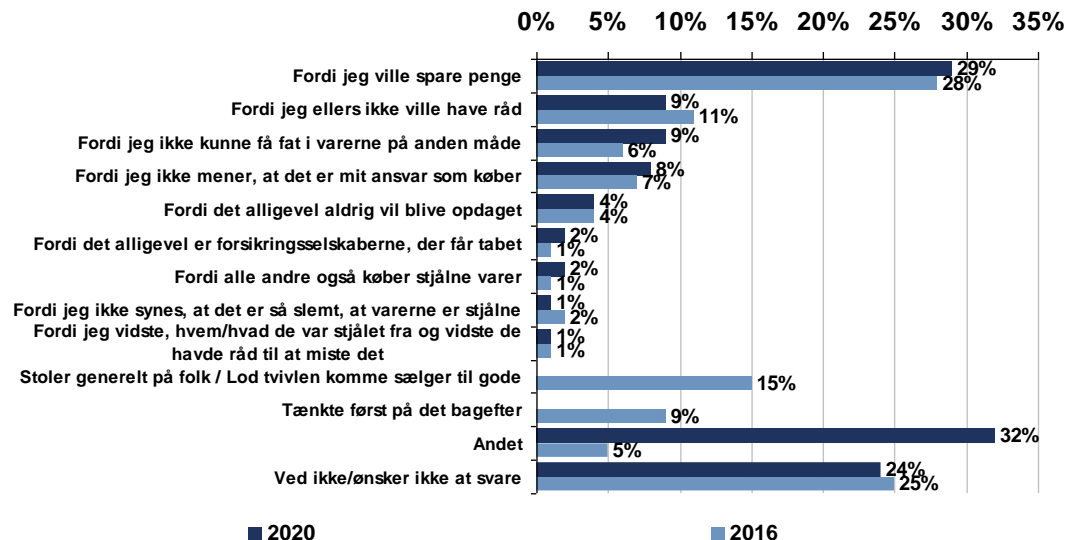


Flere kvinder (88%) end mænd (76%) har svaret, at de føler sig ret/helt sikre på, at de aldrig har købt stjålne varer.



Flere respondenter med en universitetsuddannelse er ret/helt sikre på aldrig at have købt stjålne varer (86%), end gennemsnittet (82%). Færre med folkeskolen som højeste uddannelse har svaret det samme (73%).

#### 4A. HVORFOR KØBTE DU VAREN/VARERNE PÅ TRODS AF, AT DEN/DE KUNNE VÆRE STJÅLET/STJÅLNE? ANGIV GERNE FLERE SVAR.



Resp.  
2020: 416  
2016: 518

Dette spørgsmål og de følgende fire, er kun stillet til respondenter der i spm. 4. angav, at have købt stjålne varer, eller var i tvivl om de har gjort det.

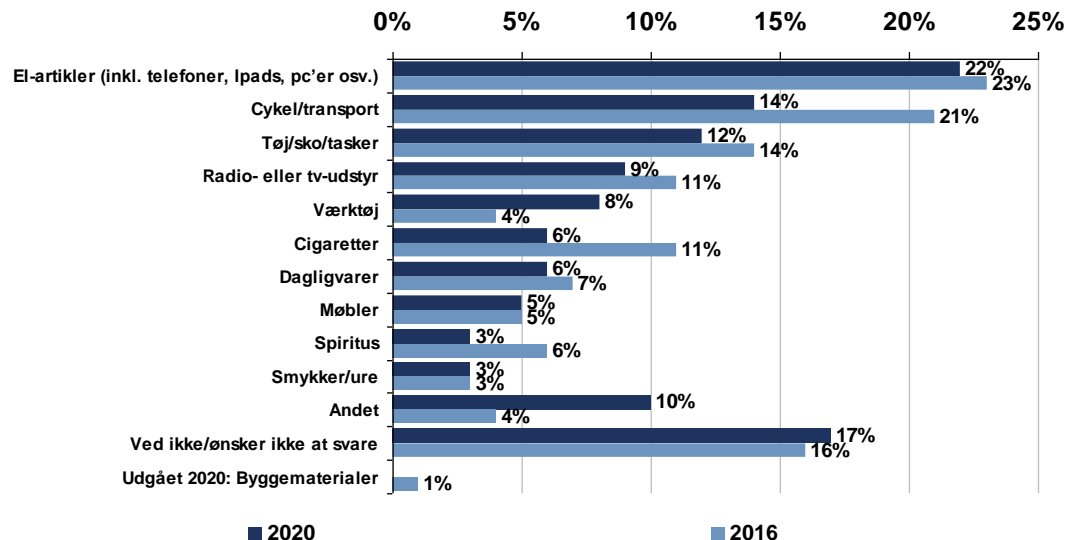
Bemærk desuden, at svarmulighederne ”tænkte først på det bagefter” og ”stoler generelt på folk/ lod tvivlen komme sælger til gode” ikke er medtaget som fast kategori 2020 undersøgelsen. Flere ”andet” svar i 2020 undersøgelsen kan dog kvalitativt tolkes i retning af, at dette har været den underlæggende intention i svarene.

Flest respondenter angav, at de købte varen alligevel, fordi de ville spare penge (29%). I forlængelse svarede 9%, at de gjorde det fordi de ellers ikke ville have råd. 9% købte varen, fordi de ikke kunne få fat i den på andre måder.



Flere mænd (34%) end kvinder (19%) har angivet, at de købte varen, fordi de ville spare penge.

## 4B. HVILKE(N) TYPE(R) VARE(R) DREJEDE DET SIG OM? ÅNGIV GERNE FLERE SVAR.



Resp.  
2020: 416  
2016: 510

Flest har svaret, at den vare det tvivlsomme køb omhandlede, var en el-artikel (22%). Dernæst har 14% svaret cykel/transport og 12% har sagt tøj/sko/tasker.

10% har svaret "andet" og selv angivet et svar. 17% har svaret "ved ikke/ønsker ikke at svare"

### SAMMENLIGNING OVER TID

Flere svarede i 2016, at købet omhandlede cykel/transport (21%) end i 2020 (14%). Flere i 2016 angav også, at købet omhandlede cigaretter (11%), end i 2020 (6%). Modsat har flere i 2020 angivet, at de købte værktøj (8%) end i 2016 (4%).

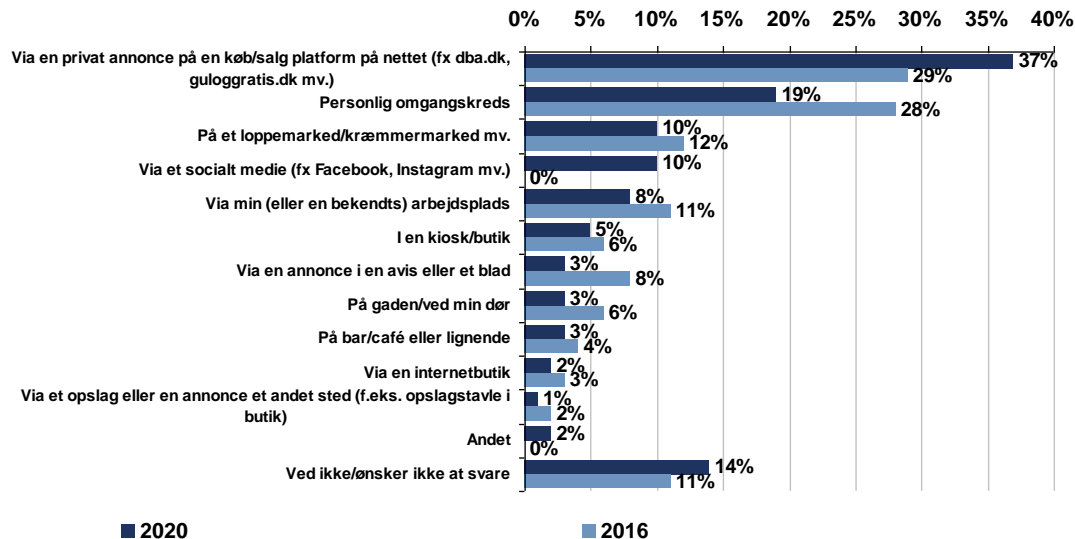


Flere mænd (25%) end kvinder (15%) købte el-artikler, mens flere kvinder (20%) end mænd (8%) købte tøj/sko/tasker.



Flere enlige har købt tøj/sko/tasker (20%), sammenlignet med gennemsnittet (12%).

#### 4C. HVORDAN VAR DU KOMMET I KONTAKT MED SÆLGEREN/SÆLGERNE? ÅNGIV GERNE FLERE SVAR.



Resp.  
2020: 416  
2016: 518

■ 2020

■ 2016

Over en tredjedel af de adspurgte (37%) svarer, at de kom i kontakt med sælger gennem en annonce på nettet. 19% kom i kontakt gennem deres personlige omgangskreds. 10% kom i kontakt med sælger gennem sociale medier og ligeledes 10% gjorde det på et loppemarked/kræmmermarked. Bemærk at svarkategorien "via et socialt medie", er tilføjet i 2020 og derfor ikke indgik i undersøgelsen fra 2016.

#### SAMMENLIGNING OVER TID

Flere er i 2020 kommet i kontakt med sælgeren via en privat annonce på nettet (37%), end i 2016 (29%). Andelen der kom i kontakt med sælger gennem en avisannonce eller en annonce i et blad er omvendt faldet over tid, fra 8% i 2016 til 3% i 2020.



Flere respondenter med en universitetsuddannelse er kommet i kontakt med sælgeren gennem private annoncer på nettet (53%), sammenlignet med gennemsnittet (37%).

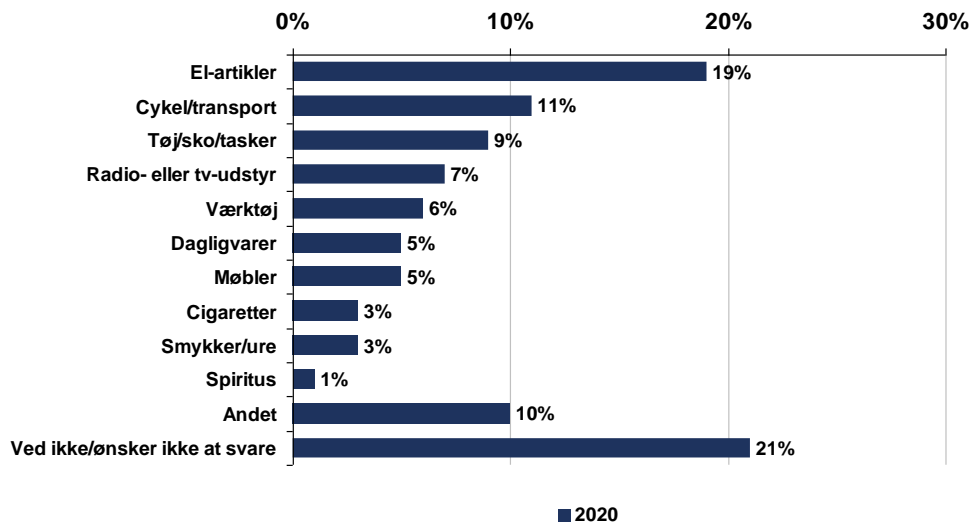


Alder

Flere 18-29 årige er kommet i kontakt med sælgeren via en privat annonce på nettet (55%). Denne andel falder med alderen, således at kun 17% af de på 70 år eller derover er kommet i kontakt på samme vis.



#### 4D. HVIS DU TÆNKER PÅ SENESTE GANG, DU VAR I EN SITUATION, HVOR DU KØBTE EN VARE, DU TÆNKTE KUNNE VÆRE STJÅLET, HVILKEN TYPE VARE DREJEDE DET SIG DA OM? KUN ÉT SVAR



Resp.  
2020: 416

Næsten hver femte (19%) svarer, at det seneste køb, som de tænkte kunne involvere stjalne varer, omhandlede en el artikel. 11% angiver, at det omhandlede cykel/ transport og 9% svarede tøj/sko/tasker.

21% har svaret ved ikke/ønsker ikke at svare og 10% har svaret andet og selv angivet et svar. Disse selvangivne svar kan læses i tabelrapporten.

#### SAMMENLIGNING OVER TID

Dette spørgsmål er nyt i 2020 undersøgelsen og kan derfor ikke sammenlignes med den forrige undersøgelse.

