



Hæleri af stjålne varer

Om markedsmekanismer
og disruption





Center for Kriminalitetsanalyse

Hæleri af stjålne varer: om markedsmekanismer og disruption

Forfatter: Peter Kruise
Center for Kriminalitetsanalyse

Omslag (billede og design): Paul Gruter

Det projekt, der beskrives i denne rapport, er finansieret af Trygfonden.

Projektets gennemførelse og resultater er alene forfatterens ansvar. De vurderinger og synspunkter, der fremsættes i rapporten, er forfatterens egne og deles ikke nødvendigvis af Trygfonden.

Kopiering tilladt med angivelse af kilde.

December 2024

ISBN 978-87-985490-9-3

Forord

Denne rapport er den første publikation af forskningsprojektet Tyve og Hælere. Projektet er finansieret af TrygFonden og består af tre dele: 1) hælervirksomhed, 2) karakteristik af indbrudstyre og hælere og 3) forebyggelse. Projektplanen er udarbejdet i samarbejde med kriminolog Britta Kyvsgaard, der også har arbejdet på selve projektet frem til begyndelsen af august 2024.

Britta Kyvsgaard har bl.a. beskrevet og refereret videnskabelig litteratur om forebyggelse af indbrud og hælteri samt om effekten af forskellige typer af indsatser, ligesom hun har beskrevet den forebyggende indsats, der gennemføres i kriminalforsorgens regi. Hun har desuden deltaget i gennemførelsen og analysen af seks interviews.

Teknoantropologi-studerende Anders Toftgaard Saxild har udarbejdet en netnografi om hælervarer på sociale medier; sociolog Jakob Demant har fungeret som konsulent til denne del af projektet. I denne rapport publiceres de første resultater af dette etnografiske studie (afsnit 3.3). Hensigten er at arbejde videre hermed og skrive en forskningsartikel i et peer-reviewed tidsskrift om de endelige resultater.

Filosofi-studerende Lucia Kruize har transskriberet interviewene, stået for eftersøgning af mistænkte varer på åbne online handelsplatforme (afsnit 4.5) og læst korrektur på rapporten.

Ansvar for den endelige rapport ligger dog alene hos mig.

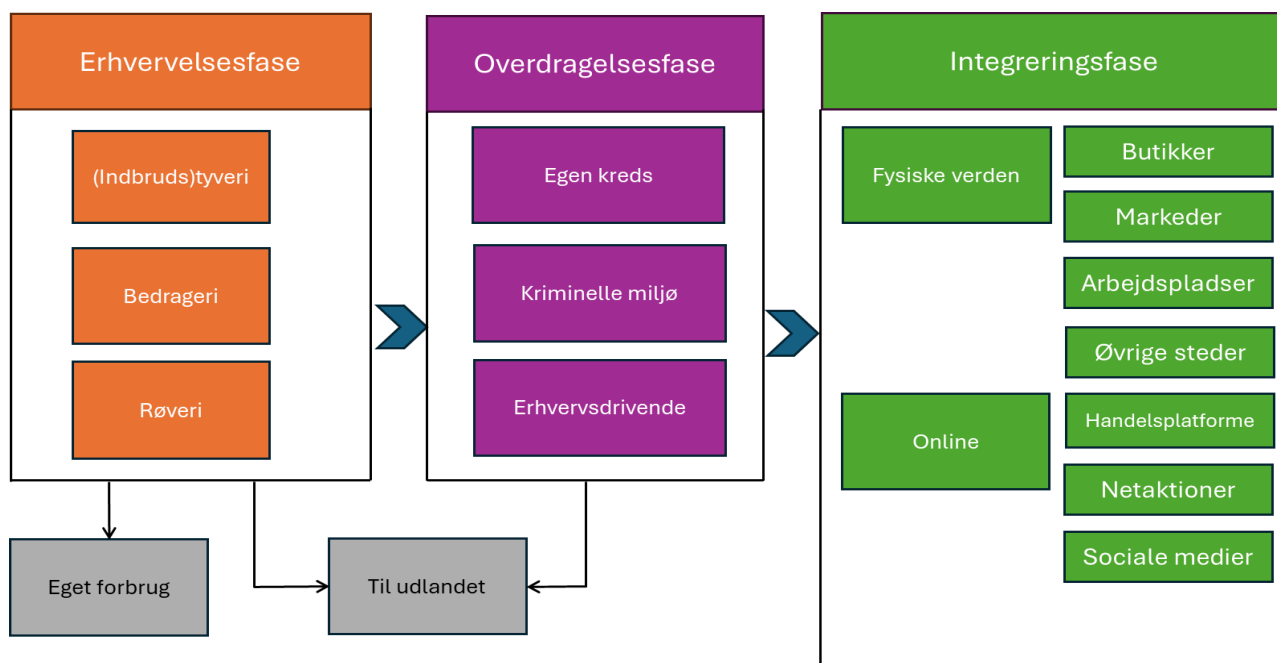
Peter Kruize

Jægerspris

Den 1. december 2024

Opsamling og konklusioner

Rapporten indeholder en beskrivelse og analyse af hælermarkedet for stjålne varer. Hæleri-processen er delt op i tre faser: erhvervelsesfasen, overdragelsesfasen og integreringsfasen. I sin mest simple form sælger en tyv en stjålet vare til en person, der kan betragtes som slutforbrugeren. Der findes også mere komplekse modeller, hvor der er flere mellemlid i salgsprocessen.



For at kunne forstyrre processen er det vigtigt at få indblik i køberens kendskab til varens oprindelse. Er køberen klar over, at genstanden er stjålet? Svaret på dette spørgsmål er ikke et simpelt 'ja' eller 'nej', men et kontinuum. Der findes hælere (købere), der er fuldt bevidste om, at de køber stjålne varer, og der er købere, der handler i god tro. Mellem disse yderpunkter findes købere, der har (stærk) mistanke om, at de køber stjålne varer, samt dem, der bevidst vælger at se bort fra dette, eller dem, der burde vide bedre.

O.1 Erhvervelsesfase

Når vi ser på en længere periode, viser det sig, at omfanget af (indbruds)tyverier aftager. Der er dog undtagelser fra denne generelle tendens; de seneste par år er antallet af butik- og cykeltyverier steget. Konsekvensen af den generelle tendens er, at færre stjålne varer afsættes på hælermarkedet. Mange (lokale) initiativer har sandsynligvis bidraget til, at antallet af (indbruds)tyverier er faldet. Den mest betydningsfulde årsag er dog forskydningen til online kriminalitet. Dette er en international tendens (Caneppele & Aebi, 2019), som også gør sig

gældende i Danmark. Ved online kriminalitet (bedrageri) består udbyttet ofte af penge. I disse tilfælde er der ikke behov for afsætning af stjålne genstande, men derimod for personer, der kan modtage og overføre penge. Dette betegnes som hvidvaskning og hæleri af penge.

At der er tale om en faldende tendens betyder dog ikke, at problemet med hælermarkedet er løst. Der bliver stadig stjålet mange varer, og dermed eksisterer der fortsat et omfattende hælermarked.

Vi kan også se tendenser i, hvad der bliver stjålet. Formålet er at sælge varerne, helst til en god pris. Det betyder, at tyve har en præference for efterspurgte varer. Vi ser en faldende interesse i elektronik og en stigende interesse i produkter som tøj, sko og tasker. Også dagligvarer og elcykler er blevet mere eftertragtede. Der findes også genstande, der har været og fortsat er i høj kurs, såsom smykker, guld og sølvvarer. Der er blandede signaler om, hvorvidt designermøbler stadig kan betragtes som eftertragtede varer.

Som nævnt stjæler (indbruds)tyve helst genstande, der nemt kan afsættes. På den måde kan man sige, at efterspørgsel styrer hælermarkedet. På den anden side tegner der sig et billede af, at der ikke typisk bliver stjålet på bestilling. Det sker lejlighedsvis, men i de fleste tilfælde er det tyvenes udbud, der danner udgangspunktet (Sutton, 2014). En hollandsk undersøgelse (Rovers, 2007) påpeger, at hæleraktiviteter i stor skala medfører en mere efterspørgselsbaseret tilgang. Dette er ikke bekræftet i en dansk kontekst, men det er efter vores vurdering sandsynligt, at det også gælder her i landet.

Den pris, som (indbruds)tyve opnår for deres stjålne varer, afhænger af, hvem de sælger til. Hvis de sælger direkte til en ukendt slutforbruger, der ikke (umiddelbart) kan genkende, at der er tale om stjålne varer, kan de opnå en markedspris. Det kræver dog, at tyvene bruger tid på at sælge varen – at de ikke har et akut behov for penge, har plads til at opbevare genstandene osv. – og at de er villige til at løbe risikoen ved at optræde som sælgere. Modsat falder udbyttet i værdi for tyvene, hvis de sælger til en opkøber af stjålne varer eller til en bekendt.

O.2 Overdragelsesfase

Ikke alle stjålne varer bliver solgt videre og ender dermed på hælermarkedet. Tyve kan også beholde de genstande, de har stjålet. Dette gælder typisk for lejlighedstyve. Sigtelsesstatistikken indikerer, at en mindre gruppe tyve står for en stor del af sigtelserne. Dermed udgør lejlighedstyvenes andel i det samlede billede en beskeden del. En undersøgelse med fokus på hælermarkedets omfang estimerer, at ca. 20 procent af stjålne genstande bruges til eget forbrug (Kruize, 2020).

Sutton (2014) omtaler "sælgerens dilemma". Dette dilemma består i, at risikoen for opdagelse stiger, når en tyv eller hælør sælger til en fremmed person, men samtidig kan en større købergruppe føre til øget profit og flere afsætningsmuligheder. På baggrund af det materiale, vi har indsamlet i denne undersøgelse, vurderer vi, at (indbruds)tyve traditionelt har haft en tendens til at sælge til bekendte (familie, venner, egne kriminelle netværk eller faste hælere), men at flere tyve nu til dags har en tendens til at sælge (også) til ukendte personer på nettet.

Det vigtigste argument for, at tyve i stigende grad sælger til ukendte personer, er, at vi ser den samme tendens på lovlige markeder. Direkte onlinesalg er vokset markant de seneste år. Hvorfor skulle dette ikke også gøre sig gældende for illegale markeder?

Flere kilder understøtter antagelsen om en stigning i direkte salg på nettet. En del af de interviewede efterforskere peger i denne retning. Erhvervsdrivende, der handler med brugte varer, oplever stigende konkurrence fra private, der sælger direkte til forbrugere. Derudover kan det ses, at stjalne varer tilbydes mere eller mindre åbenlyst i lukkede grupper på Facebook og andre sociale medier.

Antagelsen er, at der er i gennemsnit færre mellemlid på hælørmarkedet mellem tyven og slutforbrugeren end tidligere. Dette betyder dog ikke, at mellemlidene er forsvundet. Smykker (guld og sølv) ender typisk stadigvæk hos guldsmede. Disse har udstyr til at omsmelte metallerne, og ifølge politiet er der guldsmede, der enten ikke kræver legitimation eller vender det blinde øje til, hvor den samme person ofte indleverer smykker.

Der findes også andre virksomheder, som efter sigende modtager stjalne varer, såsom brugthandelsbutikker (design, elektronik) og kiosker (dagligvarer). Politiet har et vist kendskab hertil, men det fører sjældent til efterforskning. Derfor er det vanskeligt at fastslå, hvor udbredt fænomenet er.

De fleste indbrudstyve og hælere begrænser sig ikke til denne form for kriminalitet. Sigtelsesdata viser, at de ofte også har været i politiets søgelys for andre former for ejendomsforbrydelser, samt færdselsforseelser og overtrædelser af narkotikalogvgivningen. Vi mener derfor, at en stor del af de mere aktive (indbruds)tyve er en del af det kriminelle miljø, hvor de har forbindelser, der gør det let at komme af med tyvekoster. Det er uklart, om de åbenlyst stjalne genstande, der florerer på Facebook og andre sociale medier, er lagt op af tyvene selv, eller om dette hovedsageligt foregår gennem deres netværk.

I overdragelsesfasen skifter den stjalne genstand oftest fra at have en åbenlys stjålet oprindelse til en skjult. Klassiske eksempler inkluderer en guldsmed, der omsmelter smykker, en møbelsnedker, der ompolstrer en designerstol (og dermed fjerner spor af ejerskab), eller en cykelsmed, der fjerner stelnumre. Det er ikke nødvendigvis fagfolk, der udfører dette, men

personer, der har de nødvendige færdigheder. I litteraturen nævnes også ompakning af eksempelvis butiksvarer. Dette har vi ikke hørt om i Danmark, men det betyder naturligvis ikke, at det ikke forekommer.

Vi må dog erkende, at overdragelsesfasen stadig i vid udstrækning er en black box. Efterforskere har sagsbaseret viden, men mangler det store overblik. (Indbruds)tyve og hælere er tilbageholdende med at dele oplysninger, og der er ikke meget empirisk data på emnet. Journalister har bidraget til vores viden, men også deres indsats er fragmentarisk. Den åbenlyse handel med illegale stoffer, varer og ydelser, der finder sted i lukkede grupper på Facebook og andre sociale medier, giver dog en mulighed for at opnå mere viden om netop overdragelsesfasen.¹

O.3 Integreringsfase

I den tredje fase, integreringsfasen, sælges hælervarer, enten fysisk eller online, til en slutforbruger. I modsætning til overdragelsesfasen sker dette som regel ved at sløre varens oprindelse. Hvis hælervarerne består af nye, ubrugte varer, kan disse produkter blive solgt som nye varer i lovlige (web)butikker. Disse varer kan også – selvom de er nye – blive solgt som brugte varer. Det ser ud til, at dette forekommer forholdsvis ofte i praksis. Vores gennemgang af mistænkelige annoncer fra privatpersoner på Facebook Marketplace, Den Blå Avis (DBA) og Guld & Gratis (G&G) viser, at 44 procent af de tilbudte varer faktisk er nye varer.

De fleste danskere køber eller sælger en gang imellem brugte varer. Ifølge Genbrugsindekset (DBA, 2024) handler ca. 80 procent af danskerne brugt i løbet af et år. Omkring halvdelen sælger brugte varer, mens lidt over 70 procent køber dem. Der er dog en del danskere, der er tilbageholdende med at købe brugte varer, blandt andet på grund af frygten for at købe stjålne varer.

Der er gennemført en befolkningsundersøgelse i 2016, 2020 og 2024. I disse undersøgelser er folk blevet spurgt, om de (formentlig) har fået tilbudt stjålne varer, på hvilken måde (salgs-kanal), og om de har købt disse varer.

Den andel af respondenterne, der svarer, at de (formentlig) har fået tilbudt stjålne varer, lå i 2016 på 18 procent og i 2020 på 19 procent. Andelen faldt i 2024 til 15 procent. Det er i tråd med påstanden om, at omfanget af hælemarkedet bliver mindre med årene på grund af færre (indbruds)tyverier.

¹ Vi arbejder videre på dette spor. Derudover vil vi udarbejde en netværksanalyse af sigtede indbrudstyve og hælere baseret på medgerningspersoner. Der vil blive rapporteret om disse spor i 2025.

Målingen fra 2016 viser, at de fleste handler med stjålne varer, blev gennemført via traditionelle, fysiske salgskanaler. Målingen fra 2020 indikerede, at de digitale salgskanaler blev benyttet langt hyppigere end i 2016. Forventningen var, at den voksende betydning af digitale salgskanaler ville fortsætte, men målingen fra 2024 peger på, at dominansen af de digitale kanaler er faldet lidt. Muligvis ses her effekten af tiltag som MitID-validering på DBA og G&G.

Når vi ser på de stjålne varer, som respondenterne i befolkningsundersøgelserne har fået tilbudt gennem årene, er det tydeligt, at tilbuddene følger – i hvert fald delvist – efterspørgslen. Der er en klar faldende tendens i tilbuddene af elektronik og specielt radio/tv-udstyr, mens der er en stigende tendens for tøj, sko og tasker. De seneste år er der også en stigende tendens i tilbud af værktøj og byggematerialer. Dette stemmer overens med, hvad der bliver meldt stjålet til politiet.

Der er ikke en stigning i tilbuddene af dagligvarer, trods flere anmeldelser af butikstyverier. Mulige forklaringer kan være, at butikstyre beholder en større del af udbyttet til eget forbrug, eller at disse forbrugsvarer bliver solgt via en salgskanal, der ikke vækker borgernes mistanke om, at varen er stjålet (f.eks. via en butik eller kiosk).

Når det kommer til køn, er der i alle de tre seneste målinger ca. 30 procent flere mænd end kvinder, der siger, at de har fået tilbudt stjålne varer. Der er også en tydelig aldersforskel: med stigende alder falder andelen af respondenter, der har fået tilbudt stjålne varer. Vores gennemgang af mistænkelige annoncer på handelsplatforme viser, at kønsskævheden er endnu større blandt sælgerne; der er tre gange så mange mænd som kvinder, der tilbyder hælervarer.

I forhold til at købe de tilbudte stjålne varer viser den seneste måling overraskende resultater. 1,5 til 2,0 procent af deltagerne i undersøgelserne fra 2016 og 2020 tilkendegav, at de havde købt stjålne varer inden for de sidste tre år, mens undersøgelsen fra 2024 viser en markant højere andel (3,5 procent). Tilsvarende gælder andelen af købere inden for det seneste år – ca. 1 procent i undersøgelserne fra 2016 og 2020 mod 2,5 procent i undersøgelsen fra 2024. Dette tyder på, at flere køber stjålne varer i dag end tidligere.

Målingen fra 2024 viser desuden, at sandsynligheden for, at en respondent køber en tilbudt hælervare, er dobbelt så stor for et offline tilbud som ved et online tilbud. Dette kan muligvis forklares med den sociale afstand mellem sælger og køber; folk er mere tilbøjelige til at købe hælervarer, hvis de kender sælgeren.

Når vi sammenholder resultaterne, viser det sig, at der på den ene side er færre (indbruds)tyverier og færre respondenter, der har fået tilbudt stjålne varer. På den anden side er der flere respondenter, der tilkendegiver, at de har købt sådanne varer. Det betyder, at vi ser en

brede køberskare for færre produkter, og at køberne har en præference for at købe fra en, de kender i forvejen. Hvorvidt den stigende inflation kan være en bagvedliggende forklaring, er svært at fastslå, men det er ikke utænkeligt.

O.4 Disruption af hælmarkedet

Hælmarkedet kan blive disruptet på forskellige måder. At disruption kan have en mærkbar effekt på omfanget af (indbruds)tyveri, har vi set under pandemien, hvor nedlukningen af samfundet ikke kun påvirkede de lovlige markeder, men også de ulovlige markeder (Kruize & Kyvsgaard, 2022). I denne rapport undersøger adskillige initiativer nærmere.

Tilsyn og kontrol

Erhvervsdrivende, der handler med brugte genstande, skal søge en bevilling (jf. marskandiserloven). Der er for nylig fremsat et lovforslag om modernisering af marskandiserloven, som vil udvide lovens anvendelsesområde til også at omfatte internethandel og internetauktioner. I fremtiden skal privatpersoner, der handler "ret ofte" med brugte varer, ligeledes søge en bevilling. Vi ser dog med en vis skepsis på, hvordan og i hvilket omfang dette krav vil blive håndhævet.

Politiet står for udstedelse af bevillinger samt tilsyn og kontrol med disse aktiviteter. I konkrete sager benytter politiet sig af deres beføjelser til at udføre kontrol, men der er ellers ikke meget aktivitet på dette område. Lovgivningen har sandsynligvis en vis forebyggende effekt i sig selv, men der er potentiale for at styrke indsatsen betydeligt. Det er dog næppe sandsynligt, at politiet vil afsætte (væsentligt) flere ressourcer til dette formål.

Sporing og efterforskning

Flere genstande er udstyret med en GPS-tracker og kan dermed spores, når de bliver stjålet. På den måde kan politiet involveres i sagen. Private virksomheder tilbyder GPS-tracking til genstande, der ikke er designet med en indbygget tracker. Politiet kan også støde på stjalne varer i forbindelse med ransagninger, typisk relateret til narkotikakriminalitet, eller ved standsninger (f.eks. ved grænsen). Denne type efterforskning af tyvekoster og hælervarer er sagsbaseret.

Politiet kan dog også indlede en efterforskning på baggrund af efterretninger (intelligence). Det kan f.eks. være mistanke mod en specifik person, forretning eller et netværk. Denne type efterforskning forekommer i praksis, men efter vores vurdering sparsomt. Hvis en sådan efterforskning indledes, er den typisk rettet mod omrejsende kriminelle grupper (OKG) med fokus på indbrud eller tyveri. Hæleri kan komme i spil som en sideeffekt af en sådan efterforskning.

Politiets beføjelser til at opspore hælervarer på nettet blev udvidet i 2020. Politiet må nu skaffe sig adgang til lukkede grupper ved hjælp af en såkaldt avatar (skjult profil). Dog vurderer vi, at politiet kun i begrænset omfang udnytter disse muligheder. Beføjelserne anvendes hovedsageligt til konkrete sager, men der foretages sjældent en mere proaktiv efterforskning af aktive hælere på nettet.

Identificering af stjålne genstande

Det er vigtigt at kunne identificere stjålne genstande. Nogle genstande har unikke kendetegn, men mange har ikke. Mærkning har i mange år været en metode til at gøre genstande identificerbare. I dag er DNA-mærkning den oplagte løsning. Forskning viser dog, at det er svært at motivere danskere til at tage denne metode i brug (Kylvsgaard & Ribe, 2021). Der er imidlertid sikkerhedsvirksomheder, der tilbyder DNA-mærkning og en database (Secure Asset Register), som bl.a. politiet kan slå op i for at finde ejeren af beslaglagte, DNA-mærkede genstande.

Snart vil genstande med unikke kendetegn kunne registreres i TyveriTjek-databasen, som udvikles af en forening med Forsikring & Pension i spidsen. Databasen indeholder oplysninger om stjålne genstande med unikke kendetegn, som er indtastet af ofre for indbrud via en online anmeldelsesformular på politi.dk. I løbet af 2025 vil databasen også blive åbnet for andre former for (indbruds)tyveri.

Det er ikke kun vigtigt at kunne identificere stjålne genstande for at returnere dem til deres retmæssige ejer, men også som et vigtigt bevismiddel for politiet i sager mod (indbruds)tyve eller hælere.²

Genkendelse af hælervarer

De fleste (70-80 procent) danskere synes, det er svært at vide, om tilbudte varer er stjålne. Det er i sig selv ikke overraskende, for det kan være svært til umuligt at vurdere, hvis vares oprindelse er tilstrækkeligt skjult. Men også i integreringsfasen er ikke alle hælervarer skjult 100 procent. Tegn på, at der er tale om stjålne varer, kan være mange. Det er ofte en kombination af flere faktorer, der bestyrker mistanken. Det kan være signaler i sælgerens adfærd, såsom at sælgeren kun vil mødes på et offentligt sted, opfører sig mistænkeligt, kun vil modtage kontanter og/eller ikke kan fremvise en kvittering. Selve varen kan også vække mistanke, for eksempel hvis en elcykel mangler opladeren.

² I visse tilfælde vil det være tydeligt, om personen, der er i besiddelse af en stjålet genstand, er tyven eller hæleren, men det er ikke altid tilfældet. Hvis personen nægter sig skyldig i tyveri, og politiet ikke har afgørende beviser herfor, sigtes personen typisk for hæleri.

En lav pris bliver også nævnt som et signal. Efter vores vurdering peger en lav pris alene ikke nødvendigvis i retning af, at varen er stjålet. Der findes sælgere, der sætter prisen lavt, fordi de gerne vil af med varen. En lav pris i kombination med andre signaler kan dog bestyrke mistanken.

Sælgerens identitet

Vigtige elementer i indsatsen mod salg af stjålne varer til slutforbrugere er MitID-validering og digitale betalinger. På denne måde kan sælgeren ikke forblive anonym, og det antages, at dette afskrækker personer, der ønsker at sælge stjålne varer.

Det ser ud til, at denne strategi har en positiv effekt. I vores søgning efter mistænkelige annoncer på handelsplatforme har vi fundet flest af disse annoncer på Facebook Marketplace (ingen MitID-validering), færre på DBA (MitID-validering anbefalet) og færrest på G&G (MitID-validering påkrævet).

MitID-validering og MobilePay-betaling har været de to praktiske råd i adfærdskampagner fra Det Kriminalpræventive Råd i samarbejde med Bo Trygt. Evalueringer af disse kampagner viser, at det – i beskedent omfang – er lykkedes at ændre danskernes adfærd, når de køber brugt.

Når handelsplatforme som G&G og DBA gør en indsats for at begrænse salg af hælervarer ved at kræve eller anbefale MitID-validering, kan man frygte, at handelen blot flytter sig til mere anonyme steder som Facebook Marketplace. En gennemgang af litteraturen viser dog, at der ofte er en gevinst, da der sjældent er tale om 100 procent forskydning (Hesseling, 1994).

I lovforslaget om modernisering af marskandiserloven, som er under behandling i Folketinget, er onlinehandelsplatforme ikke omfattet af de kommende regler. Udvalget, der har forberedt lovændringen, har overvejet, om udbydere af disse platforme skulle forpligtes til at sikre købers og sælgers identitet. Det er dog ikke muligt at pålægge udenlandske online markedspladser en sådan forpligtelse. "Udvalget finder dog, at udviklingen på området bør følges tæt, således at der iværksættes relevante lovgivningsinitiativer, hvis der på et senere tidspunkt konkret måtte opstå behov herfor" (Betænkning 1580, s. 137). Det er bemærkelsesværdigt, at udvalget og ministeren ifølge lovforslaget mener, at der på nuværende tidspunkt ikke er et konkret behov for bedre regulering af for eksempel Facebook Marketplace.

0.5 Slutbemærkninger

Analysen af hælmarkedet viser, at der – stort set – findes to slags hælmarkeder: 1) steder, hvor der sælges åbenlyst stjålne varer, og 2) steder, hvor stjålne varer sælges under dække

af lovlige varer. Indsatserne mod disse markeder er forskellige. Overordnet set er indsatsen mod åbenlys handel præget af kontrol, håndhævelse og efterforskning, mens indsatsen mod skjult handel handler om at øge opmærksomheden og påvirke adfærd. På papiret er politiet godt rustet til at tage kampen op mod den åbenlyse handel, men i praksis halter indsatsen på grund af ressourcer og prioriteringer.

Nedenstående oversigt giver et overblik over nuværende indsatser, tankerne bag indsatserne (mekanismer) og status på indsatserne.

Indsats	Mekanismer	Status
Tilsyn/kontrol af erhvervsdrivende	Erhvervsdrivende bliver mere opmærksomme på ikke at købe stjålne varer.	Politiets opgave; afhængig af politiets ressourcer.
Mærkning (DNA)	Kan hjælpe med at afsløre, at genstande er stjålet.	Svært til at motivere danskere til at mærke genstande. Kontrolleret forsøg viser ingen evidens for en forebyggende effekt.
Sporing (GPS)	Kan hjælpe med at lokalisere, hvor stjålne genstande befinder sig.	Kræver efterfølgende politiindsats.
Database (TyveriTjek)	Kan hjælpe med at afsløre, at genstande er stjålet. Kan anvendes af både købere (private/forhandlere) og politiet (efterforskning).	Kritiske succeskriterier: Hvor mange stjålne genstande bliver registreret i databasen, og hvor ofte den bruges i praksis.
Efterforskning	Ud over retsforfølgning af gerningspersoner har efterforskning mulige forebyggende effekter (afskrækkelse, resocialisering).	Efterforskningsindsatsen er typisk sagsbaseret og i kølvandet på andre forbrydelser. Der mangler en målrettet indsats mod åbenlys handel på sociale medier.
Borgeroplysning	Hvis flere borgere kan genkende signaler, der tyder på stjålne varer, vil færre anskaffe sig hælervarer.	Oplysnings- og adfærdskampagner har en vis, men begrænset effekt.
MitID-validering	Hvis sælgeren af hælervarer ikke kan handle anonymt, vil det have en forebyggende effekt.	På platforme, der understøtter eller kræver MitID-validering, findes færre hælervarer. Manglen på identificering på Facebook Marketplace er problematisk.
MobilePay, Sikker-Handel	Pengespor kan afsløre sælgerens identitet og vil sandsynligvis have en forebyggende effekt.	Udbredelsen af dette tiltag er ukendt, men formentlig begrænset.

Indholdsfortegnelse

FORORD.....	3
OPSAMLING OG KONKLUSIONER	4
O.1 Erhvervsfaser.....	4
O.2 Overdragelsesfase.....	5
O.3 Integreringsfase	7
O.4 Disruption af hælmarkedet.....	9
O.5 Slutbemærkninger	11
1. INDLEDNING	15
1.1 Indblik i markedet for stjålne varer.....	16
1.2 Nærmere om hæl.....	18
1.3 Indbrud i beboelse og hælmarked	19
1.4 Omfang af hælmarked	20
1.5 Crime script som analyseramme	21
1.5.1 Aktører	22
1.5.2 Salgskanaler	24
1.5.3 Crime script for hæl af stjålne varer.....	24
1.6 Til udlandet.....	26
2. ERHVERVSESFASE	28
2.1 Indbrud i hjemmet.....	29
2.2 Det brede marked	31
2.3 CRAVED.....	32
2.4 Ændringer over tid.....	33
2.5 Omsætningshastighed og prisniveau.....	35
2.6 Tips og bestillingsarbejde	36
3. OVERDRAGELSESFASE.....	38
3.1 Sløring af genstandens herkomst	39
3.2 Direkte salg.....	40
3.3 Online salg i lukkede Facebookgrupper og sociale medier.....	41
3.3.1 Sælgernes og købernes strategier	42
3.3.2 Overgangen til krypterede platforme	43
3.4 Salg til erhvervsdrivende	44
3.4.1 Erhvervsdrivende som primære hælere	44
3.4.2 Erhvervsdrivende som sekundære hælere.....	45
3.5 Salg til eller gennem egen kreds.....	46
3.6 Salg til andre i det kriminelle miljø.....	46

4. INTEGRERINGSFASE	49
4.1 Genbrugsmarkeder	49
4.2 Frygt for at købe hælervarer	52
4.3 Signaler, der kan tyde på hælervarer	53
4.4 Tilbud af hælervarer (befolkningsundersøgelse).....	55
4.4.1 Andel af danskere, der får tilbudt hælervarer	55
4.4.2 Profil af dem, der får tilbudt hælervarer	56
4.4.3 Tilbudte hælervarer	56
4.4.4 Tilbudskanaler	58
4.5. Tilbud af hælervarer online (egne observationer)	60
4.5.1 Antallet af mistænkelige annoncer	60
4.5.2 Profil af sælgere under mistanke	62
4.6 Køb af hælervarer (befolkningsundersøgelser).....	63
4.6.1 Prævalens.....	63
4.6.2 Salgskanaler	65
4.6.3 Profil af køberen.....	66
5. LOVGIVNING, TILSYN OG KONTROL, EFTERFORSKNING OG FOREBYGGELSE	68
5.1 Lovgivning.....	68
5.2 Tilsyn og kontrol	70
5.3 Identificering og lokalisering af tyvekoster/hælervarer	71
5.3.1 Mærkning.....	71
5.3.2 Sporing	72
5.3.3 Register over stjålne genstande	73
5.3.4 Webscraping.....	75
5.4 Politiets efterforskningsindsats	76
5.5 Efterforskning af online hæleri	77
5.6 Forebyggelse.....	79
5.6.1 Market Reduction Approach (MRA).....	79
5.6.2 Online handelsplatforme	80
5.6.3 Adfærdskampagner	82
5.6.4 Resocialisering	84
LITTERATUR.....	86
BILAG 1: INTERVIEWS MED TYVE OG HÆLERE	92
BILAG 2: FORMELLE OG UFORMELLE INTERVIEWS.....	96
BILAG 3: BEFOLKNINGSUNDERSØGELSER: METODER, SAMMENLIGNELIGHED OG SPØRGESKEMA.....	97
BILAG 4: NETNOGRAFI AF HÆLERVERARER PÅ SOCIALE MEDIER	110
BILAG 5: UNDERSØGELSE AF SALGSANNONCER PÅ DIGITALE HANDELSPLATFORME	113
BILAG 6: LOGISTISKE REGRESSIONSANALYSER (KAPITEL 4)	116
BILAG 7: DO'S AND DON'TS I FORHOLD TIL HÆLERIBEKÆMPELSE	117

1 Indledning

Markedet for stjålne varer kan betragtes som et illegalt marked, hvor transaktioner finder sted uden for statens kontrol og udenfor det formelle lovsystem. Disse markeder spænder over en bred vifte af aktiviteter, alt fra handel med ulovlige stoffer og våben til menneskehandel og stjålne varer (Reuter, 1985a). Det globale omfang af denne skjulte økonomi er betydeligt, og det anslås, at den illegale økonomi udgør mellem 10-12 procent af verdens samlede BNP, hvilket gør den til en massiv økonomisk sektor, der påvirker både lokale og globale markeder (Schneider, 2011).

Illegale markeder har en række karakteristiske træk, som adskiller dem fra lovlige markeder. Der er ikke nogen form for officiel regulering, hvilket kan skabe usikkerhed både for købere og sælgere (Schneider, 2011). Sælgere og købere søger ofte at forblive anonyme for at undgå retsforfølgelse. Der er risici forbundet med aktiviteterne – som vold og bedrageri (Gambetta, 1993) – men til gengæld kan den økonomiske gevinst være betydeligt (Beckert & Wehinger, 2013). Illegale markeder er ofte organiseret gennem løse netværk af aktører, der samarbejder baseret på tillid, fælles interesser, og/eller etnisk tilhørsforhold (Kenney, 2007).

Hælermarkedet adskiller sig dog på et afgørende punkt fra f.eks. narkotikamarkedet. Produkterne der forhandles, er i sig selv ikke ulovlige – det ulovlige ligger i det faktum, at de stammer fra en forbrydelse. Dermed er det sandsynligt, at hælermarkedet falder delvist sammen med regulære handelskanaler. Ligesom ved hvidvaskning af penge kan en stjålen genstand efter et vist antal handler opnå en tilsyneladende legal status.

På engelsk kaldes hæleren 'fence'. Udtrykket menes at skyldes det forsvar (defense) eller værn, som hæleren udgør for tyven, idet tyven dermed undgår den risiko, det er selv at forsøge at sælge de stjålne varer (Sutton 2014). Den først kendte beskrivelse af en hæler stammer fra 1725 (Defoe, 1725, her efter Klockars, 1975). Beretningen drejer sig om hæleren Jonathan Wild, der siges at være den mest berømte hæler, idet han i høj grad kontrollerede Londons underverden i 1700-tallet. Baggrunden for hans succes synes at have været et korrupt og ineffektivt politi kombineret med bl.a. en lovgivning, hvor hæleren ikke kunne straffes, før tyven var blevet dømt. En hæler kunne i datiden også tjene penge ved at give det ineffektive politi oplysninger, som førte til domfældelse af tyven, og kunne på den måde skaffe sig selv beskyttelse mod at blive mistænkt for at være involveret.

Fremkomsten af hæleri anses af Mike Sutton til at være lige så gammel en forbrydelse som tyveri og relateret til den industrielle revolution og den masseproduktion af ensartede varer, den medførte (Sutton 2014).

1.1 Indblik i markedet for stjålne varer

Det er en udfordring at få indblik i, hvordan markedet for stjålne varer fungerer. Det skyldes først og fremmest, at der er tale om et skjult marked, men også at der ofte er flere led fra tyven til den endelige forbruger af den stjålne vare. Udover det, er der tale om et spektrum af aktører, fra godtroende borgere til småkriminelle og organiserede bander.

I denne rapport benyttes derfor triangulation. Ordet "triangulation" stammer oprindeligt fra geometri og landmåling, hvor det betegner en metode til at bestemme et punkts position ved at danne trekanter. I denne sammenhæng refererer triangulation til processen med at måle afstanden mellem to kendte punkter og derefter bruge vinklerne fra disse punkter til at beregne den præcise position af et tredje punkt.

Her bliver triangulation brugt som en sociologisk metode, der indebærer brugen af flere forskellige metoder, datakilder, eller teoretiske perspektiver for at undersøge et fænomen. Formålet med triangulation er at styrke validiteten og pålideligheden af forskningsresultater ved at kombinere forskellige typer data og metoder, som kan bekræfte eller supplere hinanden. Denne metode er især nyttig, da komplekse fænomener ofte kræver flere analytiske tilgange for at blive forstået fuldt ud (Denzin, 1978). Triangulation kan antage forskellige former, såsom metodetriangulation, hvor både kvalitative og kvantitative metoder anvendes; datatriangulation, hvor forskellige datakilder sammenholdes; og teoritriangulation, hvor flere teoretiske rammer anvendes til at fortolke data (Patton, 1999). Ved at kombinere disse elementer sigter forskere efter at reducere metodiske begrænsninger og skabe en mere nuanceret forståelse af det undersøgte fænomen (Blaikie, 1991).

I denne undersøgelse ser vi på markedet for stjålne varer fra seks perspektiver: (indbruds)tyve, hælere, efterforskere, forbrugere, forhandlere og private sælgere.

I. (Indbruds)tyve

Både nationalt og internationalt har der været forskningsprojekter, hvor (indbruds)tyve er blevet interviewet om deres virke. Et af elementerne er, at de skal afsætte deres stjålne varer. Det giver et indblik i, hvordan det første led i stjæler-hæler-kæden ser ud. Udfordringen med denne metode er, at det er svært at fastslå, hvor repræsentative disse tyve er i forhold til alle tyve. Vi må antage, at der findes 'blind spots' i det billede, de skitserer.

II. Hælere

Ligesom interviews med (indbruds)tyve, findes der internationalt forskningsprojekter med hælere som interviewrespondenter. Efter vores viden findes disse studier ikke i en dansk kontekst, men der findes – også i Danmark – befolkningsundersøgelser, hvor der bl.a. bliver spurgt, om respondenter har købt stjålne varer. I forbindelse med dette forskningsprojekt er der gennemført en ny dansk befolkningsundersøgelse (Voxmeter, 2024).

III. Efterforskere

Der sigtes flere tusinde personer om året for hæleri og i teorien kan politiet få kendskab til hæleri på mange forskellige måder. De kan støde på stjålne varer ved kontrolvirksomhed, gennem efterforskning, eller via oplysninger (intelligence) fra det kriminelle miljø. For at høre efterforskernes syn på markedet for stjålne varer har vi udført interviews med repræsentanter fra forskellige politikredse og specialafdelinger.

IV. Forbrugere

En del af hælervarerne ender hos almindelige forbrugere – det sidste led i stjæler-hælerkæden. Det er ikke sikkert, at de altid genkender, at der er tale om stjålne varer. For at få indblik i, hvad og hvordan forbrugere bliver tilbudt (formentlig) stjålne varer, anvendes en befolkningsundersøgelse.

V. Forhandlere

En del af de stjålne varer bliver sluset ind i de regulære handelskanaler. Det kan ske med opbakning fra den pågældende forhandler, men også uden bevidst medvirken. For at få indblik i, hvordan handel med hælervarer ser ud fra et forhandlerperspektiv, er der ført interviewsamtaler med marskandisere. I tidligere undersøgelser er der ført samtaler med repræsentanter fra brancheforeninger (Kruize, 2016b).

VI. Private sælgere

Handelsplatformer og sociale medier har ført til en omfattende handel med (brugte) varer mellem private. På flere af disse kanaler er der blevet søgt efter mistænkelige annoncer. Der er skabt overblik over karakteristika ved disse annoncer og – så vidt muligt – hvem der står bag disse opslag.

Ovenstående betyder, at der er anvendt følgende metoder til at danne et overblik over hæl markedet for stjålne genstande: desk research (litteratur), interviewsamtaler, befolkningsundersøgelser og netnografi. I bilag 1-5 bliver de anvendte metoder beskrevet i detaljer.