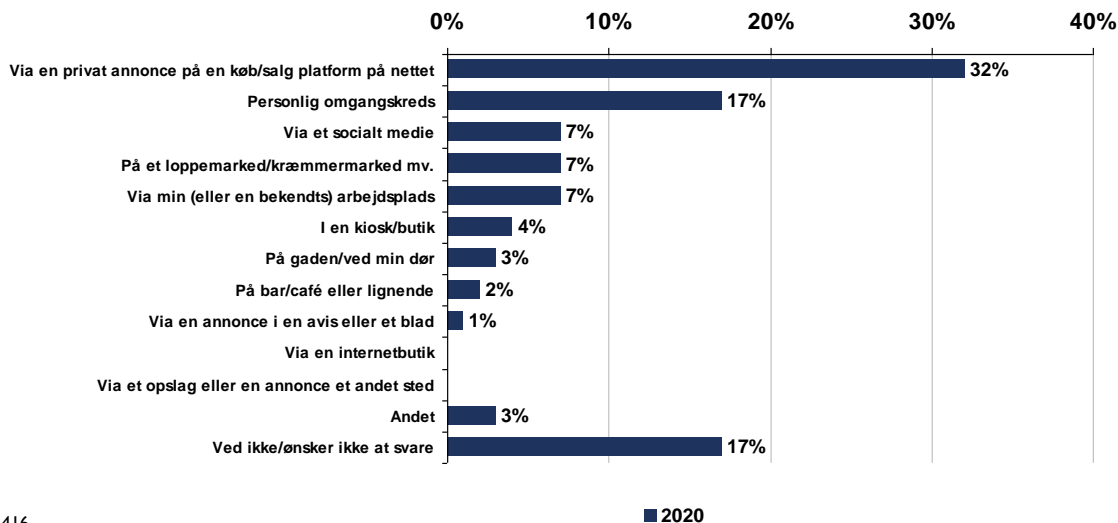


Flere kvinder svarer, at typen af vare det drejede sig om var tøj/sko/tasker (14%), sammenlignet med mænd (6%). Flere mænd (8%) end kvinder (1%) svarer værktøj.



Færre forældre med udeboende børn svarede, at det drejede sig om el-artikler (13%), sammenlignet med gennemsnittet (19%).

#### 4E. HVORDAN VAR DU KOMMET I KONTAKT MED SÆLGEREN/SÆLGERNE? KUN ÉT SVAR



Resp.  
2020: 416

I forbindelse med det seneste køb, som respondenter har mistanke om kunne involvere stjalne varer, svarer næste hver tredje (32%), at de kom i kontakt med sælger gennem en privat annonce på nettet. Dernæst svarer 17%, at de kom i kontakt med sælger gennem deres personlige omgangskreds og 7% gjorde det gennem et socialt medie. 55% af dem, der har købt el-artikler og 68% af dem, der har købt cykel/transport svarer, at de kom i kontakt med sælger gennem en privat annonce på nettet.

#### SAMMENLIGNING OVER TID

Dette spørgsmål er nyt i 2020 undersøgelsen og kan derfor ikke sammenlignes med den forrige undersøgelse.

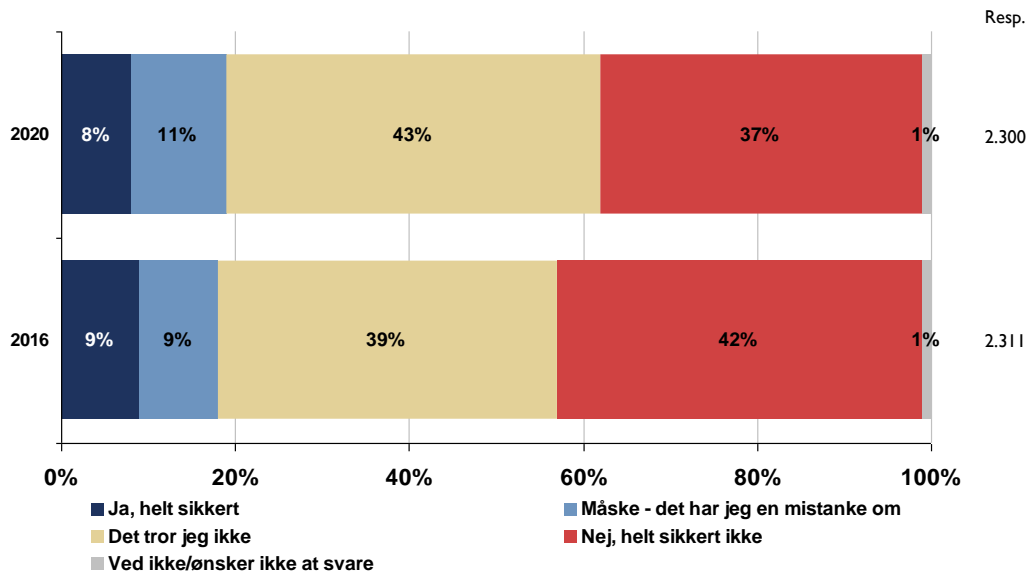


Færre respondenter på pension eller efterløn kom ved deres seneste køb i kontakt med sælger gennem private annoncer på nettet (15%), sammenlignet med gennemsnittet (32%).



Flere forældre med hjemmeboende børn, der bor der fuldtid, kom i kontakt med sælgeren af deres seneste køb gennem private annoncer på nettet (39%), end gennemsnittet (32%).

5. TROR DU, AT DU INDEN FOR DE SENESTE 3 ÅR ER BLEVET TILBUDT ELLER HAR VÆRET I EN SITUATION, HVOR DU HAVDE MULIGHED FOR AT KØBE STJÅLNE VARER? DET ER LIGEGYLDIGT, OM DU RENT FAKTISK KØBTE VAREN.



Kun 8% af de adspurgte er helt sikre på, at de er blevet tilbudt eller har været i en situation, hvor de havde muligheden for at købe stjålne varer indenfor de seneste tre år. 11% svarer "måske - det har jeg en mistanke om". 43% tror ikke de har været i en sådan situation og 37% er helt sikre på, at de ikke har været det.

### SAMMENLIGNING OVER TID

Andelen af respondenter der svarer "nej, helt sikkert ikke", er faldet over tid. Således svarede 42% i 2016, at de var sikre på, at de aldrig var blevet tilbudt, eller havde været i en situation hvor de kunne købe, stjålne varer i de seneste tre år, mens 37% svarede det samme i 2020.



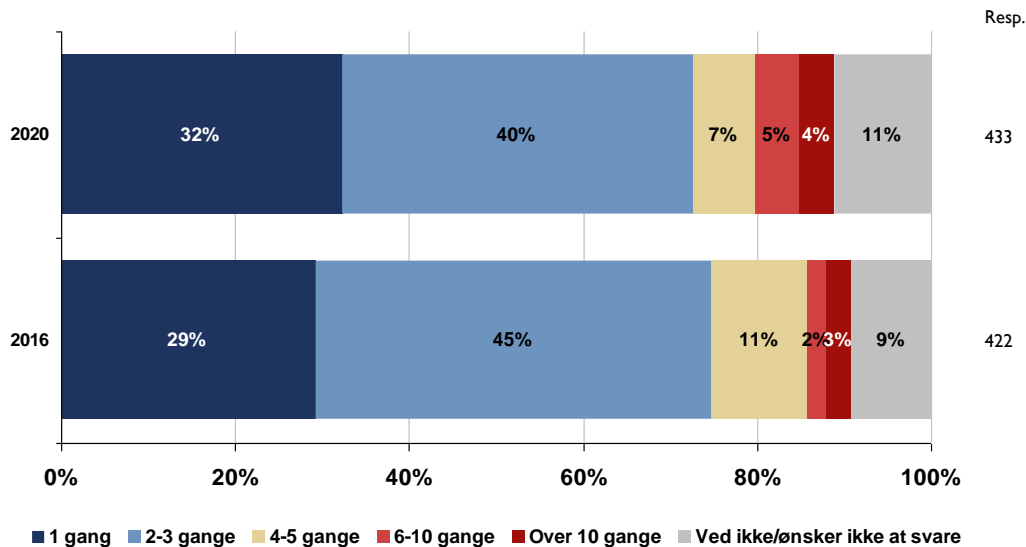
Flere mænd (10%) end kvinder (6%) er helt sikre på, at de er blevet tilbudt stjålne varer indenfor de seneste 3 år.



Alder

Flere i aldersgruppen 18-29 svarer, at de er sikre på, at de er blevet tilbudt stjålne varer (14%). Andelen falder imidlertid i takt med at alder stiger således, at færre i aldersgruppen 70+ år svarer det samme (4%).

## 5A. HVOR MANGE GANGE ER DETTE SKET INDEN FOR DE SENESTE 3 ÅR? ANGIV DIT BEDSTE BUD.



Dette og de følgende fem spørgsmål er kun stillet til respondenter der svarede ”ja, helt sikkert” eller ”måske – det har jeg en mistanke om” i spm. 5.

32% af respondenterne svarede, at de er blevet tilbudt varer de ved eller tror var stjålne en gang inden for de seneste 3 år. 40% angiver, at det er sket 2-3 gange, 7% siger det er sket 4-5 gange. 5% svarer det er sket 6-10 gange, mens 4% siger det er sket mere end 10 gange, 11% har svaret ”ved ikke/ønsker ikke at svare”.

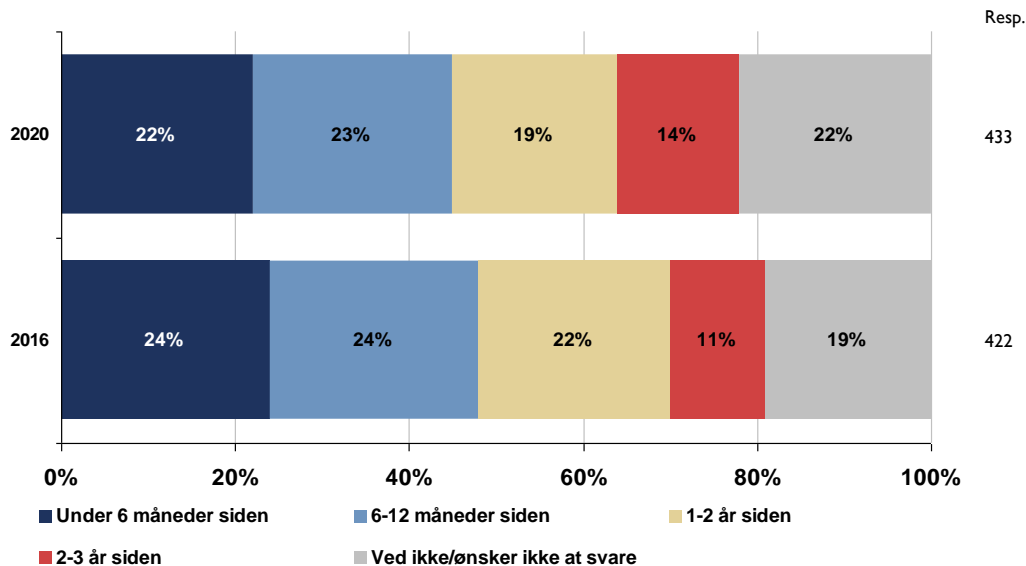
### SAMMENLIGNING OVER TID

Der er ingen signifikante udviklinger over tid for dette spørgsmål.



Flere mænd angiver, at de er blevet tilbudt stjålne varer 6-10 gange inden for de seneste tre år (7%) end kvinder (3%).

## 5B. HVOR LANG TID SIDEN ER DET, AT DU SIDST VAR I EN SITUATION, HVOR DU HAVDE MULIGHED FOR AT KØBE STJÅLNE VARER?



Blandt de adspurgte svarer 22%, at det er under seks måneder siden, at de havde muligheden for at købe stjålne varer. 23% angiver, at det er 6-12 måneder siden, 19% svarer det er 1-2 år siden, mens 14% svarer, at det er 2-3 år siden. Lidt over hver femte respondent (22%) svarede "ved ikke/ønsker ikke at svare".

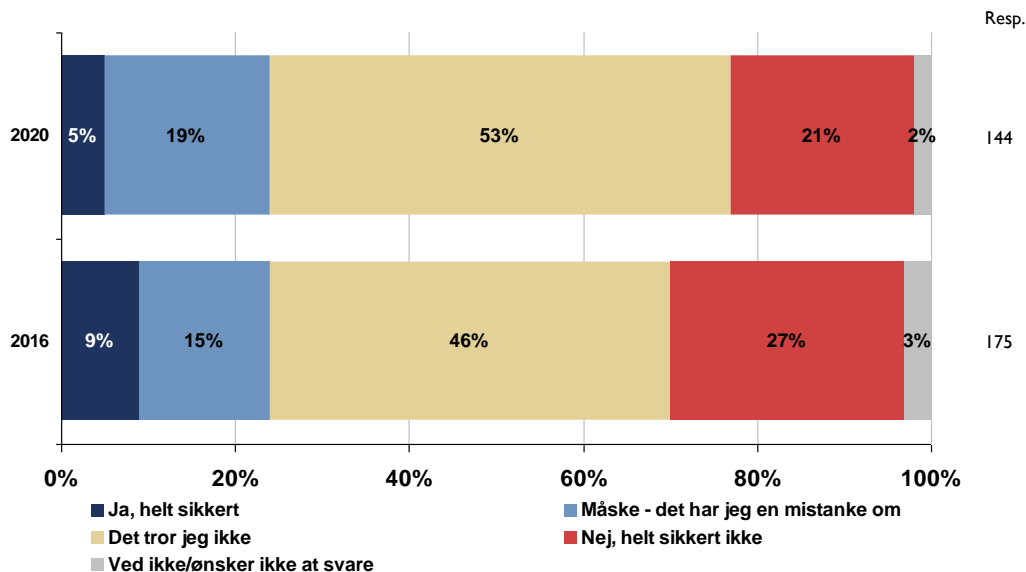
### SAMMENLIGNING OVER TID

Der er ingen signifikante forskelle, på dette spørgsmål, mellem denne undersøgelse og den forrige fra 2016.



Flere respondenter med hjemmeboende børn, der bor der på fuld tid, har angivet, at det er under 6 måneder siden, at de havde muligheden for at købe stjålne varer (32%), sammenlignet med gennemsnittet (22%).

## 5C. TROR DU, AT DU INDEN FOR DE SENESTE 3 ÅR HAR KØBT EN/FLERE VARE(R), DER VAR STJÅLET/STJÅLNE?



Dette spørgsmål er ikke stillet til de respondenter, der i spm. 04 var sikre på, at de ikke havde købt stjalne varer.

5% af respondenterne i 2020 angiver, at de er helt sikre på, at de inden for de seneste 3 år har købt stjalne varer. 19% svarer "måske - det har en mistanke om", mens lidt over halvdelen af de adspurgte (53%) svarer, at de ikke tror det. Lidt over hver femte (21%) svarer, at de er helt sikre på, at de ikke har gjort det. 2% svarer "ved ikke".

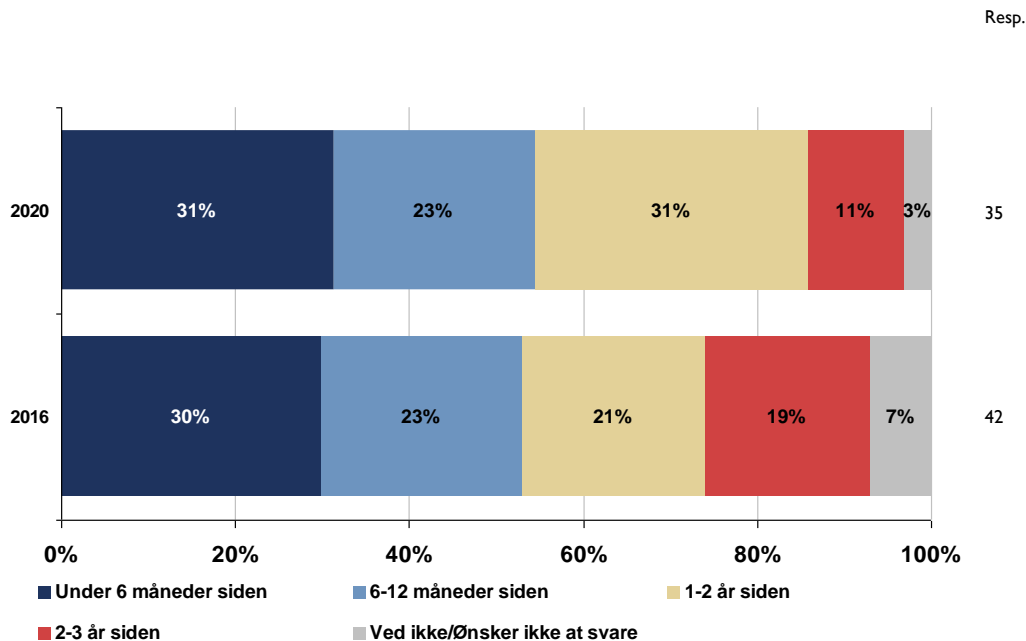
### SAMMENLIGNING OVER TID

Der er ingen signifikante forskelle på dette spørgsmåls resultater, sammenlignet med resultaterne fra den forrige undersøgelse.



Flere respondenter i fast arbejde svarer "nej, helt sikkert ikke" (26%), sammenlignet med gennemsnittet (21%).

## 5C1. HVOR LANG TID SIDEN ER DET, AT DU SIDST HAR KØBT EN VARE, DU TÆNKTE KUNNE VÆRE STJÅLET?



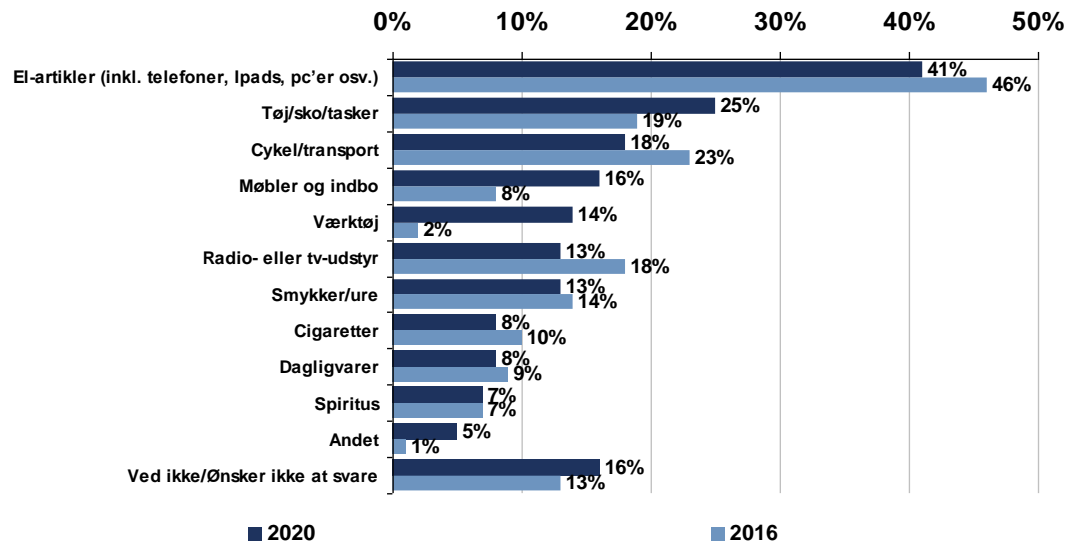
Dette uddybende spørgsmål er stillet til de respondenter, der i det forrige spørgsmål svarede "ja - helt sikkert" eller "måske - det har jeg en mistanke om"

Blandt disse har næsten hver tredje (31%) svaret, at det er under 6 måneder siden de sidst købte en vare, de tænkte kunne være stjålet. 23% svarer, at det er 6-12 måneder siden, 31% svarer, at det er 1-2 år siden og 11% angiver, at det er 2-3 år siden.

### SAMMENLIGNING OVER TID

Der er ingen signifikante udviklinger på dette spørgsmål sammenlignet med undersøgelsen fra 2016.

5D. HVILKE(N) TYPE(R) VARE(R) HAR DU KØBT/HAFT MULIGHED FOR AT KØBE INDEN FOR DE SENESTE 3 ÅR? ANGIV GERNE FLERE SVAR.



Resp.  
2020: 433  
2016: 422

Den type vare flest angiver, at de har haft muligheden for at købe indenfor de seneste 3 år, er el-artikler (41%). 25% svarer tøj/sko/tasker og 18% angav at det var cykel /transport.

SAMMENLIGNING OVER TID

16% har i 2020 svaret, at den vare de havde mulighed for at købe var møbler/indbo, hvilket er flere end de 8% der svarede det samme i 2016.

14% svarede værktøj i 2020, mens kun 2% havde mulighed for at købe det i undersøgelsen fra 2016. Den store forskel skal imidlertid ses i lyset af, at denne kategori er indføjet som en hjulpet kategori i den nye undersøgelse.



Der er flere mænd (19%) end kvinder (6%) der svarer, at de har købt, eller haft mulighed for at købe, værktøj inden for de seneste 3 år.

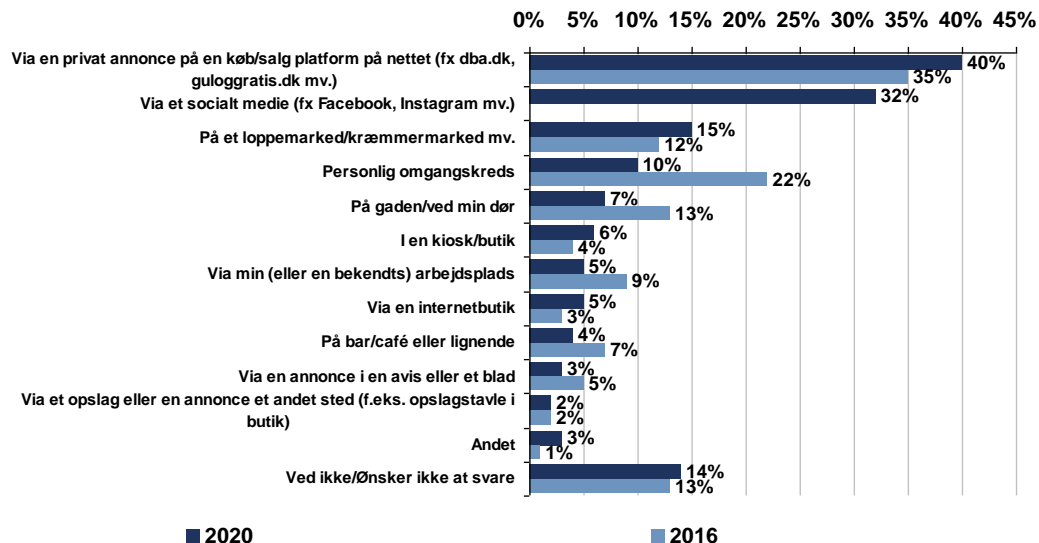


Alder

Der er flere unge i aldersgruppen 18-29 der angiver, at de havde muligheden for at købe eller har købt el-artikler (52%). Antallet af respondenter der angiver dette falder med alderen således, at der kun er 20% i aldersgruppen 70+ år, der angiver det samme.



## 5E. HVORDAN VAR DU KOMMET I KONTAKT MED SÆLGEREN/SÆLGERNE? ANGIV GERNE FLERE SVAR.



Resp.  
2020: 433  
2016: 422

Den største andel af respondenterne er kommet i kontakt med sælgere gennem en privat annonce på nettet (40%). Endvidere har næsten hver tredje (32%) brugt sociale medier til at komme i kontakt med sælgeren. 15% er kommet i kontakt med sælger på et loppemarked/kræmmermarked.

### SAMMENLIGNING OVER TID

Svarmuligheden "via et socialt medie" blev tilføjet til undersøgelsen i 2020, og kan derfor ikke sammenlignes.

I 2020 var der færre der angav, at de kom i kontakt med sælger gennem deres personlige omgangskreds (10%), sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (22%).