1.2 Nærmere om hæleri

Hæleri er kriminaliseret i straffelovens § 290. Hæleri kan i almindeligt sprog beskrives som det at købe, sælge eller på anden måde håndtere genstande, som man ved eller burde vide er stjålet eller erhvervet på ulovlig vis. Derudover omfatter hæleri også at hjælpe med at skjule, transportere, eller opbevare disse stjalne varer. Selvom selve genstanden måske ikke er ulovlig i sig selv, bliver det ulovligt at håndtere den, fordi den stammer fra en kriminel handling.

Hæleri betragtes som 'efterfølgende medvirken' til en lovovertrædelse. En person kan kun dømmes for hæleri hvis personen ikke kan straffes for medvirken til før-forbrydelsen, det vil sige, at før-forbrydelsen er fuldbyrdet. Tyveri er fuldbyrdet når udbyttet er taget (Røn, 2018, s. 218-219).³

Strafferammen for hæleri er bøde eller fængsel op til 1 år og 6 måneder. Når hæleriet har en erhvervsmæssig eller professionel karakter, kan straffen stige til fængsel i op til 6 år (§ 290, stk. 2). Paragraf 290 anvendes, når hæleren er klar over, at en vare stammer fra en forbrydelse. Når en person udviser grov uagtsomhed ved at tilforhandle sig eller på lignende måde modtage ting, der er erhvervet ved en berigelsesforbrydelse, er vedkommende skyldig i uagtsomt hæleri (straffelovens § 303). Strafferammen for uagtsomt hæleri er bøde eller fængsel i op til 6 måneder.

I praksis bliver § 290, stk. 2 (professionelt) eller § 303 (uagtsomt) sjældent brugt af politiet, når en person sigtes for hæleri. Langt de fleste sigtes efter § 290, stk. 1.

I 2001 blev den gamle hæleriparagraf (straffelovens § 284) erstattet med den nuværende § 290. Begrundelsen for denne ændring var et ønske om "at kriminalisere befattning med udbytte fra al kriminalitet" og om "at der kun findes én bred bestemmelse". De eksempler, der nævnes i lovforslaget⁴, og som er omfattet af den nuværende hæleriparagraf, er udbytte af insiderhandel, udbytte af overtrædelse af fiskerilovgivningen, udbytte af lejemord (gorilla-virksomhed), udbytte af menneskesmugling og udbytte af piratkopiering. Hæleriparagraffen omfatter med andre ord ikke kun hæleri af stjalne varer, men også hæleri af penge⁵ og af

³ "Hvis en person tilfældigvis kommer til stede og hjælper gerningspersonen med at transportere det stjalne hjem efter et tyveri, straffes der for hæleri. Er det derimod på forhånd aftalt, at personen skulle komme forbi og hjælpe med at transportere tyvekosterne, straffes der for medvirken til tyveri." (Røn, 2018, s. 219).

⁴ Forslag til Lov om ændring af straffeloven og retsplejeloven (hæleri og anden efterfølgende medvirken samt it-efterforskning) fra d. 21. marts 2001.

⁵ I 2011 blev straffelovens § 290a dog indført som en selvstændig paragraf for hvidvaskning. Dermed er der ikke sagt at udbytte ved § 290 ikke kan være penge. En af interviewrespondenterne giver

information/data. I denne undersøgelse af det danske hælermarked begrænses det imidlertid til hæleri af stjålne varer.

I 2011 blev strafferammen for uagtsomt hæleri (strfl. § 303) skærpet fra ½ år til 1 års fængselsstraf, og i lovteksten til § 290, stk. 2, blev der tilføjet 'eller professionelle' efter 'erhvervs-mæssige'. Hermed blev det præciseret, at § 290, stk. 2, også omfatter hæleri af professionel karakter, herunder hæleri i tilknytning til organiserede hælercentraler, anden mere systematiseret hæleri samt hæleri vedrørende stjålne genstande, som hæleren har 'bestilt' hos en indbrudstyv (Lovforslag nr. L 3, 2010, s. 4).

1.3 Indbrud i beboelse og hælermarked

Der er et link mellem denne undersøgelse og bestræbelserne på at mindske antallet af indbrud i beboelser. Projektet finansieres af TrygFonden, som er en af aktørerne bag initiativet Bo Trygt.⁶ Markedet for stjålne varer er dog meget bredere end blot tyvekoster fra indbrud i beboelser. I en undersøgelse med estimater om omfanget af det danske hælermarked påpeges det, at indbrud i beboelser står for ca. 25 procent af tyvekosterne (Kruize, 2020, s. 7).

I denne forbindelse er det vigtigt at forstå, at hælermarkedet omfatter både nye og brugte varer. Brugte varer finder primært vej til hælermarkedet som følge af forbrydelser mod privatpersoner, mens det fortrinsvis er virksomheder, der udgør den forurettede part i forbindelse med hæleri af nye varer (Kruize, 2016b, s. 9).

Det billede, der skitseres i denne rapport, omfatter alle stjålne varer, både nye og brugte. Dem, der læser denne rapport med henblik på indbrud i beboelser, kan have in mente, at indbrud i beboelser er en 'storleverandør' af stjålne smykker, guld- og sølvvarer. Derudover stammer en del af designvarer samt elektronik fra indbrud i beboelser (Kruize, 2020, s. 57).

At hælerledet er vigtigt for at forstå omfanget af indbrud blev understreget i forbindelse med en undersøgelse af ændringer i antallet af indbrudstyverier under pandemien (Kruize & Kyvsgaard, 2021, 2022). Som forventet, viste undersøgelsen en tydelig nedgang i om-

følgende eksempel: "Hvis du opbevarer 10.000 kroner for en anden på din konto og får 1.000 kroner i hånden, gør du dig skyldig i at overtræde hvidvaskloven med de resterende 9.000 kroner. De 1.000 kroner, du modtager, vil blive sigtet som pengehæleri. Manglende sammenkobling af bedrageriforholdet og denne handling resulterer derfor ikke i sigtelse for medvirken til bedrageri."

⁶ Med indsatsen Bo Trygt ønsker TrygFonden at øge trygheden og nedbringe risikoen for indbrud i samarbejde med Realdania, Bolius og Det Kriminalpræventive Råd (<https://www.tryghed.dk/saadan-stoetter-vi/projekter-og-donationer/bo-trygt>). Om programmets "læringsrejse mod systematisk lederskab" kan læses om i Wendelbo, Dybdal & Milling (2023).

fanget af indbrud i beboelser, hvilket netop kan forklares med en hyppigere tilstedeværelse af beboere som følge af hjemsendelse fra arbejdspladser, skoler og daginstitutioner. Undersøgelsen tydede imidlertid også på, at dette næppe var hele forklaringen. I samme periode og i nogenlunde samme omfang var der nemlig også sket et fald i indbrud i erhvervsbygninger og institutioner. Det var ganske uventet, idet mange virksomheder, forretninger og institutioner havde stået mennesketomme hen under nedlukningen og dermed ikke været beskyttet af den naturlige overvågning, medarbejdere i det daglige normalt udøver.

For at forklare dette uventede resultat konkludere vi, at restriktionerne og nedlukningerne også må have influeret på efterspørgslen af hælervarer og/eller på mulighederne for at afsætte kosterne. Pandemien, der indebar både ændrede livsformer, ændrede samværsformer og ændringer i bylivet, kan have skabt en disruption, der har påvirket hælmarkedet.

1.4 Omfang af hælmarked

Kruize (2020) har beregnet estimater om omfanget af det danske hælmarked.⁷ I året 2019 blev der stjålet for 3,2 mia. kr., (minus dagligvarer produkter). En del heraf er til eget forbrug (0,7 mia. kr.), eksport til udlandet (0,5 mia. kr.). Dermed ender der stjalne varer for ca. 2 mia. kr. på det danske marked. Disse beregninger tager afsæt i omfang af (registreret) ejendomsforbrydelser. Ved 'stjalne' genstande kan langt de fleste forhold kategoriseres som tyveri (strfl. § 276/276a) eller bedrageri (strfl. § 279). Den væsentlige forskel mellem disse to forbrydelser er, at der tages noget uden samtykke (stjålet) eller narres til frivillig afgivelse (snyd). Der kan også være tale om genstande som udbytte ved ulovlig omgang med hittegods (strfl. § 277), underslæb (strfl. § 278), afpresning (strfl. § 281) og røveri (strfl. § 288). Disse kategorier er dog talmæssige forholdsvis små.

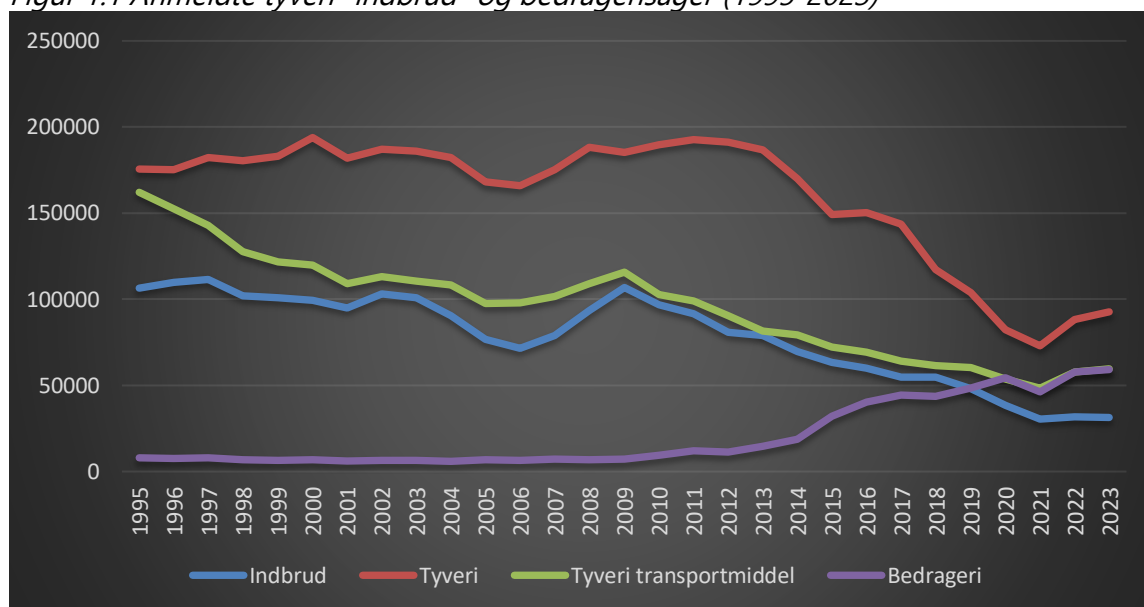
Et blik på politianmeldte tyveri- indbrud- og bedragerisager viser, at antallet af tyveri- og indbrudsanmeldelser er nedadgående gennem de sidste mange år, mens bedragerianmeldelser er derimod stærkt stigende de sidste 10 år. Dette skyldes bedragerier i webshops, internetplatforme, sociale medier, og datingssites (NCIK, 2024).

Om en genstand nu er kommet i besiddelse af en gerningsperson gennem et tyveri eller et bedrageri, er uinteressant for spørgsmålet om hvordan disse koster afsættes. Faktum er dog at udbytte ved bedragerisager hyppigere består af penge end ved tyveri og indbrud. Det er sandsynligt, at flere bedragerier ikke opvejer færre tyverier, for så vidt markedet for stjalne genstande angår. Med andre ord, anmeldelsesstatistikken indikerer, at omfanget af hælmarkedet er faldende (se også Kruize, 2020, s. 5).

⁷ For antagelser bag disse estimater: se Kruize, 2020, s.15-16

Figur 1.1 viser, at der i de seneste to år (2022-2023) er anmeldt flere tyverier i sammenligning med 2021. Det handler for det meste om butikstyverier og cykeltyverier. Tilbagefaldet kan opfattes som en konsekvens af Covid19, men muligvis spiller også andre faktorer en rolle, såsom inflation (butikstyveri) og populariteten af elcykler.

Figur 1.1 Anmeldte tyveri- indbrud- og bedragerisager (1995-2023)



Kilde: Danmarks Statistik

Forsikringsdata peger også på et faldende marked for stjålne varer. I 2012 blev der udbetalt ca. 1.070 mio. kr. i erstatning for indbrud i beboelse, mens dette beløb var på ca. 370 mio. kr. i 2022. Det samme gælder for indbrud i erhverv (ca. 380 mio. kr. i 2012 versus ca. 120 mio. kr. i 2022). Erstatning for cykeltyveri er dog på nogenlunde det samme niveau i 2022 (ca. 210 mio. kr.) i forhold til 2012 (ca. 230 mio. kr.) (Foxman, 2023, s. 18-19).

1.5 Crime script som analyseramme

Crime script-analyse er et værktøj inden for kriminologi, der bruges til at forstå de specifikke trin og handlinger, der udgør en kriminel handling. Ved at nedbryde en forbrydelse i dens enkelte komponenter, såsom forberedelse, gennemførelse, og flugt, kan forskere og myndigheder få en dybere indsigt i de processer og beslutninger, som kriminelle foretager. Dette gør det muligt at identificere sårbare punkter, hvor interventioner kan foretages for at forhindre eller afbryde kriminaliteten (Cornish, 1994).

Ved et indbrud eller tyveri bliver der ikke nødvendigvis stjålet genstande, som ender på hælermarkedet. Der kan også være tale om et forsøg uden udbytte eller om, at udbyttet

består af kontanter. Men selv hvis udbyttet helt eller delvist består af genstande, kan man stadigvæk ikke trække en direkte linje til hæleri, eftersom gerningsmanden også kan anvende udbyttet til eget (for)brug eller, at de stjalne genstande finder med politiets mellemkomst tilbage til ejerne.

Hvilken del af stjalne varer havner på hælermarkedet, er svært at sige, men flere undersøgelser (f.eks. Mheen & Gruter, 2007; Sutton, 2010; NIRAS, 2014) tyder på, at langt de fleste indbrudskoster finder vej til en hæler. Udbyttet anvendes dog også til eget (for)brug ved indbrudstyveri. Ved tyveri af køretøj (cykler, knallerter, biler) er det kendt, at gerningsmanden nogle gange kun benytter det stjalne i et bestemt tidsrum. Derefter finder varen, altså køretøjet, i en eller anden stand tilbage til ejersmanden. Af samme grund anvendes begrebet brugstyveri ofte i forbindelse med tyveri af køretøjer.

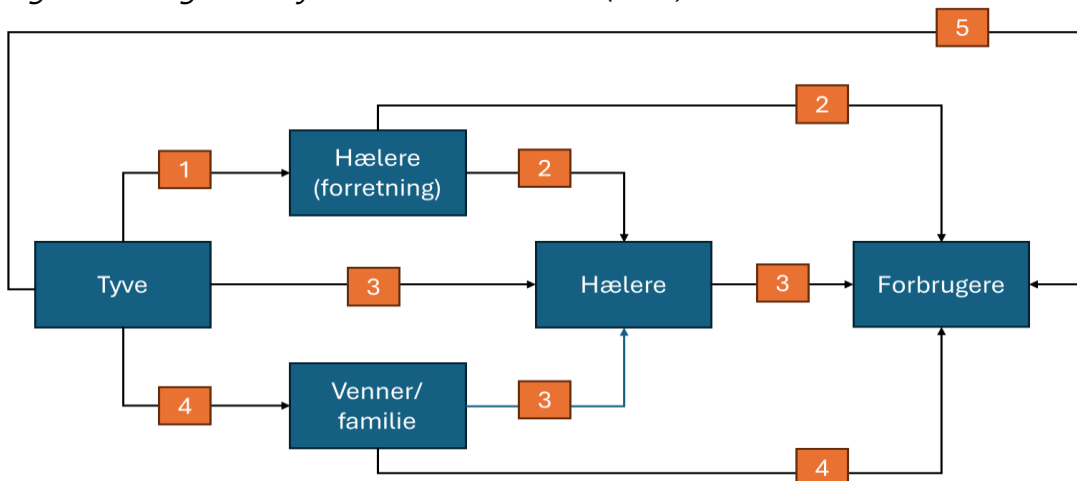
Mange butikstyverier er formentligt også til eget forbrug af gerningspersonen. Der findes dog også mere organiseret former for butikstyveri. Disse varer bliver som udgangspunkt afsat på hælermarkedet.

1.5.1 Aktører

Der findes forskellige modtagere af stjalne varer. Wright & Decker (1984) peger på professionelle hælere, pantelånere, narkosælgere og venner/familie. Freiberg (1997) genkender de samme modtagere, bortset fra, at pantelånere er byttet til forhandlere på loppe- og krammemarkeder. Linteau (2004) og Fass & Francis (2004) finder derimod, at stjalne varer ofte bliver afsat til pantelånere. Det ser ud til, at pantelåners rolle er afhængig af nationen. I USA (Wright & Decker) og Canada (Linteau) er pantelånere formentligt et mere udbredt fænomen end i Australien (Freiberg). I Danmark findes der pantelånere, men det ser ud til, at de ikke spiller en væsentlig rolle i modtagelsen af stjalne varer.

Suttons typologi (1998) med afsæt i resultater fra British Crime Survey, suppleret med interviews med (indbruds)tyve og hælere, er mest kendt. Han beskriver fem veje for afsætning af stjalne varer: (1) commercial fence supplies, (2) commercial sales, (3) residential fence supplies, (4) network sales og (5) hawking. Herunder vises disse fem veje skematisk – på dansk. Det bemærkes, at network sales (salg til venner og bekendte) også sagtens kan være endestationen; at de stjalne ikke bliver videresolgt til (andre) forbrugere. Selvom Sutton har fem kategorier, er der kun fire forskellige aftagere af stjalne varer. Det er uklart hvorfor 'commercial sales' (2) betragtes som en kategori for sig selv.

Figur 1.2 Aftagere af stjålne varer efter Sutton (1998)



Sutton har i 2009 tilføjet en sjette kategori: e-selling. Denne tilføjelse virker dog ikke logisk, da den tilføjer en kategori, der siger noget om, hvor salget finder sted (modstykke til offline-salg), mens de andre kategorier handler om aktører.

Mulighederne og variationerne er således omfattende. En engelsk undersøgelse tyder da også på, at de mest erfarne og produktive hælere anvender forskellige metoder, idet de helst sælger til kendte hælere eller bekendte og undgår at sælge til ukendte (Wright & Decker 1994).

I en dansk kontekst peger NIRAS (2014) på tre aftagere af stjålne varer: (1) organiserede hælere, (2) netværk, forretningsforbindelser, venner og familie og (3) hele befolkningen. Hælerne er organiserede i den forstand, at de køber store partier af tyvekoster, som de efterfølgende sælger videre til kunder i Danmark eller i udlandet. De fleste indbrudstyve beretter at have en fast hælere, som de anvender (NIRAS, 2014, s. 60). Den anden gruppe af aftagere omfatter nære relationer såsom venner og familie, samt indirekte relationer i venners og bekendtes netværk. Men også professionelle aftagere, som guldsmede og møbelpolstrere hører hjem i denne gruppe (NIRAS, 2014, s. 60). Den sidste gruppe er forbrugere, som enten bevidst eller ubevidst køber stjålne varer (NIRAS, 2014, s. 61-62).

Politikredsene har i 2015 udarbejdet en (strategisk) analyse af hæleri, og disse analyser er samlet hos Rigspolitiets daværende Nationale Forebyggelsescenter (NFC). På baggrund af disse identificerer politiet fire afsætningskanaler: (1) direkte salg fra tyv til hælere, (2) legale forretninger, (3) organiserede hælernetværk og (4) udenlandske markeder.

De omtalte studier peger i den samme retning i forhold til aktører ved hæleri af stjålne varer. De optræder dog under forskellige betegnelser. Det er lidt problematisk at bruge ordet

'hæler' for nogle af disse aktører, for de er alle sammen hælere i lovens forstand. I enkelte studier blandes aktører med salgskanaler.