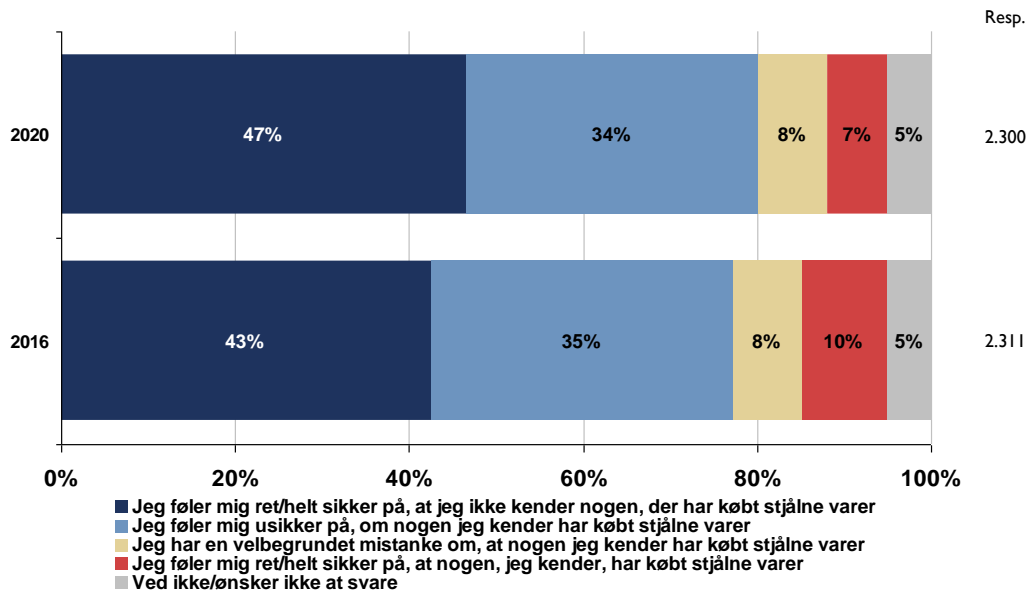
Flere kvinder (39%) end mænd (27%) er kommet i kontakt med sælgeren gennem et socialt medie.



Alder

Andelen af respondenter, der har benyttet et socialt medie til at komme i kontakt med en sælger, falder med alderen. Således har 41% af 18-29 årige gjort det, og denne andel falder med alderen til 2% blandt de 70+ årige.

## 6. HVILKET AF FØLGENDE UDSAGN OM KØB AF STJÅLNE VARER I DIN OMGANGSKREDS ER DU MEST ENIG I?



47% af respondenterne er mest enige i, at de føler sig ret/helt sikre på, at de ikke kender nogen, der har købt stjålne varer. 34% føler sig usikre på det, mens 8% har en velbegrunnet mistanke om, at de kender nogle der har købt stjålne varer. 7% har svaret, at de er ret/helt sikre på, at nogen de kender har købt stjålne varer. 5% har svaret ved ikke/ønsker ikke at svare.

### SAMMENLIGNING OVER TID

En større andel svarede i 2020, at de var ret/helt sikre på, at de ikke kender nogen, der har købt stjålne varer (47%), sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (43%).



Halvdelen af de kvindelige respondenter (50%) angiver, at de er ret/helt sikre på, at de ikke kender nogen, der har købt stjålne varer. Dette er en større andel end blandt mændene (43%).

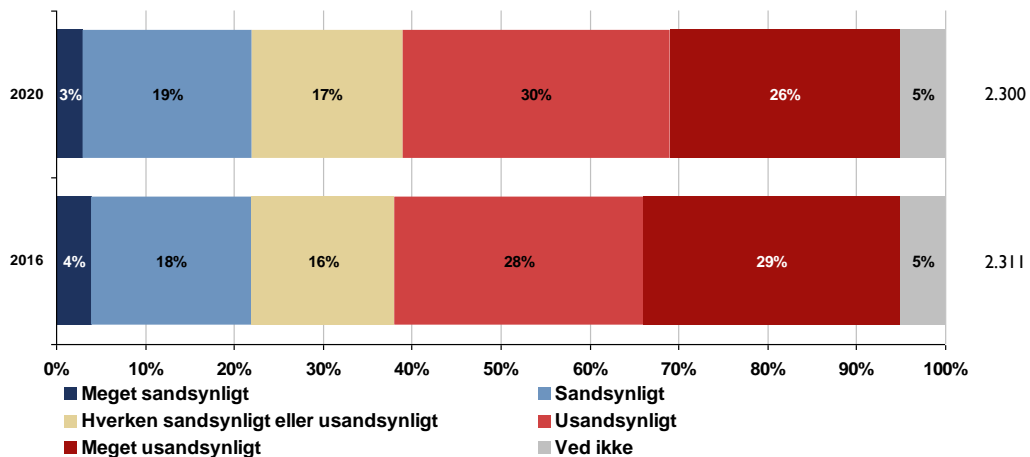


Alder

12% af 18-29 årige er ret/helt sikre på, at de kender nogen der har købt stjålne varer. Denne andel falder med alderen til blot 2% blandt 70+ årige.

## 7. TROR DU, DET ER SANDSYNLIGT ELLER USANDSYNLIGT, AT DU VÆLGER AT KØBE DENNE VARE?

Forestil dig, at du har mulighed for at købe en vare som du gerne vil have. Varen koster 5.000 kr., men hvis du gør en hurtig handel, kan du få den for 3.000 kr. Du tror ikke umiddelbart, at varen er stjålet, men hvis du skal være helt sikker, så risikerer du at miste handlen, fordi sælgeren bare sælger til en anden.



22% har angivet, at de tror det er sandsynligt (19%) eller meget sandsynligt (3%), at de ville købe varen. 17% svarer "hverken sandsynligt eller usandsynligt". Hele 56% svarer, at det er enten usandsynligt (30%) eller meget usandsynligt (26%), at de ville købe varen. 5% har svaret "ved ikke".

### SAMMENLIGNING OVER TID

Der er ingen signifikante forskelle sammenlignet med undersøgelsen fra 2016.



De mandlige respondenter finder det i højere grad sandsynligt/meget sandsynligt, at de ville vælge at købe varen (24%), sammenlignet med de kvindelige respondenter (20%).

Alder

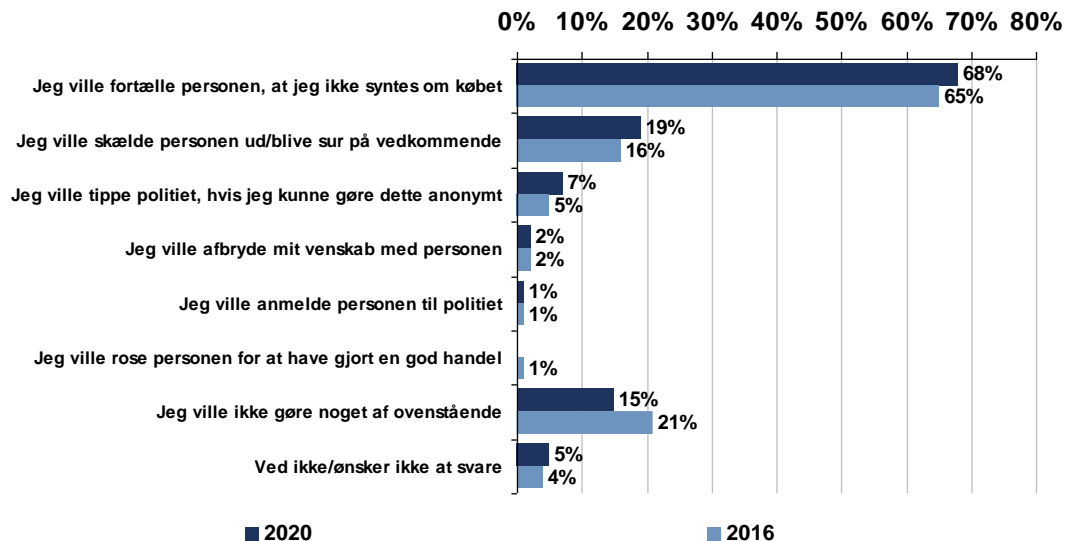


Flere 18-29 årige har svaret, at det er sandsynligt/meget sandsynligt (39%). Denne andel falder med alderen, så færre 70+ årige svarer det samme (15%).



Der er flere respondenter med en samlet husstandsindkomst på under 149.000 kr., som har svaret, at det er sandsynligt/meget sandsynligt (33%), sammenlignet med gennemsnittet (22%).

## 8. HVIS DU FIK KENDSKAB TIL, AT EN VEN/BEKENDT ELLER FAMILIEMEDLEM BEVIDST HAVDE KØBT EN VARE, DER VAR STJÅLET, VILLE DU SÅ GØRE NOGET AF FØLGENDE: ANGIV GERNE FLERE SVAR.



Resp.  
2020: 2.300  
2016: 2.311

Flere end to-tredjedele af respondenterne har angivet, at de ville fortælle personen, at de ikke syntes om købet (68%). 19% ville skælde personen ud/blive sure på dem og 7% ville tippe politiet, hvis de kunne gøre det anonymt. 15% angiver, at de ikke ville udføre nogle af de handlinger, der fremgår som svarmuligheder.

### SAMMENLIGNING OVER TID

Flere angiver i 2020, at de ville fortælle personen, at de ikke syntes om købet (68%), sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (65%).

Ligeså angiver flere i 2020, at de ville blive sure på personen/skælde dem ud (19%), end i 2016 (16%).



Flere kvinder (72%) end mænd (65%) ville fortælle personen, at de ikke syntes om købet. Flere mænd (19%) end kvinder (11%) har angivet, at de ikke ville reagere på nogle af de måde som fremgår af svarkategorierne.

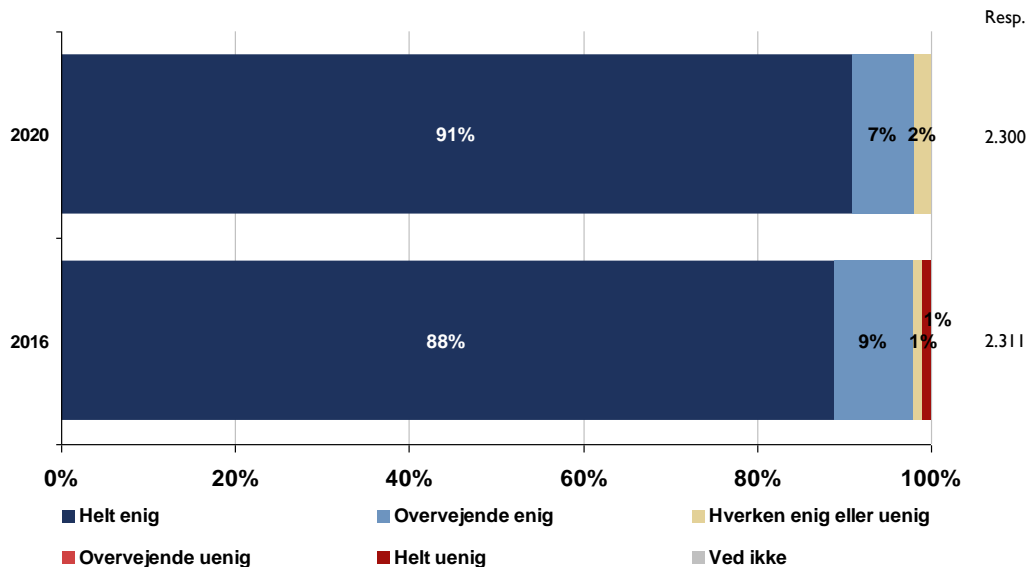


Flere med universitetsuddannelser ville fortælle personen, at de ikke syntes om købet (75%), sammenlignet med gennemsnittet (68%).



## 4. HOLDNINGER TIL KØB AF STJÅLNE VARER

## 9. DET ER VIGTIGT FOR MIG, AT VARER, JEG KØBER, IKKE ER STJÅLET.



98% af alle respondenter er enten overvejende enige (7%) eller helt enige (91%) i, at det er vigtigt for dem, at de varer de køber ikke er stjålet. 2% har svaret, at de hverken er enige eller uenig. 0% har erklæret sig enten overvejende uenige (0%) eller helt uenige (0%).

### SAMMENLIGNING OVER TID

Der er et fald over tid i respondenter, der angiver, at de er overvejende uenige/helt uenige fra 1% i 2016 til 0% i 2020. Der er dog ingen tvivl om, at stort set alle i begge undersøgelser mener, at det er vigtigt, at de varer de køber ikke er stjålet.



Flere kvinder har svaret overvejende enig/ helt enig (99%), end mænd (96%).