1.5.2 Salgskanaler

Når en tyv vil sælge stjålne varer, kan det ske åbenlyst, det vil sige, at køberen er klar over, at der er tale om stjålne genstande, eller det kan ske skjult. Der er dog også en gråzone, hvor tyven ikke indrømmer at der er tale om stjålne varer, men hvor der er flere signaler der peger i denne retning. Når en hæler vil videresælge en stjålen genstand, så gælder de samme principper, men vi antager, at genstandens status som hælervare, er mere skjult ved videre-salg.

Når det er klart, at der er tale om hælervarer, anvendes andre salgskanaler (uformelle salgskanaler) end når varens oprindelse er skjult (lovlige salgskanaler). En del af hælertilitteraturen stammer fra 1980'erne og 1990'erne. I den tidsalder peges der på offline salgskanaler. Efter årtusindskiftet og dermed internets betydning samt oprindelse af sociale medier, er online salg mere og mere i fokus (Aniello & Caneppele, 2018).

	Offline	Online
Legale salgskanaler (erhverv)	Butik	Webbutik
	Auktion	Internetauktion
	Kræmmermarked	Handelsplatform Sociale media
Uformelle salgskanaler (private)	Loppemarked	Handelsplatform
	Annoncer	Sociale media
	Personligt	

1.5.3 Crime script for hæleri af stjålne varer

Hæleri af penge – hvidvaskning – har været en del af den danske hæleriparagraf i straffeloven (se afsnit 1.2). Der findes adskillige "crime scripts" for hvidvaskning. Ifølge disse scripts findes der tre basale faser i hvidvaskningsprocessen (Hvidvasksekretariatet, 2023, s. 11):

1. Anbringelse: I den første fase anbringes det økonomiske udbytte fra kriminelle aktiviteter i det finansielle system.
2. Sløring: I den anden fase adskilles det ulovlige udbytte fra dets oprindelse gennem forskellige transaktioner for at skjule, hvor det stammer fra.
3. Integrering: I den sidste fase tilbageføres midlerne til gerningspersonen, som dermed har fået sit ulovlige udbytte hvidvasket.

Ved hæleri af stjålne varer kan vi også identificere tre basale faser. Den første fase kalder vi erhvervelse. I et legalt marked vil dette svare til produktionsfasen. Her "produceres" en hæler vare ved at stjele den. Det er vigtigt at bemærke, at det kan dreje sig om både nye varer (typisk stjålet fra virksomheder) og brugte varer (typisk stjålet fra privatpersoner).

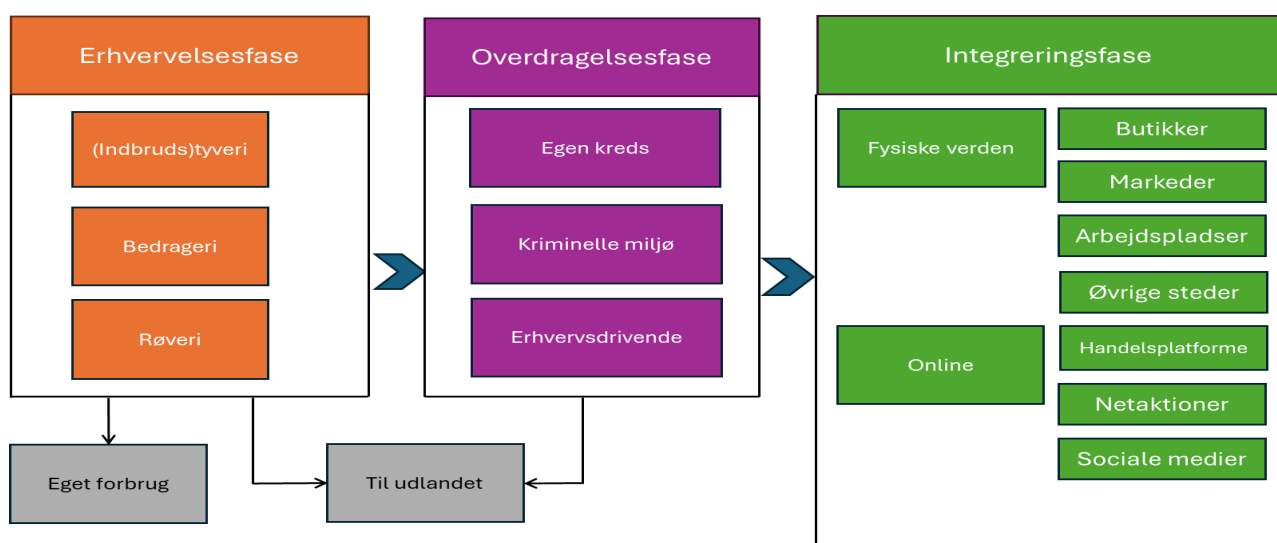
I den anden fase overdrager gerningspersonen sine stjålne varer. Den person, der modtager (eller køber) varen, betragtes som en hæler ifølge loven. Som beskrevet i afsnit 1.5.1 findes der forskellige typer aftagere, som vi kategoriserer som: egen kreds, kriminelle miljøer, og erhvervsdrivende. Når tyven afsætter sine varer, kan han forsøge at sløre, at der er tale om stjålne varer. Vi mener, at i langt de fleste tilfælde er disse aftagere bevidste om, at der er tale om hæler varer.

Tyven kan dog også springe denne fase over ved at sælge varen direkte til slutforbrugeren. I lovens forstand betragtes slutforbrugeren også som en hæler, medmindre personen kan sandsynliggøre, at han/hun handlede i god tro. Flere af vores respondenter mener, at tyven nu til dags oftere springer afsætningsfasen over, da det er blevet nemmere at sælge direkte til forbrugere gennem onlinesalg.

Den tredje fase kalder vi integreringsfasen (inspireret af hvidvaskningsscriptet). Her sælges hæler varer, fysisk eller online, til en slutforbruger. I modsætning til overdragelsesfasen sker dette som regel ved at sløre varens oprindelse.

Det basale crime script indeholder kun ét led mellem tyven og slutforbrugeren. I praksis kan der dog være flere led i processen. Aktører i afsætningsfasen kan handle internt med hinanden. Efter vores vurdering er dette ikke usædvanligt, og det kan medføre, at varens oprindelse bliver mere sløret gennem denne gensidige handel.

Figur 1.4 Basalt crime script for hæleri af stjålne varer



1.6 Til udlandet

Figur 1.4 indeholder også en boks med betegnelsen 'til udlandet'. Dette kan involvere enten tyven selv eller dets netværk, der transporterer stjålne varer ud af landet, men det er også muligt, at en køber (i overdragelsesfasen) sælger varen videre til udlandet. I denne rapport ligger fokus på det danske hælmarked, men vi vil her knytte enkelte bemærkninger til hælvarer, der forsvinder til udenlandske markeder.

Vi kender ikke det præcise omfang af hælvarer, der ender i udlandet, men flere kilder peger på, at det er en substantiel del. Kruize (2020) har set på andelen af etniske danskere i sigtelsesstatistikken og på andelen af udlændinge uden fast bopæl i Danmark. Med afsæt i disse tal lyder estimatet, at ca. 20 procent af hælvarerne ender i udlandet.

I interviews med efterforskere bliver der også lavet en kobling mellem omrejsende kriminelle grupper (OKG) og fragtning af hælvarer til udlandet. Hvor stor andelen af OKG er inden for (indbrud)styveri, er svært at fastslå på grund af den lave opklaringsprocent. Efterforskere – især dem, der arbejder i udlændingekontrolafdelingerne (UKA) – skønner dog, at det er højere end 20 procent. Dette kan dog ikke dokumenteres, og derfor er vi tilbøjelige til at holde fast i sigtelsesandelen.⁸

Efterforskere peger også på, at der kan være en forbindelse mellem OKG og arbejdsmigranter. En del af de stjålne genstande afsættes til arbejdsmigranter og fragtes derfor ikke ud af landet. En af interviewrespondenterne beskriver det således:

En del af tyvekosterne bliver fragtet til udlandet. Der er også en del, som bliver solgt i deres egne miljøer, hvor vi har observeret, at rumænere betjener sig selv eller deres landsmænd lokalt. Vi har set, at varerne bliver sendt ud med pakker, og nogle gange sker begge dele samtidigt. Vi har også set, at tyvekoster ender i kiosker eller lokale supermarkeder.

Når tyvekoster transporteres ud af Danmark, bruges der typisk egne kassevogne, fragtmænd eller pakkepost. Toldvæsenet kommer først i spil, når der er tale om eksport til lande uden for EU.⁹

⁸ "Der er adskillige grunde til, at turisternes andel i den opklarede kriminalitet formentlig ikke er repræsentativ for al anmeldt kriminalitet. På den ene side bliver bestemte udlændinge hyppigere kontrolleret af politiet (etnisk profilering) og sigtet på et løsere grundlag end danskere (se f.eks. Holmberg & Kyvsgaard, 2003). På den anden side er kriminelle turister sikkert ofte mere mobile og indgår ikke i politiets kendskab til nærmiljøet." (Kruize, 2016a, s. 10).

⁹ <https://toldst.dk/erhverv/eksport/kom-i-gang-med-at-eksportere> (senest besøgt den 15. november 2024).

I interviews med erhvervsdrivende bliver salg til udlandet også nævnt. Her handler det principielt om salg af lovlige nye og brugte genstande, men det kan ikke udelukkes, at stjålne varer på den måde (ubevidst) ender i udenlandske hænder. Selvom det er kendt, at dansk design er eftertragtet i England, USA og flere steder i Asien, er der også erhvervsdrivende, der oplever, at deres eksport til Asien er gået i stå. En af interviewrespondenterne siger:

Hoveddelen af mit salg på eBay har været til Østen: Sydkorea, Taiwan, Kina og Japan. De er interesserede i små ting, jeg kan sende, f.eks. porcelæn, Royal Copenhagen, Bing & Grøndahl og Bjørn Wiinblad. Men efter COVID-19 køber de slet ikke noget længere. Jeg har talt med en kollega, og han oplever det samme.

2 Erhvervelsesfase

I den første fase af hæleriprocessen erhverves hælervarer. Det sker ved, at en person stjæler en genstand med henblik på at sælge den videre. På den måde kan tyvekoster betegnes som hælervarer.

I kapitalistiske markeder er udbud og efterspørgsel centrale mekanismer, der styrer økonomisk aktivitet. Gennem interaktionen mellem producenter og forbrugere dannes priser og mængder på en måde, der afspejler markedets behov og ressourcer (Mankiw, 2014). Der er tegn på, at hælemarkedet fungerer delvist efter de samme principper. I en dansk interviewundersøgelse med indbrudstyve påpeges det, at de "agerer på et marked, hvor udbud og efterspørgsel dikterer, hvilke varer der er attraktive" (Øllgaard, 2022). Det er dog kun én del af historien. Undersøgelsen giver også indtrykket af, at valget af tyvekoster hænger sammen med, hvilken type hælemarked tyven har adgang til.

Sutton (2014) har undersøgt, om det er efterspørgslen efter varer, der påvirker omfanget af tyverier, eller om det er tyvens behov for midler, der gør det. Hans forskning tyder på, at begge dele har betydning. Almene økonomiske og samfundsmæssige fluktuationer, herunder ikke mindst omfanget af arbejdsløshed, kan også påvirke interessen for at købe stjålne varer. Ligeledes kan udviklingen og spredningen af dyre og eftertragtede forbrugsgoder have en betydning.

Anden forskning peger på, hvordan forhold, der påvirker en vares attraktivitet for hæleren, influerer omfanget af tyverier af denne vare. Dette er blandt andet demonstreret i to undersøgelser. Den første undersøgelse viste, at der var færre tyverier af en ellers attraktiv ny mobilmodel, fordi telefonen var bedre sikret og lettere kunne spores (Shaw et al., 2015). Den anden undersøgelse gav et indblik i sammenhængen mellem priser på kobber og omfanget af tyveri af kobber (Sidebottom et al., 2011; se også D'Este, 2014; Jönsson, 2015; Fitzgerald & Pyonton, 2011; Quinn et al., 2021).

Efterforskere påpeger, at ikke alle indbrudstyve har samme behov og muligheder. For at stjæle f.eks. designmøbler kræver det, at tyven ved, hvor disse møbler (muligvis) findes, at der arrangeres en varebil til transport, og at tyven har et netværk til at afsætte møblerne. Langt fra alle indbrudstyve kan klare en sådan opgave. I den anden ende af spektret findes en indbrudstyv, der kan være tilfreds med en let omsættelig vare, som indbringer et par hundrede kroner.

I realiteten findes der ikke ét hælermarked, men flere markeder. Ligesom der findes specialbutikker, er hælermarkedet også opdelt. En af de interviewede indbrudstyve påpeger, at han har en aftale med en guldsmed.

Senere lavede vi en aftale med en guldsmed. Han fik det billigere, hvis han ikke udleverede vores navne (...) Der er mange guldsmede, der gør det. Jeg kender andre, der har gjort det (NIRAS, 2014, s. 60).

Dette kan tyde på, at nogle indbrudstyve går efter bestemte varer, men det kan også være et udtryk for, at en aktiv tyv har brug for flere muligheder for at afsætte sine tyvekoster. I samme undersøgelse peger en interviewrespondent i denne retning:

Vi har som regel haft 3-4 hælere, der nok skulle afsætte det. Det var faste hælere. Der har også været private, vi har solgt til. Det var venners venner (NIRAS, 2014, s. 60).

Indbrudstyve interviewede af Snippe et al. (2014, s. 58) kommer med lignende udsagn:

For at afsætte kosterne problemfrit har indbrudstyve flere hælere. I gennemsnit siger de, at de har tre til fem hælere. At de har flere hælere, har udover tilgængeligheden også at gøre med, at mange hælere specialiserer sig i én varekategori. (...) Hælerne betaler ifølge indbrudstyvene også mere for de varer, de har specialiseret sig i, end andre hælere, der ikke gør (min oversættelse).

Konklusionen må være, at der findes forskellige indbrudstyve, som afsætter deres koster til en hæler efter behov – og det kan sagtens være til flere forskellige hælere. I dette kapitel ser vi nærmere på tyvekoster som hælervarer.

2.1 Indbrud i hjemmet

Det er ikke overraskende, at indbrudstyve anser kontanter som det mest attraktive udbytte. Fremmed valuta skal dog veksles til danske kroner, hvilket kan indebære en vis risiko. Ved valget af tyvekoster spiller to aspekter en rolle: hvor nemt varen kan sælges, og hvad risikoen er. Risikoen består både i at stjæle varen (komme væk fra gerningsstedet)¹⁰ og i at sælge den (risikoen for at blive meldt til politiet).

¹⁰ I en irsk undersøgelse ses der på, hvorvidt åbning af nye tilkørselsveje til motorveje, influerer på omfanget af indbrud og andre former for kriminalitet. Undersøgelsen, viser, at indbrud stiger lokalt med 10 procent i det år, der åbnes en ny adgang til en nærliggende motorvej. Andre former for kriminalitet er ikke steget. Der konkluderes, at stigningen i omfanget af indbrud beror på, at muligheden for at anvende en motorvej som flugtvej gør det muligt hurtigt at komme væk fra et gerningssted og få transporteret stjalne varer til fjernereliggende destinationer (Agnew, 2020).

Ved indbrud i private hjem topper smykker og elektronik listen over attraktive tyvekoster ifølge både danske og internationale undersøgelser (Johnson et al., 1993; Clarke, 1999; Kruize, 2020). Snippe et al. (2014, s. 49) påpeger, at størstedelen af de interviewede indbrudstyve har en stærk præference for smykker. Opdagelsesrisikoen er meget begrænset, hvis man kender nogen, der kan smelte smykkerne om, da de efter omsmelting ikke kan spores. Smykker er ofte små og håndterbare og dermed nemme at transportere ubemærket. Derudover har smykker en høj værdi i forhold til deres størrelse. De få indbrudstyve, der ikke er interesserede i smykker, mangler en hæler i deres netværk til at købe dem.

Elektronik har på mange måder de samme fordele som smykker: det er nemt at afsætte, nemt at transportere og har en relativt høj værdi. Dette gælder dog kun for bestemt elektronik såsom bærbare computere, tablets, og smartphones. Ifølge Snippe et al. (2014, s. 53) er større apparater som fladskærme og stationære computere ikke længere i høj kurs blandt indbrudstyve. Det samme har vi hørt i vores interviews med efterforskere. En ulempe ved elektronik er, at mange apparater i dag kan spores. Allerede i 2014 var dette en udfordring, påpeger Snippe et al. (2014, s. 54). Hermed er der en risiko for, at tyven kan spores af politiet, hvilket også mindsker efterspørgslen. Det er dog værd at bemærke, at det ofte er den perceivede risiko, snarere end den faktiske, der er afgørende. En smutvej til at afsætte stjålet elektronik er, ifølge Snippe et al. (2014, s. 55), at eksportere det til udlandet. En af deres respondenter siger:

Du slukker for alt udstyret og tænder det først igen, når det er i Marokko. Så kan folk spore det, men politiet gør ikke noget ved det (min oversættelse).

Denne udtalelse stemmer overens med en historie, vi for nylig hørte fra en person, der har været udsat for indbrud i sit hjem i København. Hendes bærbare computer blev stjålet, og efter et stykke tid blev hun kontaktet af en mand fra et afrikansk land, som spurgte, om hun kunne sende sine adgangskoder. I den efterfølgende mailkontakt forklarede hun, at computeren var stjålet i Danmark, og glædeligt nok sendte manden computeren retur til hende.

I en nyere dansk undersøgelse (Øllgaard, 2022, s. 22) nævner indbrudstyve, at de er mindre interesserede i elektronik, da det er svært at afsætte. De danske indbrudstyve peger også, i modsætning til de internationale studier, på designmøbler som en eftertragtet vare. Vi vurderer dog, at der kan være en skævvridning i denne undersøgelse på grund af en specifik type respondenter, og at ikke alle indbrudstyve i virkeligheden går efter designmøbler. Det er heller ikke opfattelsen blandt de efterforskere, vi har interviewet. De påpeger desuden, at der, i hvert fald i Nordsjælland, er færre designmøbelindbrud.

Det er faldet meget. Tidligere blev en stor del af designindbruddene begået af personer tilknyttet rocker- eller bandemiljøet, men det ser vi næsten ikke mere. Dem, der stjæler designmøbler nu, er de sædvanlige indbrudstyve. Før i tiden var der mange indbrud, hvor man

målrettet kom, slog til, knuste ruden, gik ind, greb en Svanestol og forsvandt igen. Det ser jeg virkelig ikke meget af længere.

Snippe et al. (2014, s. 55-56) peger på, at en del indbrudstyre også er interesserede i værktøj som udbytte, men kun hvis de ved, hvordan de kan afsætte det. Værktøj findes for det meste i garager eller skure. I Danmark betragtes et indbrud i en garage eller et skur ikke som "indbrud i beboelse" men som "indbrud i ubeboede bebyggelser". Ifølge vores interviewrespondenter får tyve i Danmark typisk fat i værktøj gennem indbrud i håndværkerbiler. Nedenstående udtalelse stammer fra en politirespondent:

Vi har lige lavet en video om tyverier fra håndværkerbiler, som er blevet lagt ud på stopindbrud.dk. Vi ser i gennemsnit syv indbrud i håndværkerbiler hver eneste dag i Østdanmark hele året rundt. Vi ved fra tidligere analyser, at der i gennemsnit stjæles for cirka 70.000 kr. fra sådan en håndværkerbil. Derudover påvirker det også arbejdstiden, hvor håndværkere ikke kan køre ud og udføre arbejde eller deltage i byggeprojekter. Der er også skader på køretøjerne, som skal betales, samt forsikringsomkostninger. Der er altså mange konsekvenser af disse tyverier.

2.2 Det brede marked

Hvis vi ikke kun ser på tyvekoster, der stammer fra indbrud i hjemmet, tegner der sig et lidt anderledes billede af populære hælervarer. Stoele (2007, s. 126-130) opdeler populære hælervarer i to kategorier: luksusvarer og almen-/dagligvarer.¹¹

Luksusvarer

Når der kommer nye produkter på markedet, bliver de 'automatisk' en del af hælermarkedet. Mange tyvekoster er populære, fordi de er nemme at transportere (ikke for store), er dyre og attraktive, og fordi de ikke let kan spores tilbage til den oprindelige ejer. Attraktive varer er bærbare computere, småelektronik, lydudstyr, computerspil, (falske) parfumer, alkohol, mærketøj, sko, briller, og smykker. Der er også ofte et marked for kunst, (dyrt) værktøj, hårde hvidevarer, og møbler. Tøj og sko er især interessante, hvis de er af et populært mærke som Nike, Burberry, Replay og lignende. Eksklusivitet spiller en vigtig rolle, når det kommer til tøj.

Almen-/dagligvarer

Disse produkter stammer for det meste fra butikstyveri. Det er forbrugerprodukter, som er relativt dyre, ofte anvendte og dermed efterspurgt. Eksempler, der nævnes, er: skeer, sokker, pander, spil, dynebetræk, telefonkort, vaskeskind, barbergrej, makeup og batterier. Det

¹¹ Denne undersøgelse er fra Holland og blev udført i 2007. Det er dermed ikke sikkert, at disse produkter også er attraktive i dagens Danmark, men det vurderer vi ud fra de kilder, vi har talt med (se bilag 3).

er vigtigt, at produktet kan stjæles relativt nemt og i store mængder. Det er dog en forudsætning, at der er tale om 'gode mærker'. Det samme gælder for fødevarer som ost, søde midler, kaffe, og kød, samt cigaretter.

2.3 CRAVED

Ifølge Clarke (1999) karakteriseres eftertragtede tyvekoster ved at være "CRAVED." Dette akronym står for: Concealable, Removable, Available, Valuable, Enjoyable, and Disposable. En tilnærmet dansk oversættelse kunne lyde således: skjulbar, transporterbar, tilgængelig, værdifuld, efterspurgt og omsættelig. "Enjoyable" kan også forstås som rar eller behagelig, men denne tolkning er mere relevant, når den stjalne vare er til eget forbrug (f.eks. madvarer eller alkohol).

Snippe et al. (2014) har kigget på fordele og ulemper ved tre populære tyvekoster – smykker, elektronik og værktøj – fra indbrudstyvens perspektiv (se tabel 2.1). Her genfindes mere eller mindre de samme begreber som i "CRAVED," herunder værdi, transport, og efterspørgsel. En af overvejelserne er også opdagelsesrisikoen, som svarer til skjulbarhed. Rationalet er, at en indbrudstyv kan slippe væk fra gerningsstedet uden at tiltrække sig opmærksomhed. En af respondenterne udtrykker det således: "Hvis jeg går ned ad gaden med et fjernsyn, vil hver betjent i Groningen, jeg møder, stoppe mig. Hvis jeg har smykker med mig, er det ikke mærkbart" (Snippe et al., 2014, s. 50, min oversættelse).

	Fordele	Ulempe
Smykker	. Høj værdi . Mindre omfang (nem at transportere) . Nemt af afsætte (bl.a. ved guld-smede) . Lille opdagelsesrisiko	. Affektionsværdi for offeret . Ofte opbevaring i offerets soveværelse (tæt på, hvis de er hjemme)
Elektronik	. Høj værdi . Stor efterspørgsel, specielt smartphones, tablets og bærbare . Nemt at afsætte (bl.a. hos marskandiser)	. Aktuelle prisfald . Bestemt elektronik (TV, desktop) er store og svært transporterbare . Tracking software i smartphones, tablets og bærbare
Værktøj	. Bestemt værktøj har en høj værdi . Risiko for anholdelse på fersk gerning er lille (opbevares ofte dårligt sikret) . Stor efterspørgsel af brugt værktøj	. Aktuelle prisfald . Sværere at afsætte (marskandiser, privatpersoner) . Opdagelsesrisiko lige efter indbrud er større, fordi værktøj er stort og tungt og dermed svært at skjule

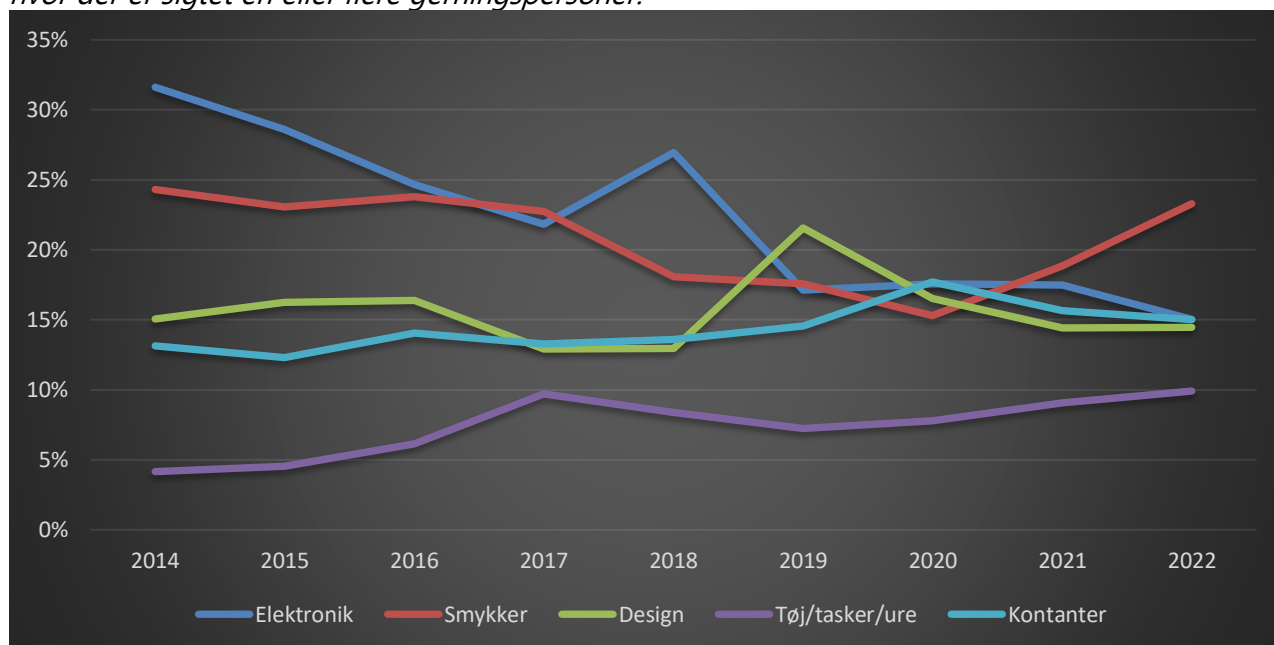
Kilde: Snippe et al. (2014, Tabel 3.1, s. 58); min oversættelse

2.4 Ændringer over tid

Som beskrevet i afsnit 1.5 har kriminalitetsbilledet ændret sig med tiden: færre (indbruds)tyverier og flere bedragerier. De sidste par år ses dog igen en stigning af tyverier, hvilket kan tilskrives cykel- og butikstyverier.¹² Det hænger formentligt sammen med en stigende efterspørgsel på elcykler og dagligvarer. Der er bred opbakning til idéen om, at den stigende interesse for dagligvarer skyldes den usædvanligt høje inflation efter Covid-19-krisen.¹³

Antallet af indbrud er ikke kun faldende; vi kan også konstatere en ændring i indbrudstyvenes kostervalg. For at få et indblik heri anvendes Polsas-data.

Figur 2.1 Udviklingen af de fem mest populære koster ved indbrud i beboelse (2014-2022) i sager, hvor der er sigtet en eller flere gerningspersoner.



Kilde: Polsas-data¹⁴

¹² Når vi ser på perioden 2014-2023, er 2021 året med færrest anmeldelser for både butiks- og cykeltyverier: 15.804 butikstyverier og 37.437 cykeltyverier. I 2022 og 2023 stiger antallet af disse tyverier. I 2023 er der anmeldt 25.175 butikstyverier og 48.305 cykeltyverier (kilde: Danmarks Statistik).

¹³ Se f.eks. <https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/oekonomi/prisindeks/forbrugerprisindeks> (senest besøgt den 31. oktober 2024).

¹⁴ Figuren viser, hvor ofte (i procent) varekategorien er en del af kostervalget, som er registreret i Polsas-søgenøgler. Ved et indbrud kan flere varetyper registreres. I perioden 2014-2022 er der noteret 17.055 kostervalg, som stammer fra 9.437 indbrud i beboelse med en eller flere gerningspersoner som sigtede.

Det bemærkes, at Figur 2.1 er baseret på det kostervalg, som er indtastet i de såkaldte søgenøgler i Polsas. Det er ikke obligatorisk at udfylde disse søgenøgler, og vi må antage, at der derfor er en vis overrepræsentation af koster, som er i politiets fokus. Dette gælder formentlig kategorien design. I denne opgørelse står design for ca. 15 procent af kosterne. Vi må dog antage, at fordelingen over kategorierne gennem årene afspejler ændringer i præferencer hos indbrudstyve, og at disse præferencer hænger sammen med, om varerne skal afsættes på hælmarkedet. En anden begrænsning ved Polsas-dataene er, at de kun omhandler sager, hvor der er sigtet en eller flere gerningspersoner.¹⁵

Den mest iøjnefaldende tendens er den faldende interesse for elektronik. Denne tendens stemmer overens med det, efterforskere oplever. Som forklaring peges der oftest på faldende priser på elektronik, men andre faktorer kan også spille en rolle. I en dansk interviewundersøgelse med indbrudstyve (NIRAS, 2014, s. 59) bemærkes det, at fladskærme og computere tidligere var i høj kurs, men at disse varer ikke længere er attraktive på grund af faldende nypriser. NIRAS' undersøgelse er fra 2014, men Figur 2.1 viser, at denne tendens fortsætter, selvom der stadig findes attraktive elektroniske apparater som mobiltelefoner. Shaw et al. (2015) påpeger, at mobiltelefoner er blevet bedre sikret og lettere kan spores.

En australsk undersøgelse, baseret på syv spørgeskemaundersøgelser blandt anholdte narkomaner i perioden 2002-2017 (Clare et al., 2022), undersøger mulige ændringer i typen af kriminalitet, narkomaner begår, og i de varer, de stjæler. Undersøgelsen viser, at narkomanerne i mindre grad stjæler elektroniske varer og i højere grad dyrt tøj og mad til eget forbrug. Disse varer stjæles primært i butikker, hvilket også afspejles i en stigning af butikstyverier og et fald af indbrudstyverier i samme periode. Ændringen i varetyper kan hænge sammen med, at priserne på elektroniske varer er faldet, mens priserne på fødevarer mv. er steget i den undersøgte periode (ibid.). Faldet i indbrudskriminalitet menes desuden at hænge sammen med, at kontanter i faldende grad er et udbytte ved indbrud (ibid.).

Polsas-data om kostervalg ved indbrud i beboelse peger dog ikke på, at kontanter i faldende grad er et udbytte. Det faktum, at penge indgår i udbyttet i ca. 15 procent af tilfældene jf. Figur 2.1, siger dog ikke noget om størrelsen på beløbet. Det kan tænkes, at de fleste

¹⁵ Kruize og Kyvsgaard (2021, s. 44) præsenterer en opgørelse af kostervalget ved anmeldte indbrud i beboelse baseret på Polsas-søgenøgler for perioden marts 2018 til marts 2021. Her er kategorien smykker størst, efterfulgt af kontanter og elektronik. Design er mindre hyppigt repræsenteret end i Figur 2.1 (kostervalget blandt sigtede indbrudstyve). Dette skyldes muligvis, at designindbrud hyppigere opklares. Det virker sandsynligt, da værdien af disse tyvekoster er højere, hvilket muligvis betyder, at de prioriteres højere efterforskningsmæssigt.

mennesker har færre kontanter i hjemmet sammenlignet med tidligere på grund af stigende brug af betalingskort til indkøb.¹⁶

I NIRAS' undersøgelse (2014, s. 59) påpeges det, at særlige mærkevarer er let omsættelige og dermed eftertragtede tyvekoster. En af deres respondenter udtrykker det således:

Jeg har kigget på nettet, for at se hvilke ting, der mangler. (...) Jeg ved, hvad der er efterspørgsel på. Det er altid de samme ting. Dansk design. Arne Jacobsen, Wegner, Kay Bojesen. Det er meget moderne og nemt omsætteligt. Magasin og Illum, alle de der ting.

Under kategorien design i Polsas' søgenøgler er det muligt at angive, hvilken type design der er tale om, dvs. hvilke anerkendte designere. Lamper, stole, borde, sofaer o.lign. designet af Poul Henningsen, Arne Jacobsen og Hans Wegner er klart de mest eftertragtede designermøbler eller måske dem, der findes mest i privathjem. Poul Henningsen-møbler står for 38 procent af de registrerede designkoster, Arne Jacobsen-møbler for 19 procent, og Hans Wegner for 11 procent

Efterforskere peger på en stigende interesse i designtasker og dyre ure som tyvekoster. Der har været adskillige sager, hvor kendte danskere har været udsat for netop tyveri af disse genstande.¹⁷

2.5 Omsætningshastighed og prisniveau

At ligge inde med tyvekoster kan være risikabelt, og omsætningshastigheden anses derfor ofte som værende essentiel. Engelsk forskning peger på, at de mest produktive tyve sælger de stjalne varer inden for en halv time, hvilket kan tyde på, at der i et vist omfang er tale om bestillingsarbejde (Sutton, 2014). Sutton mener ligefrem, at muligheden for hurtigt at kunne omsætte en bestemt type genstand er den vigtigste faktor ved vurdering af genstandens værdi som hælervare. I en dansk undersøgelse blandt unge med indvandrerbaggrund angiver de unge indbrudstyve dog, at det kan tage op til flere dage at få afsat de stjalne varer, og at afsætningshastigheden afhænger af, "hvor stædig du er med din pris" (Kalkan, 2021, s. 668). "Der er tre slags kunder, der er luksuskunder, og så er det der medium, og så er der junkiepris" (ibid. s. 663). Luksuskunden søger luksusvarer og er indstillet på at give en god pris, mens 'junkiepris', som ordet antyder, indebærer en ringe betaling for den stjalne vare.

¹⁶ Se f.eks. <https://www.nationalbanken.dk/da/viden-og-nyheder/publikationer-og-taler/analyse/2023/kontanters-rolle-i-et-samfund-med-lavt-brug-af-kontanter> (senest besøgt den 31. oktober 2024).

¹⁷ Se f.eks.: <https://www.seoghoer.dk/kendte/caroline-fleming-har-haft-indbrud-stjal-ogsaa-fra-kasper-dolberg>. (senest besøgt d. 21. oktober 2024)

Samme person angiver, at prisen på varen er bedre, når der sælges til 'kunder' frem for til forretninger i nærområdet.

Indbrudstyve i NIRAS' undersøgelse (2014, s. 60) beretter også om hurtig afsætning af tyvekoster ved at køre direkte hen til hæleren. Der er dog også indbrudstyve, som opbevarer varerne derhjemme, indtil hæleren kommer for at se på udbuddet. Når indbrudstyve sælger direkte til slutkøberen, kan det tage længere tid. Dog er tempoet også her afgørende ifølge Øllgaard (2022, s. 32), og de går ned i pris, hvis de ikke hurtigt kan komme af med varerne.

2.6 Tips og bestillingsarbejde

Rovers (2007, s. 88) påpeger, at der er en sammenhæng mellem skalaen af hæleriaktiviteter og forudgående aftaler. Han præsenterer følgende oversigt (min oversættelse):

Mindre skala	Større skala
Få led fra tyveri til forbrugere	Flere led fra tyveri til forbrugere
Lokale og uformelle salgskanaler	Globale og formelle salgskanaler
Udbudsdrevet marked	Efterspørgselsdrevet marked
Hælere som generalister	Hælere som specialister
Lidt afskærmning	Mere afskærmning

Han uddyber ved at påpege, at det er klart, at det der i sidste ende styrer markedet, er efterspørgslen af varer. Dette gælder også for hælermarkeder, der kaldes udbudsdrevne. Dog kan måden, hvorpå udbud og efterspørgsel mødes variere. I nogle tilfælde tilbyder tyve koster i forventning om, at der er efterspørgsel efter disse varer. Dette er særligt udbredt på lokale hælermarkeder. I andre tilfælde leverer tyve til deres hælere efter behov, hvilket kaldes efterspørgselsdrevet hæleri.

Ifølge Van de Mheen & Gruter (2007) forekommer bestillingsarbejde, især når det drejer sig om luksusvarer, der derefter videresælges via lokale hælere. I forbindelse med bestillingsarbejde kan informanter spille en central rolle – det vil sige personer, der gennem deres arbejde har adgang til oplysninger, som gør det lettere at tilegne sig varer. Dette kan omfatte lastbilchauffører, havnearbejdere, lufthavnsansatte, vinduespuddere, postbude, tagdækkere og medarbejdere i sikkerhedsfirmaer.

Sutton (2014, s. 4.) påpeger, at "research suggests that stealing to order is not as common as stealing to offer. And thieves' knowledge of the "standing demand" for particular types of stolen goods influences the types of goods that are stolen, which can lead to crime waves when thieves target particularly hot products".

NIRAS (2014, s. 60-61) beskriver, at de mere erfarne indbrudstyve er i løbende kontakt med hælere og det, de kalder "direkte købere" (som vi betegner som forbrugere). Dette kan føre til, at en indbrudstyv får et tip om en bestemt bolig med interessante værdigenstande. Af de 20 respondenter giver 15 udtryk for, at det sker ved, at de får et tip. Omtrent det samme antal (16) siger, at de laver bestillingsarbejde. Spørgsmålet om, hvordan indbruddene fordeles sig procentvis over tip, bestilling, eller andre indbrud, er svaret, at tip og bestilling hver især står for ca. 15 procent af indbruddene. Det vil sige, at i ca. 70 procent af tilfældene er der ikke en forudgående aftale mellem tyv og hæler.

3 Overdragelsesfase

I den anden fase af hæleriprocessen sælger – overdrager – en (indbruds)tyv sine stjålne genstande. Det kan ske direkte til slutforbrugeren, men også til en person, som køber det med henblik på at sælge det videre. Idéen med overdragelsesfasen er, at den kriminelle herkomst af varen udviskes og at produktet kan sælges til markedspris på det regulære marked. I afsnit 3.1 beskrives hvordan stjålne varers herkomst kan sløres.

Det er umuligt at sætte tal på omfanget af direkte salg til slutforbrugeren versus salg til mellempersoner. Formodningen er dog, at direkte salg vinder frem. Dette stemmer godt overens med at flere producenter på det lovlige marked sælger direkte til deres kunder gennem deres egne webshop, online salgsplatforme eller online auktioner.¹⁸ Vi ser nærmere på direkte salg i afsnit 3.2.

Herkomsten sløres dog ikke altid. Det gælder f.eks. for stjålne varer, der bliver solgt i lukkede Facebookgrupper og på sociale medier som Telegram og Snapchat. Vi vover at påstå, at alle der køber i bestemte grupper, er klare over, at de køber stjålne varer. Et første indblik i denne verden beskrives i afsnit 3.3.

Når der er et eller flere led mellem tyv og slutforbruger, peges der på forskellige slags mellemled. I afsnit 1.5.1 er allerede nævnt, at der findes flere typologier. Fælles for alle typologier er dog, at erhvervsdrivende anses som en af aftagerne af stjålne varer. Kendetegnet af erhvervsdrivende er, at de har en legal forretning og er villige til at modtage stjålne varer uden at stille spørgsmål. Vi kommer nærmere inden på denne gruppe i afsnit 3.4.

Den anden gruppe af mellemhandlere er mere diffuse. Sutton (1998) skelner mellem salg til tyvernes eget netværk versus salg til en hæler. NFC (2015) betegner det som organiseret hælernetværk. NIRAS (2014) taler om venner og familie versus hælere. Snippe et al. (2014) håndterer en tredeling: hobbyister, familie og (større) hælere. Van de Mheen & Gruter (2007) taler om individuelle hælere og kriminelle grupperinger. Vi håndterer en todeling: egen kreds og kriminelle miljø. Disse grupper omtales i afsnit 3.5 og 3.6.