Alder

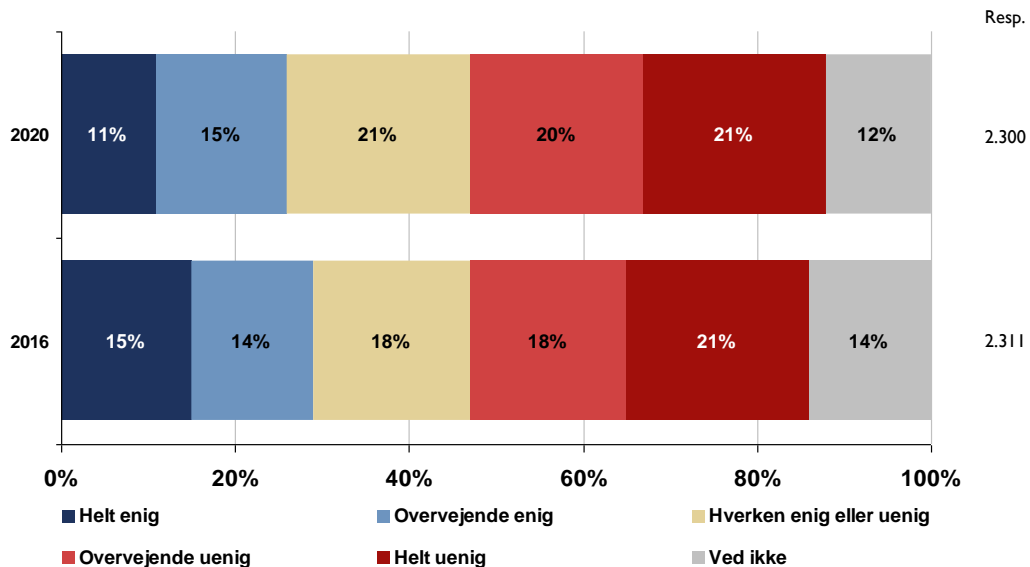


Færre blandt de 18-29 årige svarer overvejende enig/helt enig (95%). Andelen stiger med alderen således, at 99% af 70+ årige angiver, at de er overvejende enige/helt enige



Flere respondenter, som er på pension eller efterløn, er overvejende enige/helt enige (99%), sammenlignet med gennemsnittet (98%).

## 10. NÅR MAN KØBER VARER VIA KØB/SALG PLATFORME PÅ NETTET (FX DBA.DK, GULOGGRATIS MV.) ER DET WEBSITET, DER ER ANSVARLIG FOR, AT VARENE IKKE ER STJÅLNE.



Lidt over en fjerdedel af respondenterne (27%) svarer, at de er overvejende enige (15%) eller helt enige (11%) i, at det er websitet der er en ansvarlig for, at varer ikke er stjålet, når man køber varer via køb/salg sider på nettet. 21% svarer "hverken enig eller uenig" og 40% er overvejede uenige (20%) eller helt uenige (21%). 12% har svaret "ved ikke".

### SAMMENLIGNING OVER TID

Formulering på spørgsmålet er blevet opdateret i 2020. Ændringen er dog så minimal, at en sammenligning over tid stadig er metodisk forsvarlig.

Der er færre, der har svaret "helt enig" i 2020 (11%), sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (15%).

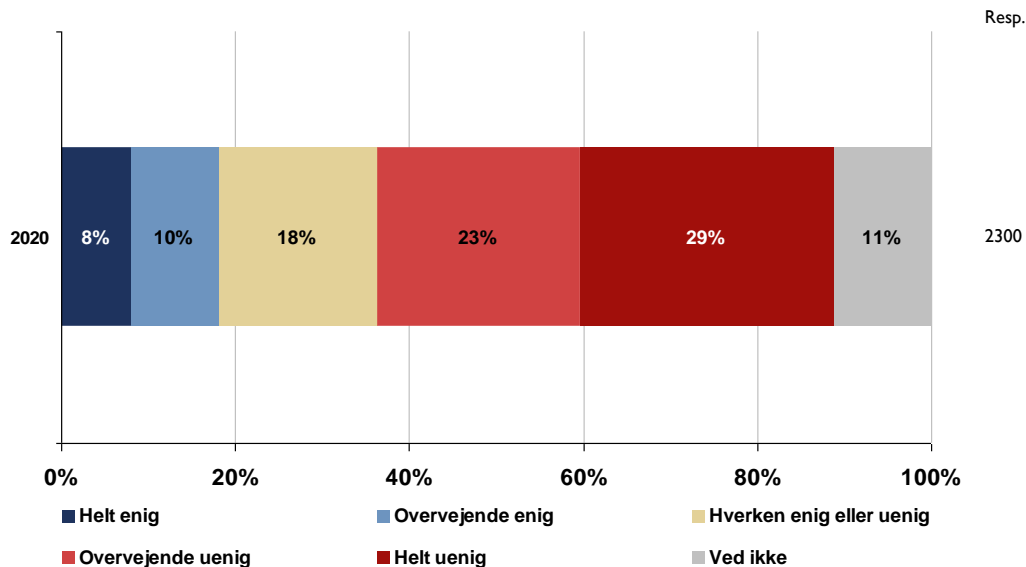


Flere med folkeskolen som højest udførte uddannelse angiver, at de er overvejende enige/ helt enige (36%), mens færre med en universitetsuddannelse gør det samme (22%).



Flere respondenter på pension eller efterløn har svaret overvejende enig/helt enig (33%), mens færre i fast arbejde har svaret det samme (22%).

## 10A. NÅR MAN KØBER VARER VIA SOCIALE MEDIER (FX FACEBOOK, INSTAGRAM MV.) ER DET WEBSITET, DER ER ANSVARLIG FOR, AT VARERNE IKKE ER STJÅLNE.



18% af de adspurgte har svaret, at de er overvejende enige (10%) eller helt enige (8%) i, at det er websitet der er ansvarlig, når man køber varer via sociale medier. 18% er hverken enige eller uenige, mens lidt over halvdelen af respondenterne (52%) er enten overvejende uenige (23%) eller helt uenige (29%). 11% har svaret "ved ikke"

### SAMMENLIGNING OVER TID

Dette spørgsmål er ikke stillet før og kan derfor ikke sammenlignes med den tidligere undersøgelse.

Alder



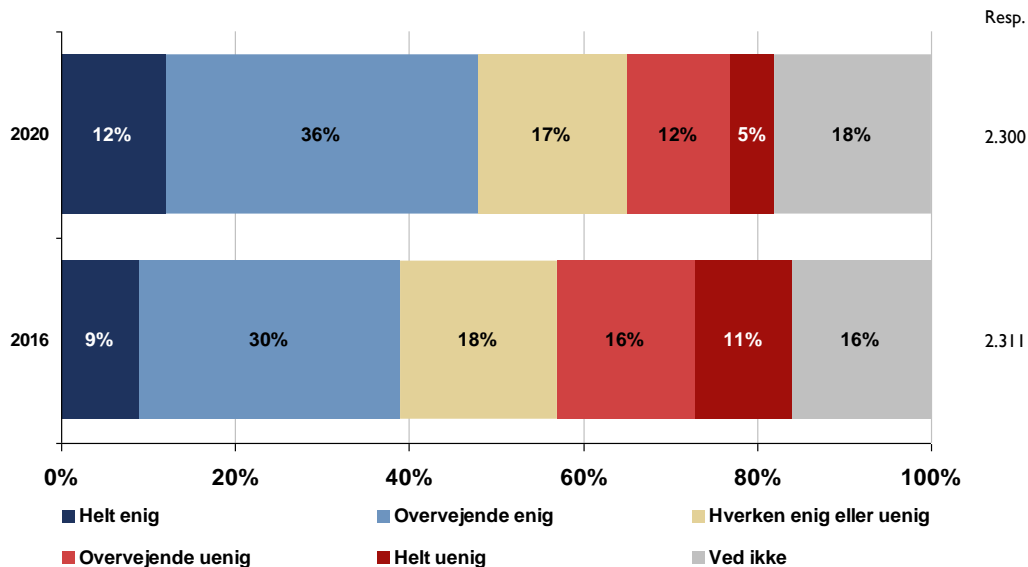
Der er flere ældre i aldersgruppen 70 år+ der er overvejende enige/ helt enige i, at sociale medie-websites er ansvarlige (30%), end gennemsnittet (18%).



Der er flere, hvis husstandsindkomst er under 149.000 kr., som har angivet, at de er overvejende enige/ helt enige (30%). Samtidig er der færre blandt respondenter med en husstandsindkomst over 800.000 kr. der svarer det samme (10%).



## II. SELV OM DET ER STRAFBART AT KØBE STJÅLNE VARER, SÅ ER DER STORT SET INGEN RISIKO FOR AT BLIVE TAGET AF POLITIET.



Lige under halvdelen af respondenterne (49%) har svaret "overvejende enig" (36%) eller "helt enig" (12%) til, at der er stort set ingen risiko for at blive taget af politiet, for køb af stjålne varer. 17% har svaret "hverken enig eller uenig" og 17% har svaret enten "overvejende uenig" (12%) eller "helt uenig" (5%). 18% har svaret "ved ikke".

### SAMMENLIGNING OVER TID

Andelen af respondenter, der er overvejende enige/helt enige i, at der er stort set ingen risiko for at blive taget af politiet, er steget over tid og var således 39% i 2016, men er nu 49% i 2020.

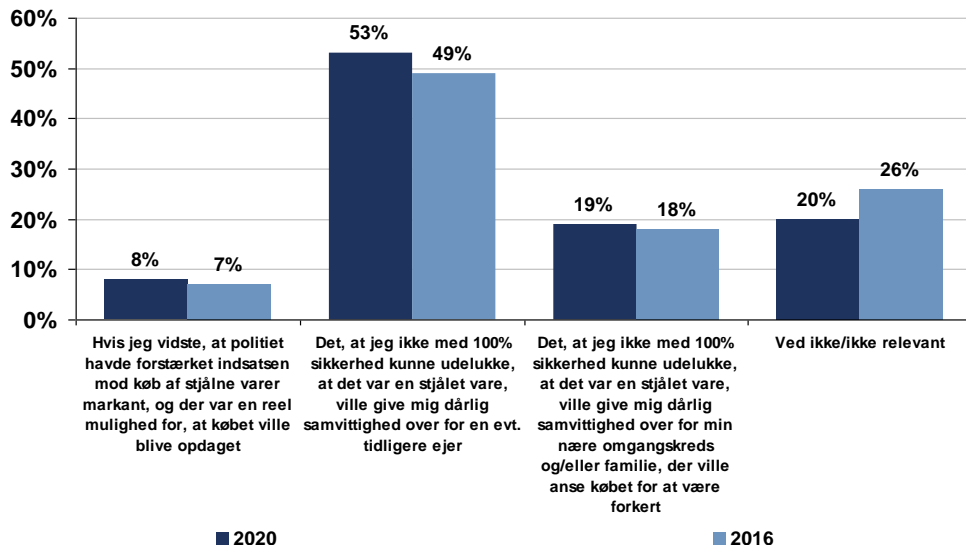


Flere mænd (57%) end kvinder (40%) har erklæret sig overvejende enige/helt enige i, at der er stort set ingen risiko for at blive taget af politiet, hvis man køber stjålne varer.



Flere pensionister og respondenter på efterløn er overvejende enige/helt enige i, at der stort set ingen risiko er (54%), mens færre studerende/lærlinge svarer det samme (40%).

12. FORESTIL DIG, AT DU HAVDE MULIGHED FOR AT KØBE EN TING, SOM DU LÆNGE HAVDE ØNSKET DIG, MEN SOM DU IKKE MED SIKKERHED KUNNE UDELUKKE VAR STJÅLET. HVILKET AF FØLGENDE FORHOLD VILLE SÅ BEDST KUNNE AFHOLDE DIG FRA AT KØBE DEN VARE, SELVOM DU RIGTIG GERNE VILLE HAVE DEN?



Resp.  
2020: 2.300  
2016: 2.311

Lidt over halvdelen af respondenterne (53%) angiver, at dårlig samvittighed overfor en tidligere ejer ville holde dem fra at købe en vare, de mistænkte for at være stjålet. 19% angav dårlig samvittighed overfor deres omgangskreds og familie som det forhold, der ville holde dem fra at købe en vare de mistænkte for at være stjålet. 20% har svaret "ved ikke".

### SAMMENLIGNING OVER TID

Flere i 2020 (53%) angiver dårlig samvittighed overfor en tidligere ejer som det forhold, der ville holde dem fra at købe en vare de mistænkte for at være stjålet, sammenlignet med undersøgelsen fra 2016 (49%).



Flere kvinder (59%) end mænd (47%) angiver, at dårlig samvittighed overfor en tidligere ejer, ville holde dem fra at købe varen. Flere mænd (22%) end kvinder (15%) svarer dårlig samvittighed overfor familie og omgangskredsen.