¹⁸ Se f.eks. <https://www.danskindustri.dk/vi-radgiver-dig/ecommerce/nyhedsarkiv/nyheder/2024/09/nye-tal-viser-at-flere-danske-virksomheder-end-nogensinde-salger-online/> (senest besøgt den 12. november 2024).

3.1 Sløring af genstandens herkomst

At sløre, når der er tale om stjålne varer, har to klare fordele for sælgeren. For det første mindsker det risikoen for at blive opdaget og mulig strafforfølgelse. For det andet stiger genstandens værdi på markedet. Alle, der er parat til at købe en genstand, der er åbenlyst stjålet, vil kræve en rabat til købsprisen. Ulempen af sløring kan være, at det er tidskrævende eller at de kræver en vis faglighed.

Ifølge Lewis (2006) er der ofte tale om en proces i tre trin i tilfælde af butiksvare (retail crime). Disse tre trin af Lewis beskrives i Sutton (2014, s. 3) således:

The thief sells to a level-1 fence (often a storeowner such as a pawnbroker or jeweler), who then sells the goods in his store or else sells them to another fence. Level-2 fence buys from a level-1 fence and then often cleans up and/or repackages the goods to make it look as though they came legitimately from the manufacturer. These are very clandestine operations that are perhaps most likely to be found by police officers working back from an investigation of a level-3 fence operation. A level-3 fence takes repackaged goods from a level-2 wholesale fence and diverts them to retailers. At times, major retailers find themselves innocently purchasing the very goods that were stolen from them. Level-3 fences have been known to sell perfume, cosmetics, razor blades, and shoplifted designer goods in this way.

Rovers (2007, s. 68) taler om produkternes attraktivitet, hvis identiteten kan ændres. Det gælder f.eks. for dagligvarer, der pakkes om, og dermed ikke længere kan spores tilbage til den oprindelige ejer. Det samme gælder maskiner, hvor identificerbare dele udskiftes, metal, der smeltes om, og træ, hvor den identificerbare del skæres af.

Et eksempel af hvordan sløring kan foregå i praksis kan læses i en artikel med afsæt i en pressemeddelelse af Fyns politi, som omtaler en mand fra Odense, der er idømt et år og ni måneders fængsel for omfattende salg og besiddelse af stjålne cykler, primært dyre elcykler.¹⁹

De mange cykler blev videresolgt via dba.dk til borgere, der handlede i god tro. Det lykkedes nemlig for den dømte at ændre på stelnumrene, så de ved opslag i politiets cykelregister ikke var meldt stjålet og derfor fremstod lovlige over for køberne. Den dømte havde mange cykler på lager og formåede at overbevise køberne om, at der var reklamationsret på cyklerne, og at han i det hele taget drev en fuldt legal forretning. Langt de fleste af køberne fik sågar en kvittering på deres køb, som også fremstod legitim med underskrift, stelnummer og så videre.

¹⁹ <https://www.tv2fyn.dk/odense/stjaalne-cykler-i-massevis-40-aarig-smidt-i-faengsel-for-groft-haeleri-og-dokumentfalsk> (senest besøgt den 22. november 2024).

Anklageren citeres for, at det er hendes opfattelse, at det har været så godt som umuligt for køberne at vide, at de faktisk købte en stjålen cykel.

Indbrudstyve som optræder i NIRAS' undersøgelse peger på guldsmede, der køber stjålne smykker for at smelte dem om og møbelpolstre, der ompolstrer designerstole for at fjerne mærkninger eller chips gemt i stoffet (NIRAS, 2014, s. 60).

3.2 Direkte salg

Det er oplagt at tro, at mulighederne for at sælge nye, men især brugte varer direkte på online handelsplatformer, sociale medier eller online auktioner, udnyttes af (indbruds)tyve. Det gør dem mindre afhængige af deres hælere og de kan have større profit med et direkte salg.

I NIRAS' interviewundersøgelse med danske indbrudstyve (2014, s. 61-62) giver nogle respondenter tilkende, at de sælger direkte gennem Den Blå Avis eller auktionshuset Lauritz. I hvilket omfang disse indbrudstyve benytter sig af direkte salg er uvist i denne undersøgelse. Der bemærkes dog, at det kræver, at indbrudstvene forstår at anvende disse salgskanaler og er i stand til at opbevare tyvekosterne.

Efterforskere peger i interviewene også på, at mulighederne for direkte salg er blevet større og at det er derfor oplagt, at en del af (indbruds)tyve benytter sig af denne vej.

Man kan sige, at dengang, hvor vi havde en masse, der blev solgt via Lauritz, der var det jo ikke lige så nemt, at selv at sætte noget til salg. Der havde du nærmest kun DBA. Nu har du 1000 muligheder for at sælge ting på nettet. På alle sociale medier kan du jo bare oprette en konto, og så sige, den her er til salg, hvem vil købe. Så det er mit indtryk, at der ikke er behov for en mellemmand.

Dermed er der modsatrettede signaler om tyvenes adfærd. Tidligere forskning påpeger, at tyve vil afsætte deres varer så hurtigt som muligt (se afsnit 2.5), men de online muligheder for at sælge direkte til slutbrugere skulle delvist have ændret dette billede. Det kan også tænkes, at tyvenes baggrund er en afgørende faktor for, om en tyv vil sælge online. Stofmisbrugere har sandsynligvis brug for kontanter eller stoffer med det samme. De står dog kun for en del af (indbruds)tyverierne.

Selvom tyve sætter deres stjålne varer til salg online, er det ikke sikkert, at dem, der køber sådan en vare, er slutbrugere. På steder, hvor det er tydeligt, at der er tale om stjålne varer (f.eks. i lukkede grupper), er det mere sandsynligt, at en del af køberne vil sælge varerne videre med gevinst på det åbne marked.

3.3 Online salg i lukkede Facebookgrupper og sociale medier

Det er ikke en hemmelighed, at der bliver solgt hælervarer i lukkede Facebook-grupper, og journalister har berettet om fænomenet flere gange. I 2017 skaffede en journalist fra Station 2 (TV2) sig adgang til Facebook-grupper som 'Det Sorte Hælmarked' og 'Second hand FB hælcentral'. Som navnene indikerer, forhandles hér hælervarer. Der bliver blandt andet udbudt værktøj, møbler og dele til mountainbikes.²⁰ I 2018 bringer Station 2 igen et indslag, hvor de peger på grupperne 'Hælgruppen Nordjylland' og 'Det Sorte Marked'.²¹

I efteråret 2024 er der igen mediefokus på illegale aktiviteter i lukkede Facebook-grupper. På dr.dk publiceres flere indslag om at overtage klip i kørekortet, hjælpe med svindel og salg af hælervarer.

Andre brugere sælger stoffer eller åbenlyse hælervarer som designerlamper eller elcykler uden opladere. Nogle brugere efterlyser også bestemte varer. Grupperne bliver med jævne mellemrum lukket ned, men genopstår hurtigt med nye navne.

En repræsentant fra Københavns Politi peger på, at handel med hælervarer i stigende grad er flyttet over på Facebook – særligt efter nedlukningen af Pusher Street.²²

Vi har også undersøgt, hvad der foregår i de lukkede Facebook-grupper og på sociale medier i forhold til udbud af hælervarer.²³ Formålet er dog ikke kun at konstatere, at der bliver solgt hælervarer på denne måde, men også at beskrive, hvordan de involverede agerer, og hvordan netværkene ser ud. I denne rapport publiceres de første resultater. I 2025 vil resultaterne og perspektiveringer blive publiceret i en selvstændig publikation.

Et centralt tema i vores undersøgelse er den måde, hvorpå tillid og social legitimitet opbygges i de lukkede Facebook-grupper, hvor hælervarer og andre ulovlige produkter handles. Undersøgelsen viser, at disse grupper ofte drives af et organiseret team af administratorer og sælgere, som står bag flere grupper på platformen. Denne formodning baserer sig på vores observationer af ensartede administrative strukturer, gentagne brug af de samme administratorer og moderationsmetoder, samt en høj grad af overlap mellem aktive sælgere på tværs af grupperne. Denne koordination mellem grupperne antyder, at de ikke fungerer

²⁰ <https://nyheder.tv2.dk/krimi/2017-09-06-aabenlyst-salg-af-haelervarer-paa-facebook-det-er-blevet-meget-nemmere-paa-den-maade> (senest besøgt den 13. november 2024).

²¹ <https://nyheder.tv2.dk/krimi/2018-02-22-facebooks-moerke-sider-her-koeber-danskerne-vaa-ben-og-ulovlige-varer> (senest besøgt den 13. november 2024).

²² <https://www.dr.dk/nyheder/indland/i-grupper-paa-facebook-tilbydes-ulovligheder-som-overtage-klip-i-koerekortet-eller> (senest besøgt den 13. november 2024).

²³ Se Bilag 4 for en beskrivelse af hvordan vi er gået til værks.

som isolerede enheder, men snarere som en del af et større netværk, der muliggør en stabil og effektiv handelsinfrastruktur. Gruppernes fælles karakteristika skaber en genkendelig og pålidelig handelsoplevelse for både købere og sælgere. En sådan struktur kan være afgørende for at opretholde aktivitet og engagement i grupperne, da det gør det nemmere at migrere til nye grupper, som oprettes af de samme administratorer, hvis de nuværende grupper sættes i farezonen af Facebooks algoritmer. Ofte ser vi, at administratorerne i sådanne tilfælde laver opslag, hvor de opfordrer medlemmer til at sende dem en venneanmodning og derefter poster et link til den nye gruppe, hvor interesserede kan ansøge om medlemskab. Denne strategi sikrer en kontinuitet i netværket og minimerer afbrydelser i den ulovlige handel.

Særligt bemærkelsesværdigt er den synlighed, som storsælgere opnår gennem brug af deres private Facebook-profiler. Disse profiler indeholder ofte billeder, personlige oplysninger og en tydelig online tilstedeværelse, hvilket gør det muligt for sælgerne at etablere sig som betroede aktører i gruppen. Denne synlighed og åbenhed kan tolkes som et signal om, at sælgerne i disse grupper vurderer risikoen for deres handlinger som begrænset. Da der primært er tale om lavpraktisk kriminalitet som salg af hælervarer, opfatter sælgerne sandsynligvis straffen som mild eller sjældent håndhævet af myndighederne, hvilket mindsker incitamentet til at skjule deres identitet. Dette står i kontrast til narkokriminalitet, som i højere grad forbindes med hårdere straffe og øget risiko. Denne type kriminalitet foregår derfor ofte på krypterede platforme som Telegram og Signal, hvor sælgerne kan operere med større anonymitet, hvilket vi også har observeret.

3.3.1 Sælgernes og købernes strategier

Storsælgere i Facebook-grupperne udnytter deres synlighed til at opbygge et ry for pålidelighed og professionalisme. Facebooks funktion, der tildeler statussen "stor bidragsyder" til de mest aktive medlemmer, spiller her en væsentlig rolle. Denne status fremhæver sælgernes profil og skaber en social legitimering gennem hyppige interaktioner med køberne og regelmæssige salgsopslag. Synligheden suppleres af faste afhentningssteder og brug af billeder af varerne fra samtaler på andre platforme som Snapchat, hvilket yderligere styrker indtrykket af struktur og organisering, hvor der kan være tale om et større netværk af bagmænd.

De mindre sælgere beskytter derimod ofte deres identitet ved at oprette anonyme salgsopslag og derved undgå synlig aktivitet og i stedet flytte al kommunikation til private beskeder. Denne praksis kan forstås som en social kontrakt, hvor både sælgere og købere accepterer de uskrevede regler, der præger handelsmiljøet. Dette skaber et fællesskab baseret på gensidig forståelse af risici og normer.

Køberne i grupperne repræsenterer en bred demografisk gruppe, men særligt mænd i alderen 25 til 40 år er dominerende, især i forbindelse med køb af elektronik, elcykler og værktøj.

Offentlige kommentarer som "send pb" (send privat besked) fungerer som en subtil validering af salgsopslagsene, hvilket bidrager til gruppens legitimitet. Samtidig indikerer købernes hurtige overgang til private beskeder en interesse i at beskytte deres privatliv og reducere risikoen forbundet med deres køb. Denne dynamik mellem offentlig synlighed og privat kommunikation afspejler en implicit forståelse af de sociale normer, der styrer gruppen. Det kan samtidig indikere, at køberne er mere opmærksomme på potentielle konsekvenser ved at handle i gråzonemarkeder sammenlignet med de storsælgere, der frit poster med deres private profiler og dermed udviser en lavere grad af bekymring for eventuelle juridiske eller sociale sanktioner.

3.3.2 Overgangen til krypterede platforme

En anden vigtig observation i vores undersøgelse er sammenhængen mellem Facebook-grupperne og markeder på krypterede platforme som Telegram og Signal. Mens hælervarer og lavrisikoprodukter som elektronik og værktøj dominerer på Facebook, flytter handel med højere risikoprodukter som narkotika i stigende grad til de mere sikre og anonyme miljøer på krypterede tjenester.

Denne overgang er ofte faciliteret gennem opslag i Facebook-grupperne, hvor administratoren deler links til eksterne markeder. Krypterede platforme tilbyder øget sikkerhed og anonymitet, hvilket er afgørende for aktører, der handler med produkter forbundet med højere strafrisici. I de lukkede Facebook-grupper benytter sælgere ofte kodesprog for at undgå opdagelse af platformens algoritmer. Dette ses blandt andet ved salg af vægttabsmedicin som Ozempic og Wegovy, hvor direkte produktbeskrivelser bevidst undgås. I stedet anvendes slang eller kreative stavemåder for at omgå overvågningssystemerne og undgå, at opslagene bliver fjernet. Denne form for kommunikation illustrerer, hvordan sociale medier kan fungere som en indgangsport til mere organiserede netværk for ulovlig handel. De lukkede Facebook-grupper spiller derfor også en rolle som rekrutterings- og valideringsmiljøer, mens selve handlen med de mest risikofyldte produkter foregår i de mere sikre og krypterede rum.

Indtil videre har vores observationer tydeliggjort, hvordan uformelle markedspladser som disse lukkede Facebook-grupper opererer i et spændingsfelt mellem synlighed og anonymitet. For hælervarer er synlighed en vigtig strategi for at opbygge tillid og legitimitet, mens højrisikoprodukter som narkotika kræver en overgang til anonymitet på krypterede platforme. Denne dobbeltstruktur afspejler en strategisk tilpasning blandt aktørerne til både de sociale dynamikker og de juridiske rammer, der præger deres aktiviteter. Den tætte kobling mellem sociale medier og krypterede tjenester indikerer desuden, hvordan forskellige digitale miljøer spiller komplementære roller i at understøtte ulovlig handel på tværs af platforme.

3.4 Salg til erhvervsdrivende

Rovers (2007, s. 84-85) skitserer, med afsæt i expertmeetings med repræsentanter af virksomheder, (private) efterforskere, brancheforeninger, politi og ministerier, et billede af salg til erhvervsdrivende som er anderledes end det vi normalvis ser. Han skelner mellem erhvervsdrivende som primære og sekundære hælere.

Vi har talt med en del forhandlere af brugte varer (se Bilag 2). De påpeger, at det rygtes i det kriminelle miljø, hvor (indbruds)tyve kan afsætte deres stjålne varer. Nystartede forhandlere testes for at se, om de er villige til at købe stjålne varer. Efter vores vurdering er der få erhvervsdrivende, som bevidst optræder som hælere. Derimod er der mange forhandlere, der forsøger at undgå stjålne varer ved at vurdere troværdigheden af den person, der tilbyder varen. Kommer sælgeren med en troværdig historie? Endelig er der forhandlere, der ikke bevidst køber stjålne varer, men som heller ikke gør sig umage for at undgå det.

Det bemærkes desuden, at erhvervsdrivende også handler indbyrdes, og dermed har den købende part ikke altid længere styr på, hvem den oprindelige sælger er. De skal, med andre ord, stole på dem, de handler med.

Når du købte på Lauritz, tænkte du så: "Det er ikke mit problem at overveje, hvor det kommer fra, det er deres ansvar"? Det er det jo ikke. Det er deres ansvar at holde styr på det.

Han har fantastiske ting, sindssygt dyrt porcelæn, og han er stor. Jeg ved ikke, hvor han får sine varer fra. Han køber selvfølgelig også på auktioner og lignende. Så har han kunderne, og han ved, at hvis han køber den der dyre ting, kan han ringe til en kunde i Italien eller Spanien.

3.4.1 Erhvervsdrivende som primære hælere

Denne form for hæleri er typisk, det vi læser om, når det handler om salg til erhvervsdrivende. Det er virksomheder, der køber stjålne varer fra tyveknægte og sælger dem videre gennem deres egne salgskanaler. Disse kan omfatte detailforretninger, kræmmermarkeder eller internettet. Salget kan finde sted lokalt, nationalt eller endda internationalt.

Van de Mheen & Gruter (2007) påpeger, at nogle stjålne varer finder vej til lovlige detailhandlere. For eksempel sælges elektronik i elektronikforretninger, guld i smykkebutikker og bildele i autoværksteder. Dette stemmer overens med Lewis' analyse (2006), der viser, at lovlige virksomheder køber og videresælger stjålne varer, enten til kunder eller andre hælere.

I en dansk kontekst er afsætning til erhvervsdrivende et underbelyst emne. Efterforskere fremhæver i interviews, at de har kendskab til – eller en fornemmelse af – at erhvervsdrivende direkte køber varer fra (indbruds)tyve.

Så er der jo det, som vi ved i maven, men ikke har særlig mange sager på. Og det er jo alle de her smykker, der forsvinder i diverse guldhandlere inde omkring Nørrebro, og det er jo straks værre. Vi har nærmest aldrig nogle sager. Der er nogle af dem, der har styr på forretningsbøgerne, men mange har ikke. De plejer at sige, at hvis du skal skrives i bogen, så kan du godt få den fulde guldpris. Ellers er det den halve, hvis det skal være under bordet. Det er måske også det, der er lidt vores udfordring i forhold til det her hæleri.

Vi ser enkelte hælercentraler inden for forskellige typer varer. Det kan for eksempel være guld og smykker, hvor der er specifikke steder, vi ved, at der foregår omsætning. Det er en forretning. Typisk stjæles smykker ved indbrud, og der er behov for at omsætte dem.

I citaterne peges på guldhandlere. I interviewsamtalerne med efterforskere bekræftes, at de kører en gang imellem en sag mod forhandlere af designermøbler, men det er undtagelsesvis.

Når det kommer til designvarer, ser vi også, at der findes enkelte aftagere, der beskæftiger sig med møbler eller andre designprodukter, ofte under dække af en legal forretning. Man kan sige, at de varer, der skaber mest profit i sådanne hælercentraler, typisk er smykker og designvarer.

Derudover bekræfter politiet, at de en gang imellem observerer, at stjålne butiksvarer ender i kiosker. Disse sager kobles typisk til omrejsende kriminelle grupper (OKG).

Der er også sager med omrejsende kriminelle, der begår butikstyverier. De kører rundt til forskellige kiosker for at sælge de store mængder varer, de stjæler. For eksempel går de ind i indgangspartierne, hvor de stjæler en kasse med Marabou-chokolader eller andre varer, og løber væk med dem. Derefter har de en kiosk, der aftager varerne.

3.4.2 Erhvervsdrivende som sekundære hælere

Erhvervsdrivende kan også agere som sekundære hælere. I disse tilfælde køber de ikke direkte fra (indbruds)tyven, men en større mængde varer, som stammer fra tyveri. De kan gøre dette på regelmæssig basis, men det er mere oplagt, at der af og til et interessant tilbud kommer forbi. I disse tilfælde er der tale om situationer, hvor virksomhederne (kan) vide, at varerne stammer fra tyveri.

I mange tilfælde vil de ikke (kunne) vide det, f.eks. fordi varerne allerede har fået øjensynlig legal status et andet sted i forsyningskæden og når frem til detailhandleren gennem almindelige indkøbskanaler og under almindelige betingelser. Når disse varer først er kommet ind i den almindelige forsyningskæde, fortsætter deres normale vej og dermed går helt ubemærket gennem detailkanaler til den uvidende forbruger.

Vi antager, at dette fænomen også findes i Danmark, men det er ikke nævnt i interviewsamtalerne med efterforskere eller erhvervsdrivende. Det kræver formentlig omfattende efterforskningsarbejde for at kunne spore hælervarer, der er blevet en del af den lovlige forsyningskæde.

3.5 Salg til eller gennem egen kreds

Sutton (2014, s. 5) peger på det, han kalder "sælgerens dilemma". Dette dilemma består i, at risikoen for at blive opdaget stiger, når en tyv eller hælør sælger til en fremmed person. Samtidig kan en større købergruppe dog føre til øget profit og flere afsætningsmuligheder. Respondenter i Heinskou et al.'s undersøgelse (2016, s. 4), der havde konkret personlig erfaring med at købe hælervarer, havde handlet med bekendte eller var blevet introduceret til sælgeren gennem en ven eller en bekendt. Ferwarda et al. (2018, s. 46) interviewede hælere, der gentagne gange havde købt og videresolgt varer, som de vidste var stjålne. Aftalerne blev typisk indgået gennem nære bekendte. En kommentar, der ofte gik igen blandt respondenterne, var, at handlen foregik blandt bekendte i et socialt og "sikkert" netværk inden for nabolaget.

Det sociale netværk skaber en form for sikkerhed. Hvis man kender nogen, ved man, at man kan stole på dem. Hælere er derfor tilbageholdende med at sælge til ukendte opkøbere eller via internettet og foretrækker i stedet at handle med bekendte. De stoler også på venners venner. Det sociale netværk anvendes både af stofmisbrugere til at afsætte stjålne varer og af personer, der kan afsætte meget store mængder scootere og elcykler, som efterfølgende forsvinder til udlandet (Ferwarda et al., 2018, s. 47-48).

3.6 Salg til andre i det kriminelle miljø

Der er ingen tvivl om, at det kriminelle miljø spiller en væsentlig rolle i afsætningen af stjålne varer. Det er dog vanskeligt at få et klart billede af, hvordan det foregår, og hvor ofte varer afsættes gennem det kriminelle miljø. Sigtede (indbruds)tyve vil sjældent forklare, hvordan de afsætter tyvekoster. Det er også sjældent, at politiet har en målrettet efterforskningsindsats mod en hælør eller et hælernetværk. Når politiet finder stjålne koster, sker det ofte som et biprodukt af efterforskning med et andet fokus.

Især for unge kan hæleri fungere som en stabil indtægtskilde. De stjæler selv, men fungerer også som mellemlid for stofmisbrugere, der ønsker at sælge stjålne varer. Andre afsætningskanaler for stofmisbrugere inkluderer privatpersoner, lokale butikker, pushere og hælere. På grund af deres stofafhængighed sælger narkomaner ofte stjålne genstande langt under markedsprisen (Mheen & Gruter, 2007).

Kriminelle netværk engagerer sig i ulovlige aktiviteter, der primært er rettet mod økonomisk gevinst. Det er uklart, i hvilket omfang disse netværk opstår i forbindelse med hæleri (Boerman, Grapendaal & Mooij, 2008). Dog beskrives flere typer af kriminelle netværk, der specialiserer sig i hæleri, herunder romaer, forhandlere fra den tidligere østblok og økonomiske bagmænd i Europa (Ferwerda, Ham & Bremmers, 2013; Siegel, 2013). Metoderne minder ofte om dem, der bruges i organiseret kriminalitet, hvor ulovlige varer som narkotika transporteres. Distributionen sker gennem forfalskning af dokumenter og bestikkelse. Biler, knallerter og cykler er særligt attraktive eksportvarer, der også transporteres over land.

Det er svært at få et klart billede af, hvordan disse netværk opererer. En årsag er brugen af stråmænd, der formelt eller på papiret står for visse transaktioner eller transporterer højrisikovarer på vegne af ledende personer i netværket. Stråmænd er ofte sårbare individer, eksempelvis personer med økonomiske vanskeligheder (Ferwerda, Ham & Bremmers, 2013). Derudover benytter østeuropæiske bander sig af falske identiteter, hvor identitetskort erhverves fra borgere i hjemlandet mod en mindre betaling (Siegel, 2013).

Danske sigtelsesdata viser, at mange af indbrudstyvene og hælerne er solidt forankret i det kriminelle miljø. Vi har fået adgang til data om personer med mindst én sigtelse for indbrud i beboelse eller hæleri i perioden 2008-2022.²⁴ I alt er der 24.190 personer, der opfylder denne betingelse. Disse personer er tilsammen sigtet 718.276 gange i denne periode. Dette svarer til 30 sigtelser i gennemsnit pr. person.

Tabel 3.1 Kriminalitetsart for indbrudstyves og hæleres sigtelser i perioden 2008-2022

	Antal sigtelser	Procent
Indbrud i beboelse	56.999	7,9%
Indbrud, øvrige	32.396	3,2%
Tyveri	136.208	4,5%
Hæleri	23.312	19,0%
Ejendom, øvrige	81.719	11,4%
Aggressiv	77.990	10,9%
Færdelslov	170.863	23,8%
Narkotika	83.110	11,6%
Særlove, øvrige	55.679	7,8%
I alt	718.276	100,0%

Dermed er det oplagt, at en stor del af de stjålne varer sælges eller byttes inden for det kriminelle miljø. I hollandske studier (f.eks. Stoele, 2007, s. 106-109) berettes der om stof-

²⁴ Vi har fået adgang til disse data gennem Danmarks Statistiks forskerordning. En omfattende analyse af sigtelses- og afgørelsesdata samt personvariabler bliver præsenteret i forskningsprojektets anden rapport, som offentliggøres medio 2025.

misbrugere, der afsætter stjålne varer til deres pushere i bytte for narkotika. Fra danske kilder har vi hørt, at stofmisbrugere stadig står for en del af (indbruds)tyverier – og dette bekræftes også af registerdata – men vi har ikke hørt om sådan en byttehandel i Danmark. Det er dog oplagt at antage, at det også forekommer her i landet.

Der er ikke megen tvivl om, at kriminelle netværk er aktive i forhold til hælmarkedet. I forbindelse med organiseret ejendoms kriminalitet beretter Europol (2024, s. 32), at de netværk, der beskrives som enten klan-/familiebaserede mobile organiserede kriminelle grupper (MOCG'er), anses for at være mest aktive på dette felt. I Danmark omtales de som omrejsende kriminelle grupperinger (OKG). Deres indblanding er beskrevet i afsnit 1.6, og efterforskningen af OKG uddybes i afsnit 5.4.

Hvordan og i hvilket omfang rockere og bander (stadig) er aktive på hælmarkedet, er dog mindre tydeligt. Formentlig har National enhed for Særlig Kriminalitet (NSK) mere kendskab til dette, men det lykkedes os ikke at få adgang til denne afdeling.

4 Integreringsfase

Den tredje fase af hælertprocessen består af integrering af hælervarer ved at sælge varerne til slutforbrugerne. Hvis det lykkes at sløre varernes herkomst i anden fase (overdragelsesfasen), er det svært at afgøre, om der er tale om hælervarer i denne tredje fase. Der kan dog stadig være signaler, der peger på, at genstanden mangler en lovlig herkomst. På grund af antagelsen om, at langt fra alle hælervarer kan genkendes i denne fase, må de statistikker, der præsenteres i dette kapitel, anses som en nedre grænse.

I dette kapitel er fokus på integrering af brugte varer. Vi starter med enkelte bemærkninger om genbrugsmarkeder (4.1) og den mulige frygt for at købe hælervarer (4.2). Herefter omtales signaler, der tyder på hælervarer (4.3), udbud af hælervarer med afsæt i befolkningsundersøgelser (4.4) og egne observationer (4.5). Kapitlet afsluttes med en analyse af folk, der har indrømmet at have købt hælervarer (4.6).

Hvis hælervarerne består af nye, ubrugte varer, kan disse produkter blive solgt som nye varer i lovlige (web)butikker. Disse varer kan også – selvom de er nye – blive solgt som brugte varer. Udvalget, der har set på modernisering af marskandiserloven, formulerer det på følgende måde:

En genstand, der ikke har været taget i brug, være omfattet af begrebet "brugte genstande", hvis den pågældende genstand f.eks. har været ejet af en privatperson, der har købt genstanden til endeligt forbrug. (Betænkning 1580, 2020, s. 139)

4.1 Genbrugsmarkeder

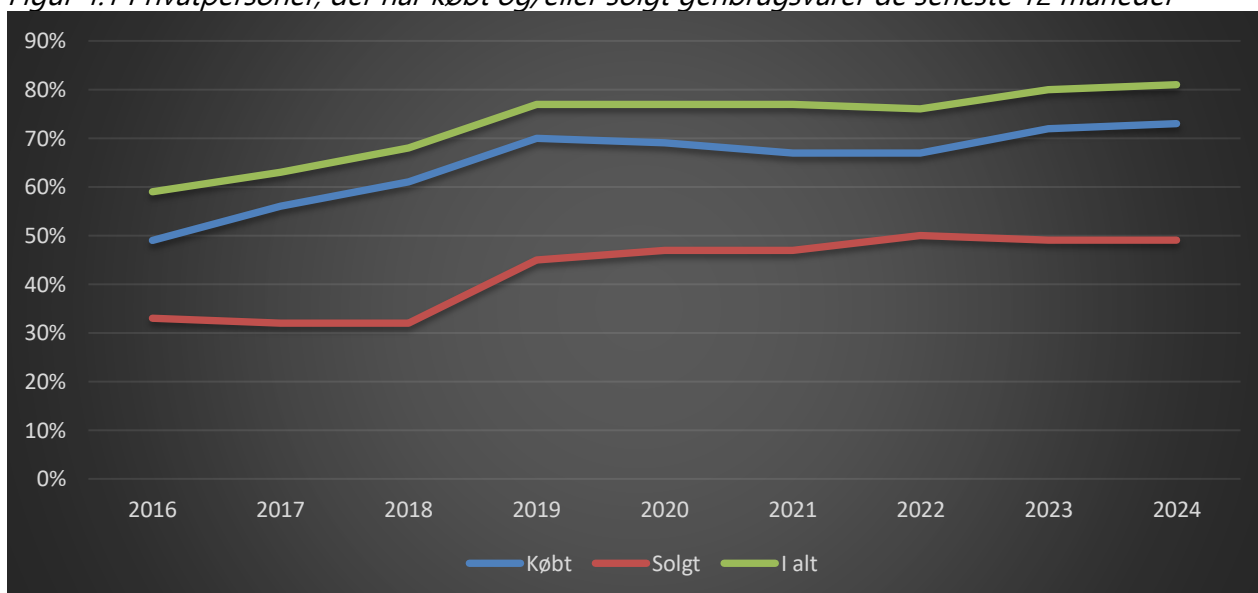
Siden 2016 har DBA publiceret Genbrugsindekset, en undersøgelse af privat køb og salg af brugte varer gennem både fysiske og online salgskanaler.²⁵ Rapporten er baseret på en befolkningsundersøgelse suppleret med DBA's egne brugerdata.²⁶ I vores egen befolkningsundersøgelse via Voxmeter i 2024 (se bilag 3) er der også spurgt, om respondenterne har købt brugte varer, men her er det begrænset til onlinehandel med private sælgere.

²⁵ <https://guide.dba.dk/publikationer/genbrugsindekset/2024/>

²⁶ For Genbrugsindekset 2024 er data indsamlet via Norstats panel i perioden 3. - 17. januar 2024: 2.000 online besvarelser blandt danskere i alderen 16-75 år. Resultaterne er vægtet efter køn, alder, og uddannelse.

Ifølge Genbrugsindekset handler ca. 80 procent af danskerne brugt i løbet af et år. Ca. halvdelen sælger brugte varer, mens lidt over 70 procent køber dem. Figur 4.1 viser udviklingen siden 2016, og det er iøjnefaldende, at især salget af brugte varer steg betydeligt i 2019-undersøgelsen (som ser tilbage på året 2018). Det er oplagt at tro, at denne stigning kan forklares med lanceringen af Facebook Marketplace i Danmark i august 2017.²⁷

Figur 4.1 Privatpersoner, der har købt og/eller solgt genbrugsvarer de seneste 12 måneder



Kilde: Genbrugsindekset (2024)

I vores befolkningsundersøgelse (Voxmeter, 2024) svarer 52 procent af respondenterne, at de har købt brugte varer online. Færre angiver at have købt brugte varer end i DBAs undersøgelse. Dette skyldes formentlig dels, at DBAs undersøgelse også omfatter offline-salg, men det kan også tænkes, at deres rekrutteringsmetode har ført til en overrepræsentation af dem, der køber brugte varer.

Ifølge Genbrugsindekset 2024 sælger de fleste danskere brugte varer i særlige anledninger som flytning, oprydning eller et ønske om at "downsize". Det er ikke kun for at tjene penge, at folk sætter deres varer til salg. Andre grunde er, at de mener, det kan komme andre folk til gode, ikke kan lide at smide ting ud, der stadigvæk fungerer, eller – sammenhængende med de øvrige grunde – at gøre det for klimaet. De samme argumenter ses i høj grad også hos købere. Ud over at spare penge eller købe ting, de ellers ikke har råd til, nævnes klimaet

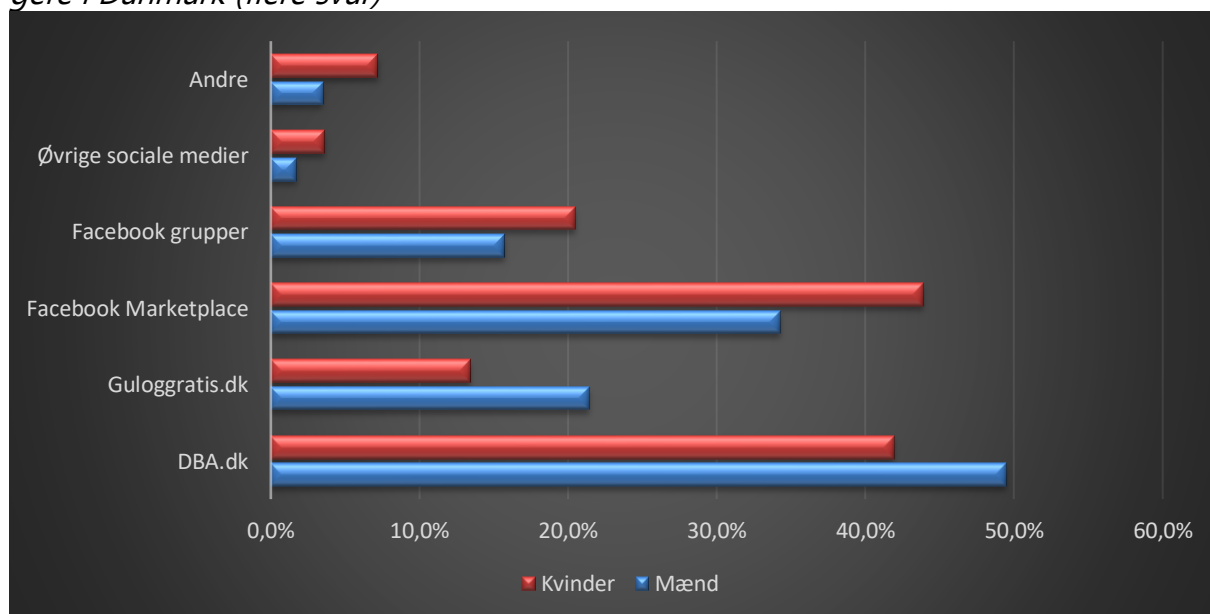
²⁷ <https://mobilsiden.dk/nyheder/apps-sociale-medier/facebook-lancerer-funktionen-marketplace-i-danmark/#:~:text=Facebook%20lancerer%20funktionen%20Marketplace%20i%20Danmark%20Lasse%20Olsen,Facebook%2C%20ekspanderer%20til%2017%20europ%C3%A6iske%20lande%2C%20heriblandt%20Danmark> (senest besøgt d. 20. september 2024).

og ønsket om at undgå spild. Et andet argument er, at genbrug giver mulighed for at finde unikke ting eller noget med en historie.

DBA er traditionelt den største formidler af køb og salg mellem private og blev oprettet i 1981. På nuværende tidspunkt er DBA en del af Schibsted Marketplaces, som ejer brands i Norden.²⁸ Gul og Gratis (G&G) blev oprettet i 1991 og er en del af Jysk-Fynske Medier (JFM-koncernen).²⁹ DBA er markant større end G&G. Det er uklart, hvor stort Facebook Marketplace er i forhold til disse to handelsplatforme. Udover disse "horisontale" platforme (der tilbyder alle produktgrupper) findes der også platforme, der fokuserer på enkelte kategorier, såsom Reshopper til børneartikler og Vinted med fokus på tøj, sko og tilbehør.

Vi har spurgt respondenter i befolkningsundersøgelsen (Voxmeter, 2024), hvilke onlinesteder de typisk besøger, når de køber brugte varer fra private sælgere i Danmark. Svarene viser tydeligt, at DBA og Facebook er de mest anvendte platforme til at købe brugte varer. DBA og G&G er signifikant mere populære blandt mænd end kvinder, mens det modsatte gør sig gældende for Facebook (jf. Figur 4.2).

Figur 4.2 Procentuel andel af foretrukne onlinesteder til køb af brugte varer fra private sælgere i Danmark (flere svar)



Kilde: Voxmeter (2024)

²⁸ Se <https://schibsted.com/> (senest besøgt den 31. oktober 2024).

²⁹ Se <https://jfm.dk/> (senest besøgt den 31. oktober 2024).

Der findes 1.279 registrerede virksomheder med 1.921 ansatte inden for branchekoden "Detailhandel med brugte varer i forretninger" pr. november 2022.³⁰ I 2023 er der solgt for 677 mio. kr., hvoraf 106 mio. kr. ved eksport. De ti største genbrugsbutikker målt på antallet af ansatte er (med antal ansatte i parentes): PRAG (68), KVS ApS (42), Flea Kids ApS (38), ACCORD A/S (28), nofipa ApS (27), Reusers ApS (26), HÖJRIS ApS (23), Kabomani - Amager ApS (20), BørneLoppen ApS (20) og Decades ApS (18).³¹

Det mest kendte auktionshus i Danmark – Lauritz.com – gik konkurs i sommeren 2023.³² Auktionshuset.com (etableret i 1993 som Auktionshuset i Hørsholm) overtog aktiverne fra det konkursramte selskab. Den 7. oktober 2024 skifter auktionshuset navn tilbage til Lauritz.com.³³ Der findes dog også andre danske og internationale auktionshuse, der er aktive på det danske marked, som f.eks. Catawiki.com³⁴ (registreret i Holland). Derudover findes auktionsvirksomheder, der retter sig mod specifikke markedssegmenter, som f.eks. Klara-vik.dk³⁵ (maskiner, værktøj og køretøjer) eller auktionshuset dab³⁶ (konkurs- og overskudsauktioner).

4.2 Frygt for at købe hælervarer

I DBA Genbrugsindekset bliver der spurgt om, hvad respondenterne ser som de største barrierer for at købe genbrugsvarer. Det højest rangerede svar er risikoen for at købe stjålne eller ulovlige varer. Cirka en tredjedel af respondenterne svarer "ja" til dette spørgsmål. Procenttallet er ret stabilt i perioden 2017-2024, og der er heller ikke en markant forskel mellem mænd og kvinder.

I vores befolkningsundersøgelse (Voxmeter, 2024) er der spurgt, om respondenterne er tilbageholdende med at købe brugte varer på grund af frygt for at købe stjålne varer. Også her finder vi, at frykten for hælervarer er til stede hos cirka en tredjedel af respondenterne: 29

³⁰ Branchekode 477900 (Detailhandel med brugte varer i forretninger) omfatter genbrugsbutikker, antikvarier, salg af antikviteter og brugte varer, dog ikke brugte motorkøretøjer. Auktionshuses salg til privatpersoner er også omfattet af branchen. Omfatter ikke salg af brugte varer via internettet.