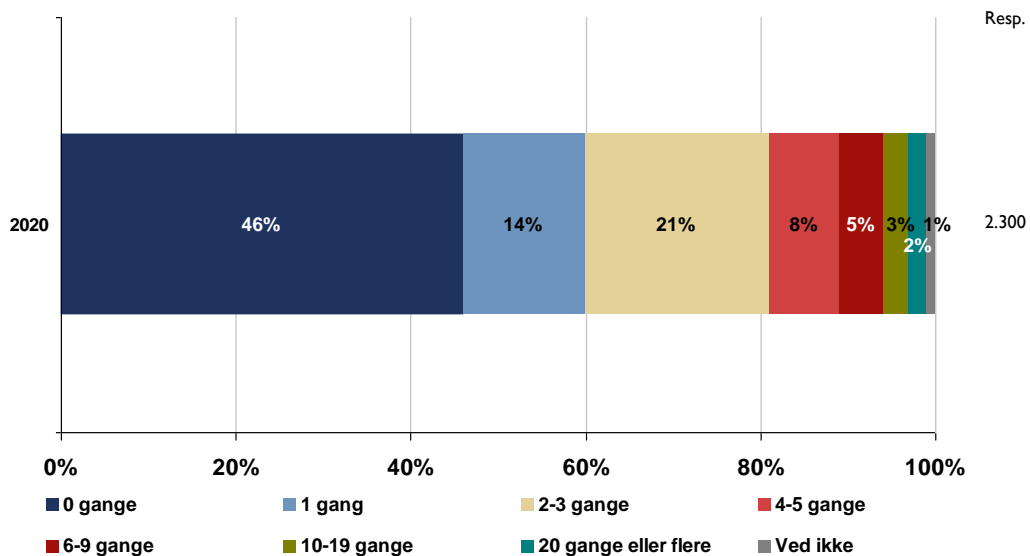
Alder

Færre unge i alderen 18-29 år angiver, at de ville holde sig fra købet grundet dårlig samvittighed overfor familien /omgangskredsen (10%). Denne andel stiger med alderen, således at 28% af 70+ årige ville holde sig fra købet af den grund.



## 5. KØB FRA PRIVATE SÆLGERE PÅ NETTET

### 13. HVOR OFTE HAR DU KØBT BRUGTE VARER FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK VIA NETTET I LØBET AF DET SENESTE ÅR? NOTER CA. ANTAL GANGE



Lidt under halvdelen af de adspurgte (46%) har ikke købt brugte varer fra private sælgere over nettet indenfor det seneste år. 14% har gjort det 1 gang og 21% har gjort det 2-3 gange. 8% har gjort det 4-5 gange, 5% har gjort det 6-9 gange og 3% har gjort det 10-19 gange. 2% har gjort det 20 gange eller mere og 1% har svaret "ved ikke".

Alder

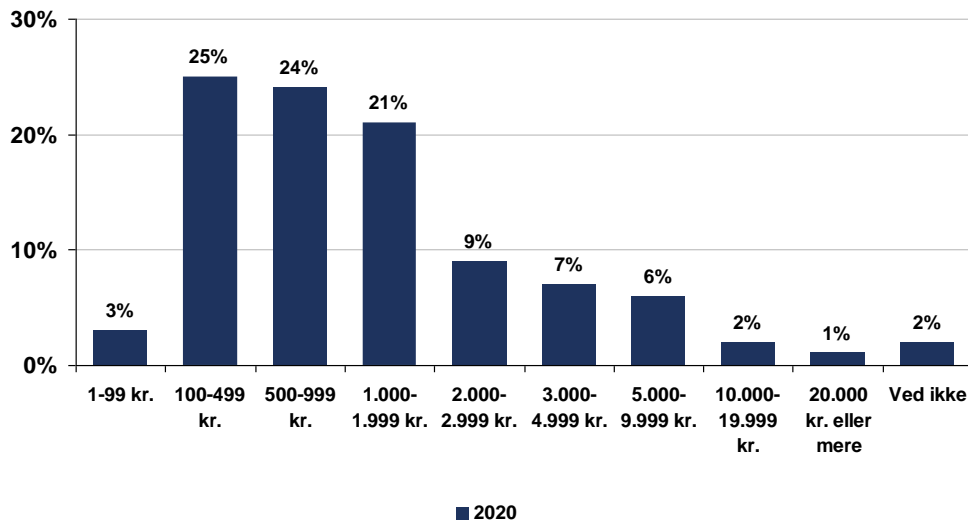


Flere i aldersgruppen 70+ år har svaret 0 gange (78%), mens færre i aldersgruppen 18-29 år har svaret det samme (36%).



Færre respondenter med en universitetsuddannelse angiver, at de ikke har købt noget brugt over nettet i det seneste år (41%), sammenlignet med gennemsnittet (46%).

#### 14. HVILKET BELØB VIL DU CA. VURDERE, AT DU HAR KØBT BRUGTE VARER FOR FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK VIA NETTET I LØBET AF DET SENESTE ÅR? NOTER CA. BELØB



Resp.  
2020: 1.242

Dette og de følgende seks spørgsmål er kun stillet til respondenter, der har købt brugte varer via nettet indenfor det seneste år.

En fjerdedel (25%) af disse har brugt 100-499 kr. på at købe brugte varer via nettet i det seneste år. Næsten ligeså mange (24%) angiver, at de har brugt 500-999 kr. og 21% svarer, at de har brugt 1.000-1.999 kr.

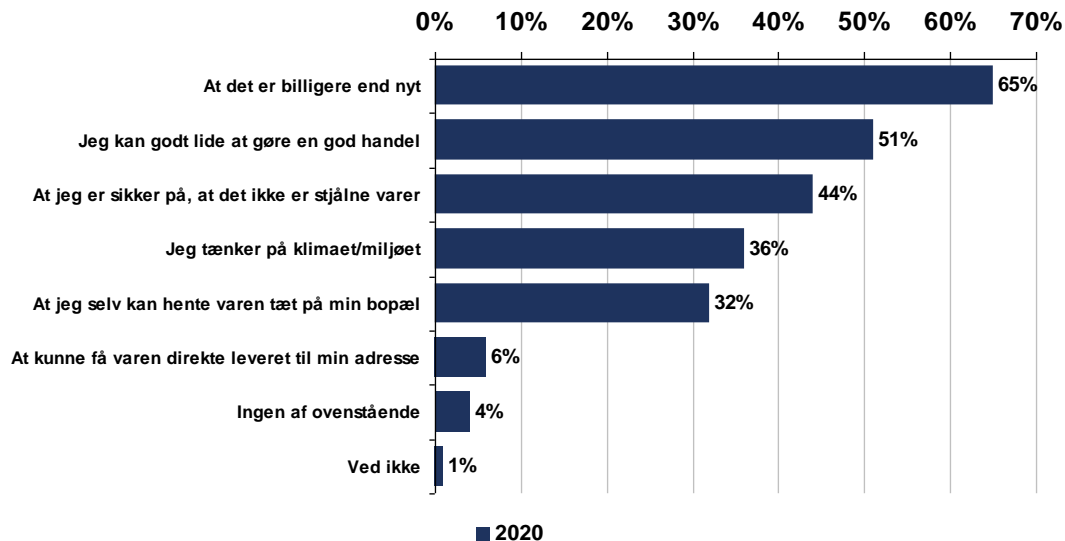


Flere mænd (2%) end kvinder (0%) har brugt 20.000 kr. eller mere indenfor det seneste år på brugte varer købt via nettet.



Flere studerende/lærlinge angiver, at de har brugt 100-499 kr. (34%), end gennemsnittet (25%).

## 15. HVILKE AF FØLGENDE FORHOLD ER SÆRLIGT VIGTIGE FOR DIG, NÅR DU VÆLGER AT KØBE BRUGTE VARER FREM FOR NYE FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK GENERELT? GERNE FLERE SVAR



Resp.  
2020: 1.242

65% af alle respondenter angiver, at det er vigtigt for dem, når de køber brugt fremfor nyt, at den brugte vare er billigere, end fra ny. Lidt over halvdelen af de adspurgte (51%) angiver i forlængelse, at det er vigtigt for dem, når de vælger at købe brugt fremfor nyt, at de godt kan lide at gøre en god handel. 44% svarer, at de finder det vigtigt, at de er sikre på, at de varer de køber ikke er stjålet.



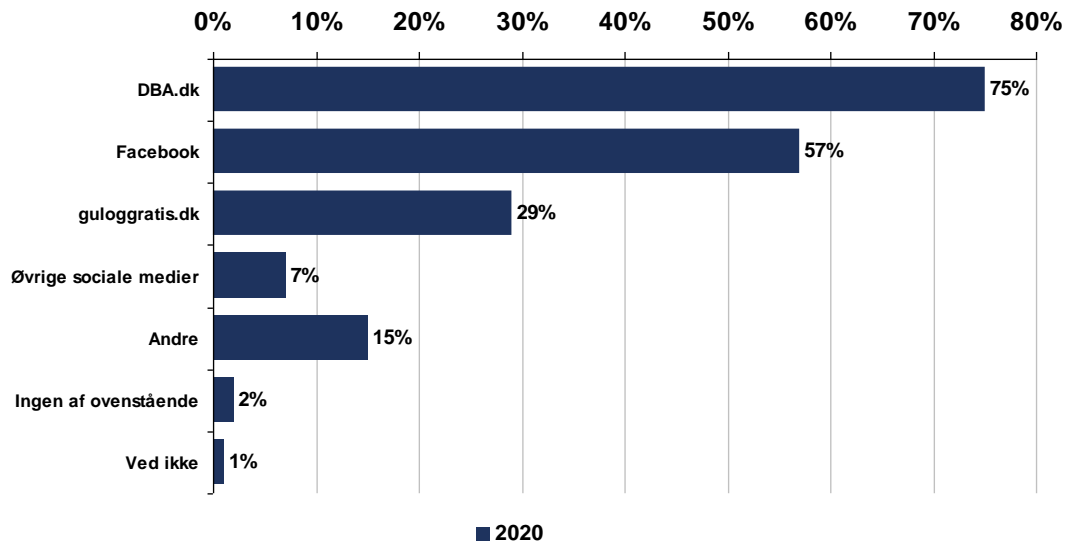
Flere kvinder (43%) angiver, at de tænker på miljøet/klimaet, når de vælger at købe brugt, fremfor nyt, sammenlignet med mænd (28%).



Alder

Flere 18-29 årige angiver, at en billigere pris er vigtig for dem, når de vælger brugt fremfor nyt (77%). Denne andel falder med alderen og således finder færre i aldersgruppen 70+ år det vigtigt (48%).

## 16. HVILKE STEDER PÅ NETTET GÅR DU TYPISK IND PÅ, NÅR DU KØBER BRUGTE VARER FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK? GERNE FLERE SVAR



Resp.  
2020: 1.242

Tre ud af fire respondenter (75%), der indenfor det seneste år har købt brugte varer fra en privat sælger på nettet, angiver, at de typisk benytter DBA.dk. 57% svarer, at de typisk bruger Facebook og lidt under hver tredje (29%) benytter guloggratis.dk.

15% angiver, at de benytter "andre" steder på nettet.



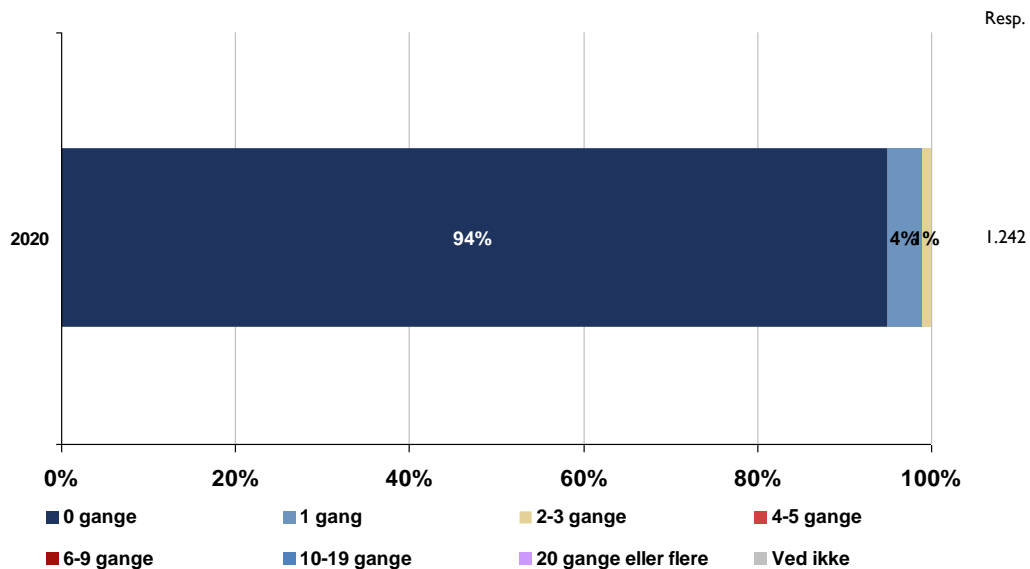
Flere mænd (78%) end kvinder (71%) benytter typisk DBA.dk. Modsat bruger flere kvinder (62%) end mænd (51%) typisk Facebook.



Alder

Flere unge i alderen 18-29 år angiver, at de typisk benytter øvrige sociale medier (12%), sammenlignet med gennemsnittet (7%). Flere 30-39 årige benytter Facebook (65%), end gennemsnittet (57%).

## 17. HVOR OFTE HAR DU KØBT SMYKKER (HERUNDER OGSÅ URE) FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK VIA NETTET I LØBET AF DET SENESTE ÅR? NOTER CA. ANTAL GANGE



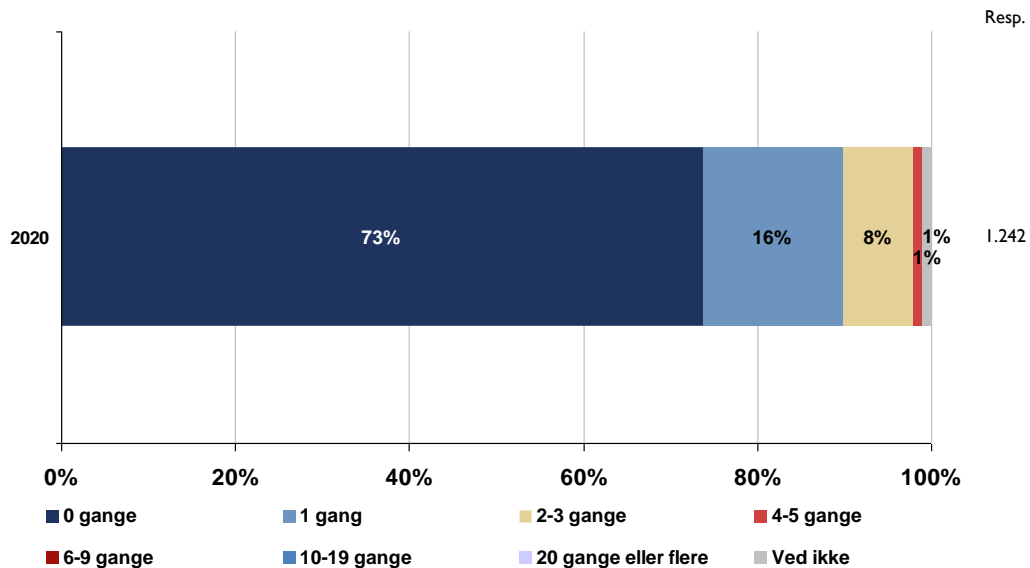
Langt størstedelen af respondenterne (94%) angiver, at de ikke har købt smykker fra private sælgere via nettet indenfor det seneste år. 4% har gjort det 1 gang og 1% har gjort det 2-3 gange.



Flere respondenter, med en samlet husstands bruttoindkomst på under 149.000 angiver, at de ikke har købt smykker fra private sælgere på nettet i det seneste år (100%), end gennemsnittet (94%).



## 18. HVOR OFTE HAR DU KØBT ELEKTRONIK FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK VIA NETTET I LØBET AF DET SENESTE ÅR? NOTER CA. ANTAL GANGE

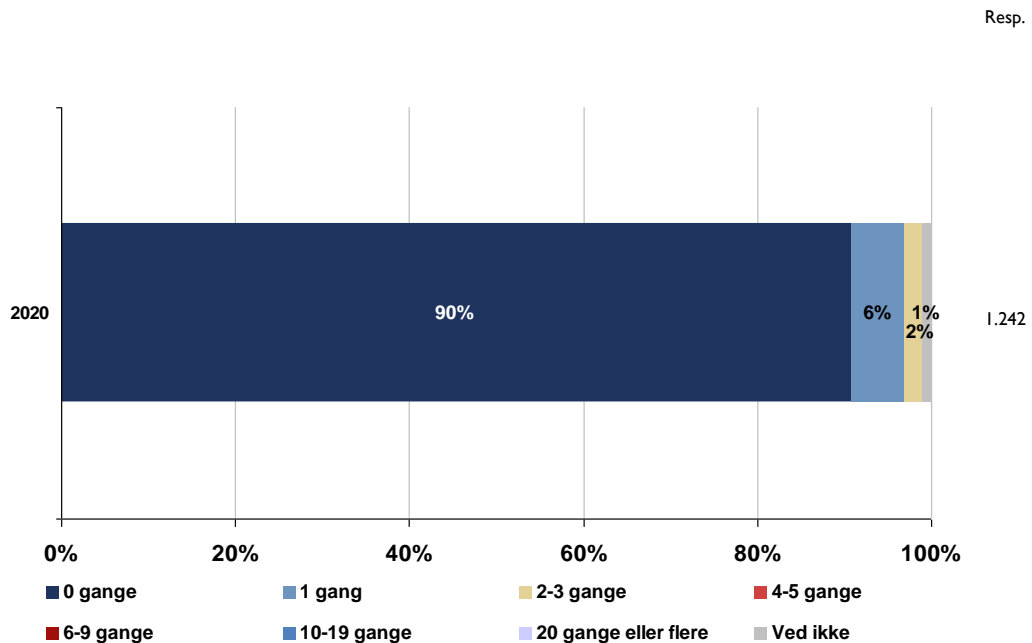


73% af de adspurgte svarer, at de ikke har købt elektronik fra private sælgere på nettet indenfor det seneste år. 16% angiver, at de har gjort det en enkelt gang, mens 8% har gjort det 2-3 gange. 1% har svaret 4-5 gange.



Flere kvinder (82%) end mænd (64%) angiver, at de ikke har købt elektronik fra private sælgere på nettet i det seneste år.

## 19. HVOR OFTE HAR DU KØBT DESIGNERMØBLER FRA PRIVATE SÆLGERE I DANMARK VIA NETTET I LØBET AF DET SENESTE ÅR? NOTER CA. ANTAL GANGE

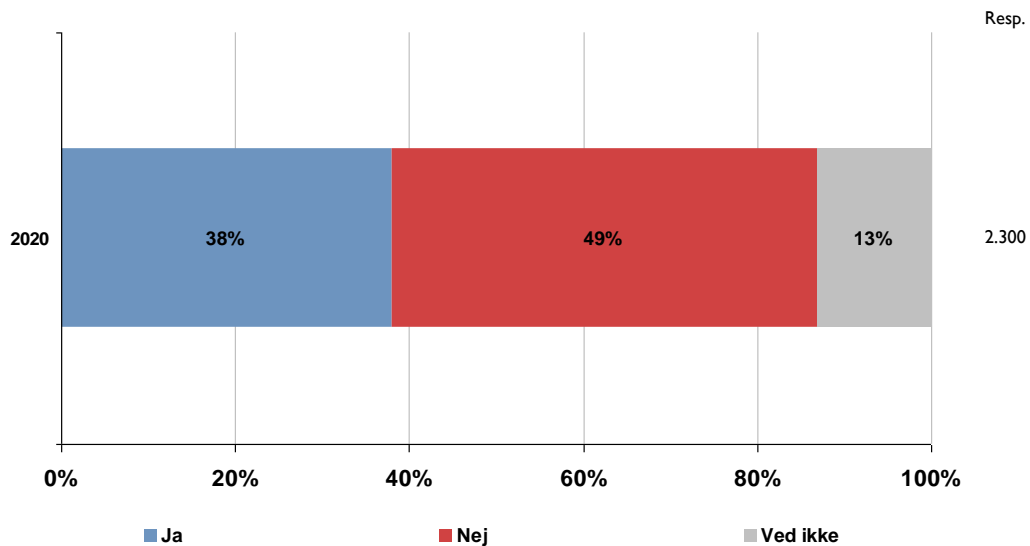


90% af de respondenter der har købt varer fra private via nettet i det seneste år svarer, at de ikke har købt designermøbler. 6% har gjort det 1 gang, mens 2% har gjort det 2-3 gange.



## 6. NEMID VALIDERING

## 20. HAR DU PÅ ET TIDSPUNKT NEMID VALIDERET DIG I FORBINDELSE MED KØB/SALG PÅ NETTET?



Lige under halvdelen af alle de adspurgte (49%) svarer, at de ikke har brugt NemID til at validere sig på nettet i forbindelse med et køb eller salg. 38% har prøvet det og 13% svarer "ved ikke".

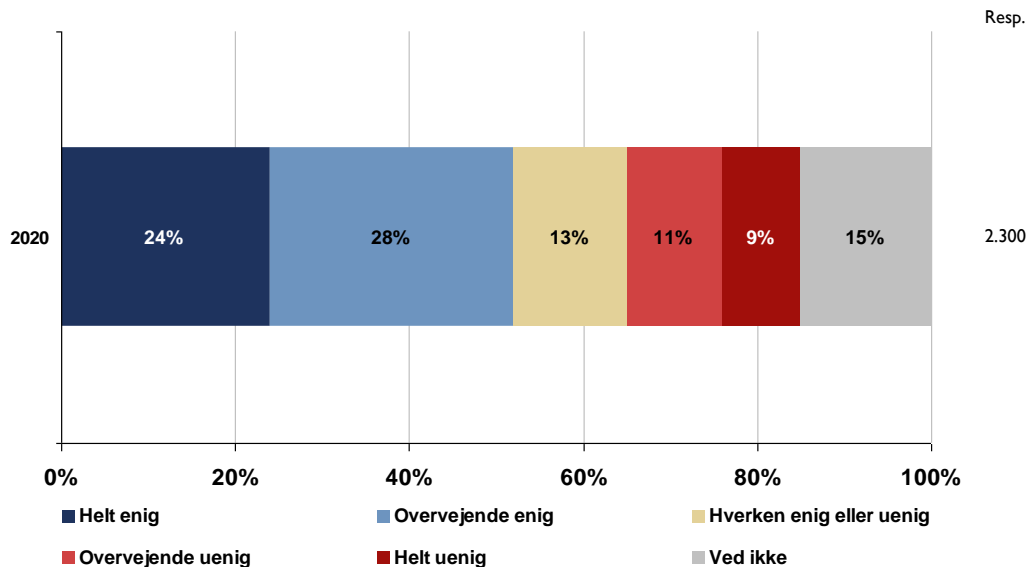


Flere mænd (43%) end kvinder (33%) har valideret sig med NemID, i forbindelse med handel på nettet.



Flere med en samlet husstandsindkomst før skat på 800.000 eller derover har valideret sig med NemID (51%), sammenlignet med gennemsnittet (38%).

## 21. JEG HAR ET GODT KENDSKAB TIL, HVAD DET VIL SIGE AT VÆRE NEMID VALIDERET I FORHOLD TIL KØB/SALG PÅ NETTET?



Over halvdelen af de adspurgte (52%) er overvejende enige (28%) eller helt enige (24%) i, at de har et godt kendskab til hvad det vil sige, at NemID validere sig i forbindelse med online handel. 13% er hverken enige eller uenige og 20% er henholdsvis overvejende uenige (11%) eller helt uenige (9%). 15% af respondenterne har svaret "ved ikke".



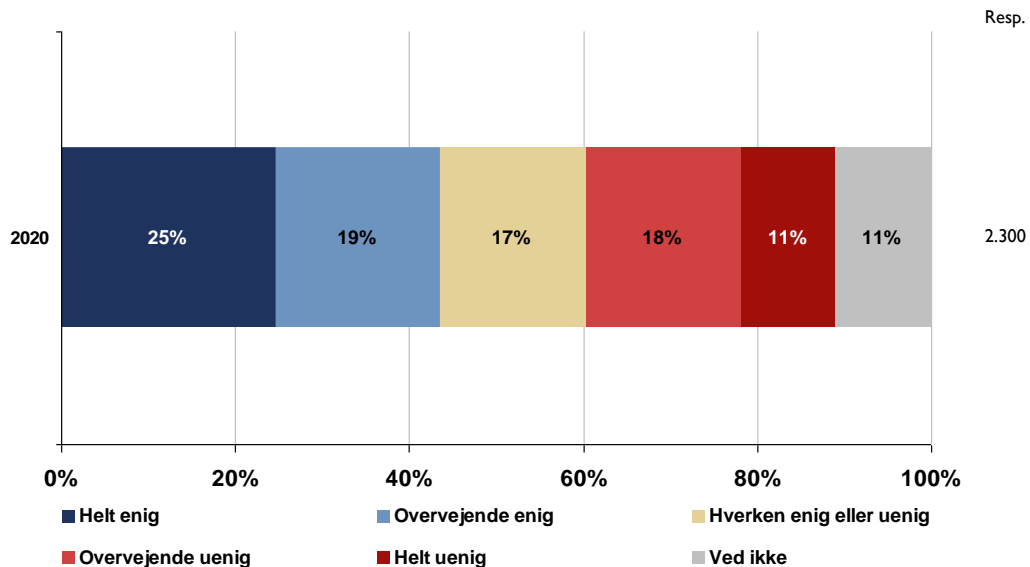
Flere mænd (60%) end kvinder (44%) er overvejende enige/helt enige i, at de har kendskab til NemID validering.



Alder

Flere unge i aldersgruppen 18-29 år er overvejende uenige/helt uenige i, at de har kendskab til NemID validering (31%). Denne andel falder med alderen således, at kun 14% af de 70+ årige svarer det samme.

## 22. HVIS JEG NEMID VALIDEREDE MIG PÅ EN KØB/SALG PLATFORM PÅ NETTET, VILLE JEG VÆRE UTRYG VED, HVAD MINE PERSONLIGE OPLYSNINGER KUNNE BRUGES TIL



44% af respondenterne er overvejende enige (19%) eller helt enige (25%) i, at de ville være utrygge ved, hvad deres personlige oplysninger kunne bruges til, såfremt de NemID validerede sig på køb/salgs sider på nettet. 17% er hverken enige eller uenige, mens 29% er enten overvejende uenige (18%) eller helt uenige (11%). Ligeledes 11% har svaret "ved ikke".



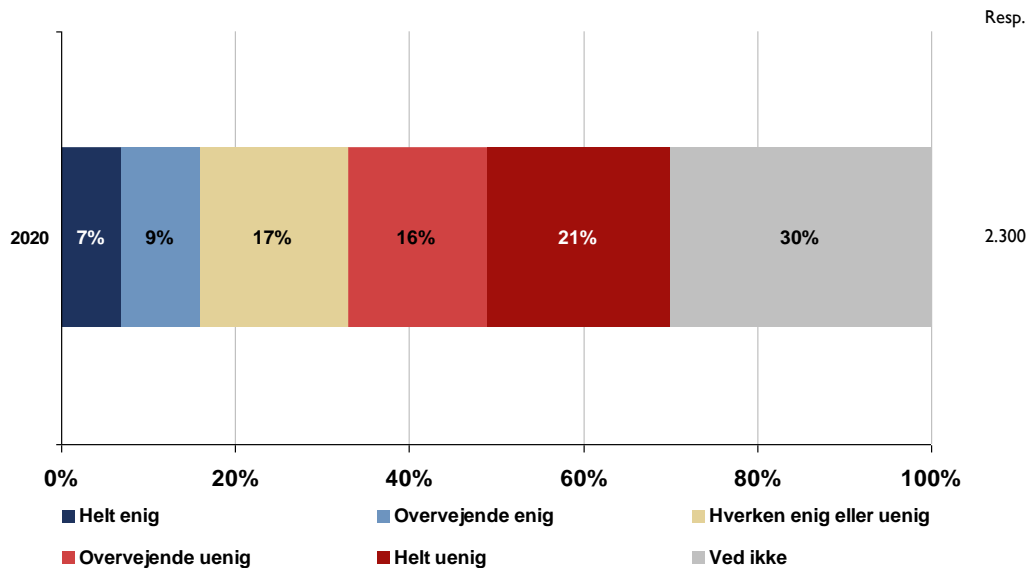
Flere kvinder erklærer sig overvejende enige eller helt enige (48%) i, at de ville føle sig utrygge ved håndteringen af deres personlige oplysninger, sammenlignet med mænd (40%).



Alder

Graden af enighed stiger med alderen. Således er færre (36%) af 18-29 årige overvejende enige/helt enige og dette stiger til 63% blandt de på 70 år eller derover.

## 23. DET ER MIN OPFATTELSE, AT DET ER BESVÆRLIGT AT NEMID VALIDERE SIG I FORBINDELSE MED KØB/SALG PÅ NETTET



Kun 16% af de adspurgte erklærer sig overvejende enige (9%) eller helt enige (7%) i, at det er besværligt, at validere sig med NemID. 17% er hverken enige eller uenige, mens 37% er henholdsvis overvejende uenige (16%) eller helt uenige (21%). 30% har svaret "ved ikke".



Flere mænd (42%) end kvinder (32%) er overvejende uenige/helt uenige i, at NemID validering er besværlig.

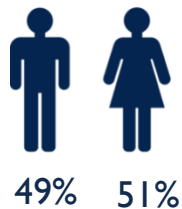


Flere respondenter i aldersgruppen 70 år eller derover er overvejende enige eller helt enige i, at NemID validering er besværligt (26%), sammenlignet med gennemsnittet (16%).

# 7. DEMOGRAFI

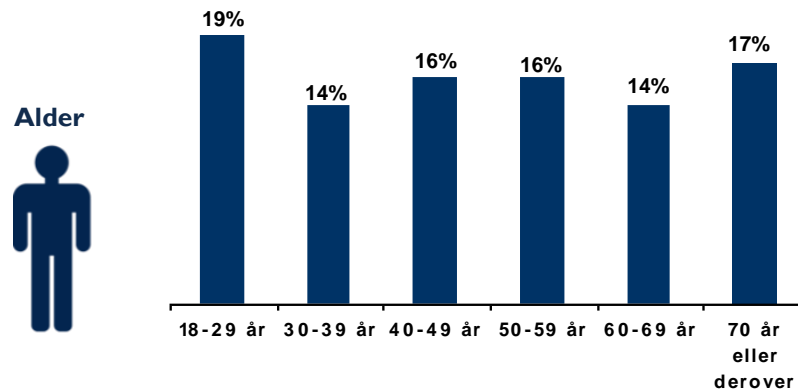


## DEMOGRAFI



### Undersøgelse

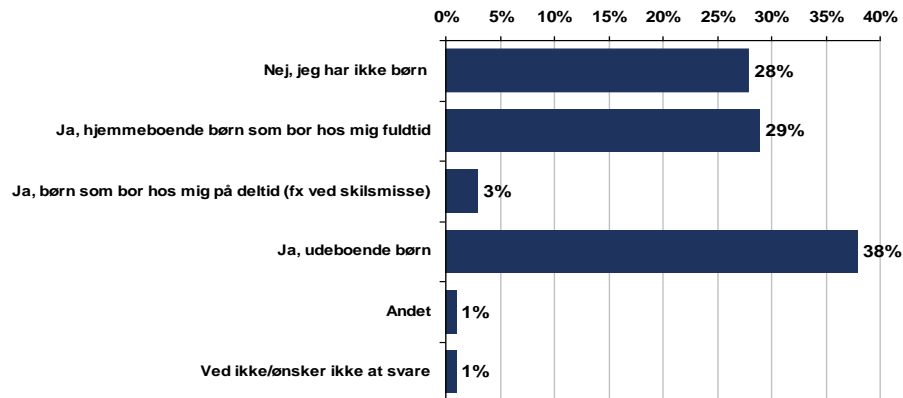
2300 respondenter



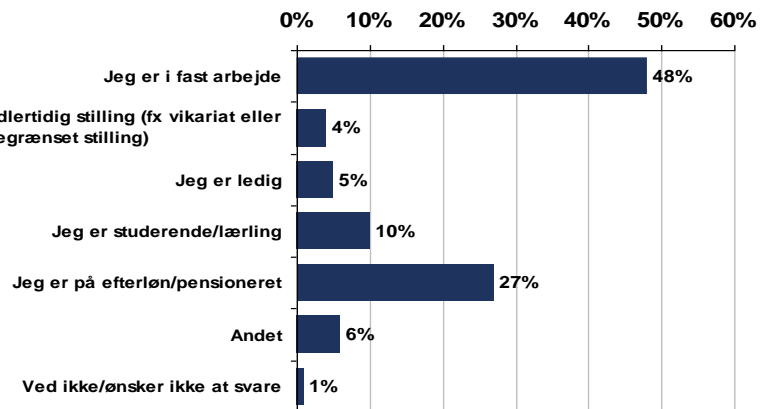
## DEMOGRAFI



■ Børn



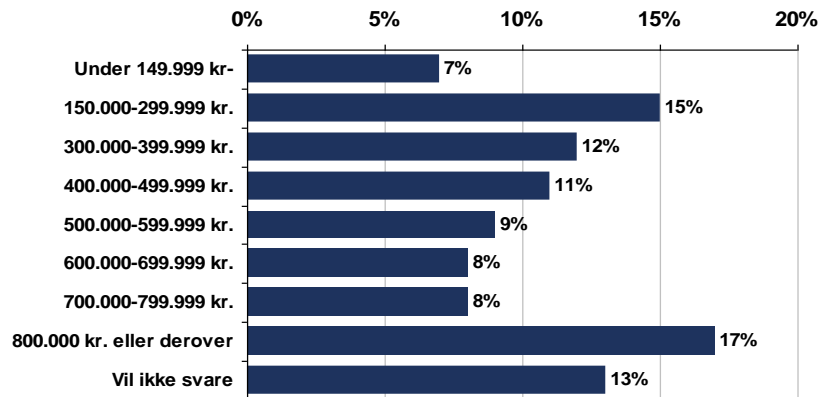
■ Arbejdssituation



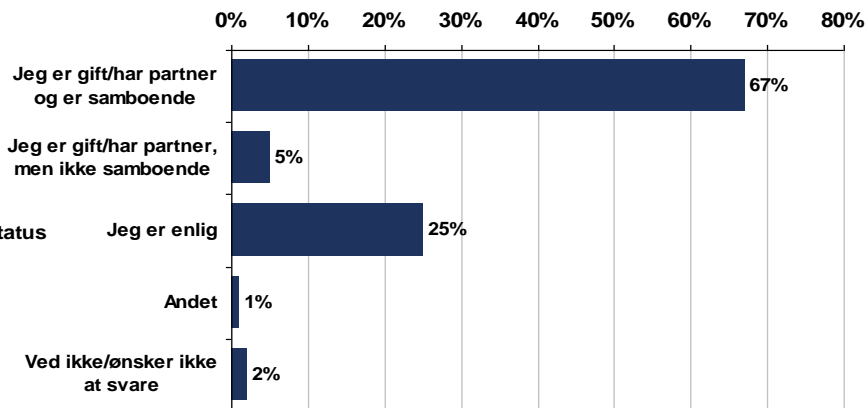
## DEMOGRAFI



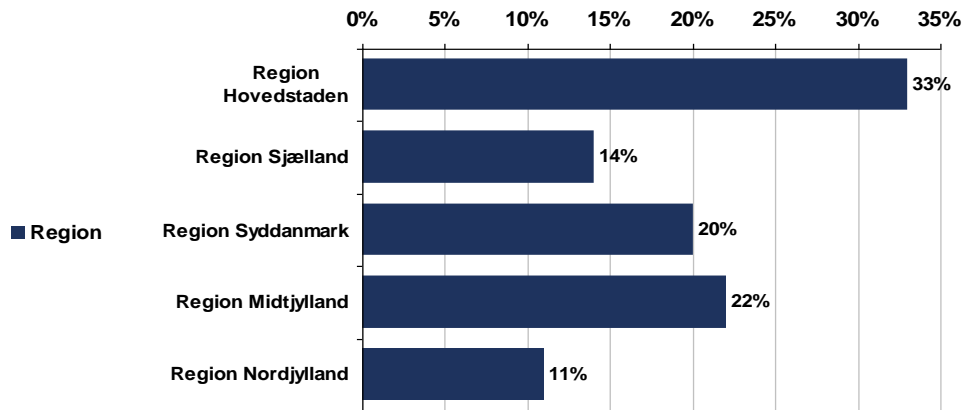
■ Indkomst



■ Civilstatus



## DEMOGRAFI





# 8. KONTAKT

## KONTAKT

**Det  
Kriminalpræventive  
Råd**

45 15 36 50  
dkr@dkr.dk  
www.dkr.dk



**CASPER O. JENSEN**  
LEDER AF KVANTITATIV AFDELING

—

+45 77414152  
coj@megafon.dk  
www.megafon.dk



### MEGAFON

ALHAMBRAVEJ 12

1826 FREDERIKSBERG C

TLF.: +45 77 41 41 41

MAIL: MEGAFON@MEGAFON.DK



International  
Organization for  
Standardization