³¹ Kilde: <https://estatistik.dk/branche/detailhandel-med-brugte-varer-i-forretninger/477900> (senest besøgt den 1. november 2024).

³² <https://www.dr.dk/nyheder/penge/lauritzcom-gaar-konkurs-saadan-er-du-stillet-som-kunde> (senest besøgt den 1. november 2024).

³³ <https://www.lauritz.com/da/om-os/om-lauritz-com> (senest besøgt den 1. november 2024).

³⁴ <https://www.catawiki.com/da> (senest besøgt den 1. november 2024).

³⁵ <https://www.klaravik.dk/about/> (senest besøgt den 1. november 2024).

³⁶ <https://www.auktionshuset.dk/> (senest besøgt den 1. november 2024).

procent svarer "ja", mens 56 procent svarer "nej". 15 procent ved det ikke. Efterfølgende er der spurgt om en begrundelse, og svarene fordeler sig således:

Tilbageholdende: Ja (flere svar muligt)

- 40 %: Jeg vil ikke risikere at købe stjålne varer
- 19 %: Jeg vil ikke risikere at blive sigtet for hæleri
- 12 %: Jeg vil ikke risikere at miste min købte vare
- 13 %: Andet
- 17 %: Ved ikke

Tilbageholdende: Nej (flere svar muligt)

- 42 %: Det er næsten umuligt at finde ud af, om varen er stjålet
- 10 %: Risikoen for, at varer er stjålet, er minimal
- 3 %: Det spiller ikke en rolle i mine overvejelser
- 12 %: Andet
- 33 %: Ved ikke

4.3 Signaler, der kan tyde på hælervarer

På politiets hjemmeside findes gode råd om hvordan man kan undgå at købe hælervarer. Under overskriften 'brug din sunde fornuft' gives følgende råd:³⁷

- Er prisen realistisk eller for god til at være sand? Virker varen lidt for billig ift. dens stand og nypris, bør du tjekke, om sælger er MitID-valideret og/eller har MobilePay. Er sælger ingen af delene, bør du tænke over, om varen kan være stjålet.
- Gem altid sælgers navn og adresse, din og sælgers korrespondance og evt. anden dokumentation, så du har bevis for jeres aftale.
- Spørg gerne efter kvittering, garantibevis eller anden dokumentation for ejerskabet, men vær opmærksom på, at disse papirer også er relativ nemme at forfalske.
- Hent så vidt muligt varen hjemme hos sælger i stedet for at få den overdraget på en station, p-plads e.l.

Det vil sige, at politiet anser prisen, skjult identitet og manglende dokumentation som signaler. Vi må dog antage, at de fleste hælere vil sælge til markedsprisen, når de forsøger at sælge en vare gennem en lovlig salgskanal. Om prisniveauet er et signal på hælervarer, er dog til diskussion. Vi har talt med respondenter, der mener, at hælervarer er billigere end

³⁷ <https://politi.dk/anmeld-kriminalitet/indbrud/undgaa-at-blive-haeler> (senest besøgt den 30. oktober 2024).

lovlige varer, mens andre mener, at dette ikke er tilfældet. Der er dog mange borgere, der mener, at de har fået tilbudt hælervarer, netop på grund af prisen (jf. Figur 4.4).

Louise Kiær får formentlig en dom for hæleri, efter at hun købte en mobiltelefon gennem Den Blå Avis. Det kan være svært at sikre sig mod at købe hælervarer – også selvom sælgeren har den originale kvittering til varen. Det oplevede Louise Kiær fra Aarhus, efter at hun købte en iPhone 5 gennem Den Blå Avis, som viste sig at være stjålet. "Jeg blev rigtig vred. Jeg synes ikke, det var fair, at jeg skulle sættes i denne situation, når jeg havde handlet i god tro," siger hun. Louise Kiær tog sig ellers alle forholdsregler: Hun mødtes med sælgerne – et ungt par – personligt. Her betalte hun 4.000 kroner kontant og fik samtidig sælgernes faktura på mobilen. Alligevel viste det sig, at parret havde købt telefonen med et stjålet kreditkort, og Louise havde altså købt en hælervare uden at ville det.³⁸

I befolkningsundersøgelser om stjalne varer (2016, 2020 og 2024; se bilag 3) er respondenterne blevet spurgt, om de synes, at det er svært at vide, om tilbudte varer er stjålet. Mange af respondenterne synes, at det undertiden kan være svært at vide, om der er tale om stjalne varer. Mellem 70 og 80 procent af respondenterne er (overvejende) enige i, at dette er tilfældet i forhold til tilbud på kræmmer- og loppemarkeder eller internetplatforme som DBA og eBay samt ved internetauktioner. Når det handler om kiosker og mindre privatejede butikker, synes færre – 30 til 40 procent – at det er svært at vurdere, om varerne er stjalne.

Undersøgelserne viser desuden, at der kun er små forskelle i forhold til alder og køn med hensyn til, om det er svært at vurdere, om en vare er stjålet. Resultaterne er robuste, idet de er ganske konstante over tid, også hvad angår alder og køn.

I 2024-undersøgelsen er der spurgt, hvorfor respondenterne tror, at den vare, de blev tilbudt eller havde mulighed for at købe, var stjålet.³⁹ Respondenterne kunne give flere grunde til deres mistanke. 53 procent af respondenterne giver kun én enkelt grund, mens de resterende giver to eller flere grunde.

³⁸ <https://www.dr.dk/nyheder/indland/louise-blev-haeler-koebte-iphone-over-nettet> (senest besøgt den 1. november 2024).

³⁹ Dette spørgsmål er kun stillet til dem, der har svaret 'ja' eller 'måske' til, om de har fået tilbudt stjalne varer de seneste tre år (n=455).

Figur 4.4 Grunde til mistanken om, at en tilbudt vare var stjålet.



Kilde: Voxmeter (2024)

Selvom yngre respondenter (18-35 år) nævner prisen oftest som grund til mistanke, hæfter de sig mindre ved prisen end de andre aldersgrupper. De yngre respondenter fremhæver sælgerens adfærd relativt ofte som grund til deres mistanke.

Resultatet stemmer overens med udsagn fra en fokusgruppeundersøgelse (n=37) med både personer, der har købt stjålne varer, og personer uden denne erfaring (Kammersgaard, Heinskou & Demant, 2017). Deltagerne blev blandt andet spurgt, hvordan de fornemmer, at det er stjålne varer, de får tilbudt. De peger på tre elementer: karakteristika ved sælgeren, ved varetypen og ved omstændighederne omkring salget af varen (f.eks. om der findes en kvittering, prisen og historien om, hvorfor varen er til salg).

4.4 Tilbud af hælervarer (befolkningsundersøgelse)

Her tager vi afsæt i befolkningsundersøgelser. Der er spurgt efter, om respondenter muligvis har fået tilbudt hælervarer, hvad der blev tilbudt og gennem hvilken salgskanal.

4.4.1 Andel af danskere, der får tilbudt hælervarer

I de første to undersøgelser (2000 og 2010) blev der stillet spørgsmålet "Er du nogensinde selv blevet tilbudt varer, som du troede eller havde viden om, var stjålet?" med svar-mulighederne ja eller nej. I de senere befolkningsundersøgelser (2016, 2020 og 2024) er ordlyden lidt anderledes. Desuden er der en tidsbegrænsning på, idet der spørges ind til de seneste tre år. Endelig er antallet af svarmulighederne udvidet fra to til fire: Ja – måske - tror ikke – nej. Spørgsmålet lyder:

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.

Som forventet, bekræfter flere respondenter i 2000 og 2010, at de har fået tilbudt stjålne varer, idet der ikke er en tidsbegrænsning på spørgsmålet. Aldersafgrænsningen af respondentgruppen kan muligvis også have influeret på resultatet. I 2000 var det 23 procent af respondenterne, der svarede, at de har fået tilbudt stjålne varer. I 2010 var det 26 procent. I den seneste undersøgelse fra 2024 svarer 15 procent af respondenterne 'ja' eller 'måske' på spørgsmålet. Det er lidt lavere end i 2016 (18 procent) og 2020 (19 procent). Faldet i 2024 er statistisk signifikant i forhold til 2020.

4.4.2 Profil af dem, der får tilbudt hælervarer

Med hensyn til køn, er der i alle de tre seneste målinger ca. 30 procent flere mænd end kvinder, der siger, at de har fået tilbudt stjålne varer. Der er også en tydelig aldersforskel: med stigende alder falder andelen af respondenter, der har fået tilbudt stjålne varer.

For at se nærmere på, hvilke variabler der er relateret til, at en borger får tilbudt stjålne varer (n=455) eller ej (n=2545), er der gennemført en logistisk regressionsanalyse på data af 2024-undersøgelsen (se også Bilag 6). Analysen er baseret på syv variabler. Analysen viser, at fire af de syv variabler har en indflydelse på sandsynligheden for at få tilbudt stjålne varer. Uddannelse, indkomst og udsathed for indbrud har ingen signifikant indflydelse, mens civilstatus, køn, alder og køb af private på nettet har. Det vil sige, at mænd under 50 år, der bor for alene, har en større sandsynlighed for at få tilbudt stjålne varer, end personer, der har modsatte karakteristika. Den enkeltstående faktor, der har den største betydning for sandsynligheden for at få tilbudt stjålne varer, er dog dem, der køber brugte varer hos private sælgere på nettet.

4.4.3 Tilbudte hælervarer

Når vi ser på de stjålne varer, respondenterne i befolkningsundersøgelser har fået tilbudt gennem årene, så er det tydeligt, at tilbud følger – i hvert fald til dels – efterspørgslen. Der er en klar faldende tendens i tilbud af elektronik og specielt radio/tv-udstyr, mens der er en stigende tendens for tøj, sko og tasker. De sidste år er der også en stigende tilbud af værktøj og byggematerialer. Det er i tråd med, hvad der bliver meldt stjålet til politiet.

Tabel 4.1 Tilbudte konsumentvarer⁴⁰

	2016 (n=422)	2020 (n=433)	2024 (n=455)
El-artikler	46%	41%	37%
Radio/TV-udstyr	18%	13%	8%
Tøj, sko, tasker	19%	25%	32%
Parfumer, skønhedsprodukter	-	-	10%
Smykker/ure	14%	13%	18%
Møbler	8%	16%	17%
Cykler/transport	23%	18%	20%
Værktøj	2%	14%	12%
Byggematerialer	-	-	8%

Kilder: Megafon (2016, 2020), Voxmeter (2024)

2024-målingen viser, at mænd signifikant oftere end kvinder får tilbudt radio/tv-udstyr og værktøj. Ved de andre varer kategorier er der – lidt overraskende – ingen signifikant forskel mellem mænd og kvinder. Man kunne forvente, at kvinder ville være overrepræsenterede ved kategorien tøj, sko og tasker. Det viser sig imidlertid, at det er hele gruppen af yngre respondenter (18-34 år), som signifikant oftere end andre aldersgrupper får tilbudt varer i kategorien tøj, sko og tasker.

Respondenterne kunne også angive, om de har fået tilbudt dagligvarer, cigaretter eller spiritus. Med det stigende antal butikstyverier havde vi forventet vækst i disse kategorier i 2024. Denne forventning var bestyrket af en australsk undersøgelse, der er baseret på syv spørgeskemabesvarelser blandt anholdte stofmisbrugere i perioden 2002 til 2017 (Clare et al., 2022). Undersøgelsen fokuserer på mulige ændringer i arten af kriminalitet, som narkomaner begår, og i typen af varer, de stjæler. Undersøgelsen viste, at stofmisbrugere i mindre og mindre grad stjæler elektroniske varer, men i stedet i højere og højere grad dyrt tøj og mad til eget forbrug. Det er varer, der primært stjæles fra butikker. Dette afspejler sig også i en stigning i omfanget af butikstyverier i Australien og et fald i indbrudstyverier i samme periode. Ændringen i type af varer, stofmisbrugere stjæler, angives i den australske undersøgelse at kunne hænge sammen med, at priserne på elektroniske varer var faldet, mens fødevarerpriser mv. var steget i den undersøgte periode (ibid.). Faldet i indbrudskriminalitet menes desuden at hænge sammen med, at kontanter i mindre og mindre omfang var udbytte herved (ibid.).

⁴⁰ Procenttallet i tabellen svarer til andelen af respondenterne, der siger, at de har fået tilbudt den specifikke vare. Tallet omfatter ikke alle respondenter, men alene dem der har fået tilbudt stjalne varer. Respondenter kunne angive flere svar. Angivelse – betyder, at kategorien ikke har været inkluderet i de tidligere undersøgelser.

Hypotesen om flere dagligvarer mv. på hælemarked bekræftes ikke i undersøgelsen. Når den ikke gør det, kan det skyldes, at butikstyre – når det angår disse varegrupper – i højere grad beholder en større del af udbyttet til eget forbrug. En alternativ forklaring kan være, at disse forbrugsvarer bliver solgt via en salgskanal, som ikke vækker borgernes mistro om, at varen muligvis er stjålet. Det vil sige, at sådanne varer kan være solgt via en butik eller kiosk.

Tabel 4.2 Tilbudte forbrugsvarer

	2016 (n=422)	2020 (n=433)	2024 (n=455)
Dagligvarer	9%	8%	10%
Spiritus	7%	7%	6%
Cigaretter	10%	8%	9%

Kilder: Megafon (2016, 2020), Voxmeter (2024)

I forhold til forbrugsvarer får mænd hyppigere tilbudt spiritus end kvinder. Aldersgruppen 50-65 år får oftere tilbudt cigaretter end de andre aldersgrupper. Disse forskelle hænger formentlige sammen med forbrugsvaner i almindelighed.

4.4.4 Tilbudskanaler

I befolkningsundersøgelserne er der yderligere spurgt om, hvordan de respondenter, som har fået tilbudt stjalne varer, er kommet i kontakt med sælgeren. Også her er der tale om et multiresponsspørgsmål, idet der er muligt at angive flere forskellige måder, kontakten er opnået på.

Med afsæt i 2016-målingens resultater konkluderede Kruize (2016), at megen handel foregår via internettet, og at brug af internettets i forbindelse med afsætning af hælervarer nok ville vokse fremover. Men på det tidspunkt blev de fleste handler med stjalne varer stadig indgået gennem de traditionelle salgskanaler, såsom personlig omgangskreds, nabolag og loppe- og kræmmermarkeder.

2020-målingen indikerede da også, at de digitale salgskanaler blev benyttet langt hyppigere, end tilfældet var i 2016. Salget foregik enten på digitale køb- og salgsplatforme – med dba.dk som den mest anvendte – eller på sociale medier med Facebook som den førende platform (Kruize, 2020).

Man skulle forvente, at den voksende betydning af digitale salgskanaler vil fortsætte, men 2024-målingen peger på, at dominansen af de digitale kanaler er faldet lidt. Sælgeren benytter sig nu igen oftere af sin personlig omgangskreds og arbejdsplads. Muligvis ser vi her effekten af tiltag som MitID-validering på enkelte handelsplatforme, såsom DBA (se også

afsnit 5.6.2). Perioden med pandemi og frygten for smitte kan muligvis også have haft betydning herfor.

En alternativ forklaring findes hos Ferwerda et al. (2018, s. 55-56). De påpeger, at der ikke kun er kommet flere digitale markeder, men også flere lokale markeder. Det drejer sig blandt andet om pop-up-markeder for guld og smykker, self-storage-faciliteter, hvor der afholdes "garagesalg", samt kæder af genbrugskøbere. Mulighederne for hæleri er dermed blevet større og delvist institutionaliseret både online og offline.

Tabel 4.3 Anvendte kanaler til at tilbyde stjålne varer

	2016 (n=422)	2020 (n=433)	2024 (n=455)
<i>Gennem venner, bekendte eller arbejdskolleger</i>			
Personlig omgangskreds	22%	10%	15%
Arbejdsplads	9%	5%	17%
<i>Gennem et opslag eller annonce</i>			
Privat annonce på en køb/salg-platform på nettet	35%	40%	31%
Socialt medie	-	32%	30%
Internetbutik	3%	5%	8%
Annonce i en avis eller et blad	5%	3%	5%
Opslag eller en annonce et andet sted	2%	2%	4%
<i>Fysisk møde</i>			
Loppemarked/kræmmermarked mv.	12%	15%	14%
Kiosk/butik	4%	6%	6%
Bar/café eller lignende	7%	4%	4%
På gaden/ved døren	13%	7%	4%

Kilder: Megafon (2016, 2020), Voxmeter (2024)

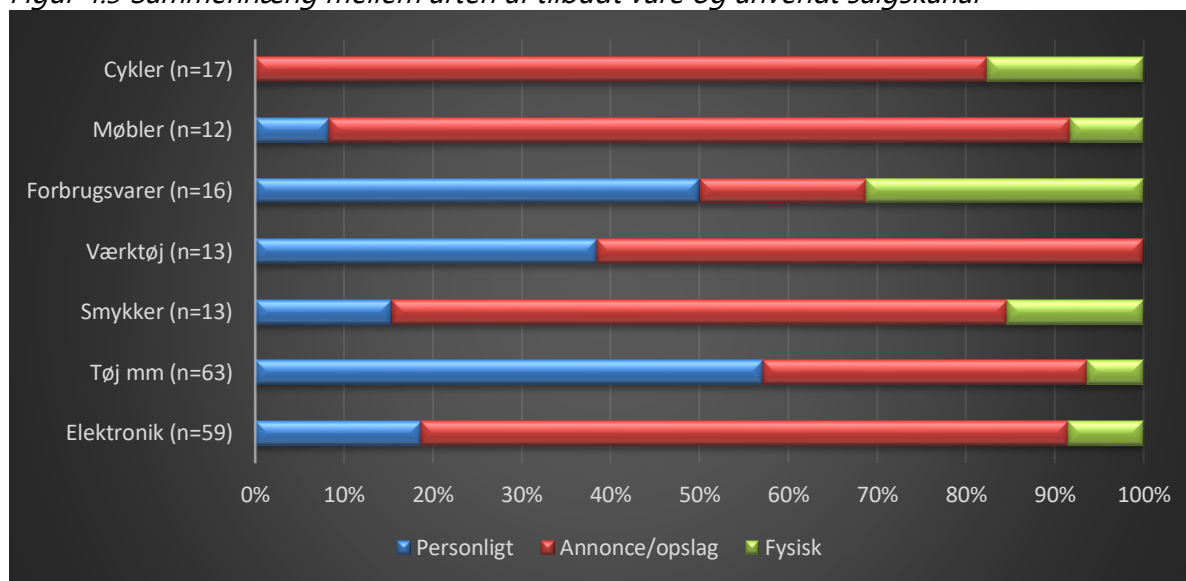
I den undersøgte periode er der sket en vækst i antallet af forskellige kanaler, der benyttes ved køb af stjålne varer. I gennemsnit blev der i 2016-undersøgelsen angivet 1,3 kategorier pr. respondent, mens det i 2020-undersøgelsen drejer sig om 1,5 kategorier og i 2024-undersøgelsen om 1,6 kategorier. Dette kan tolkes som, at sælgere af stjålne varer – ligesom legale forhandlere – anvender både fysiske og digitale kanaler til at betjene markedet. To tredjedele af respondenterne, der har fået tilbudt stjålne varer (2024-måling), angiver, at det er sket gennem én kanal, mens én tredjedel peger på flere salgskanaler.

Det er kun delvist muligt at undersøge, om der er en sammenhæng mellem arten af den tilbudte vare og salgskanalen. Hvis en respondent peger på flere salgskanaler i kombination med flere varekategorier, kan det således ikke fastslås, hvad der hører til hvad. Derfor angår

det følgende kun respondenter, der nævner én salgskanal i kombination med én varekategori (n=193).

Figur 4.5 indikerer, at der er en sammenhæng mellem vare og salgskanal. Tøj mm (som står for tøj, sko, tasker, parfume og skønhedsprodukter) og forbrugsvarer (dagligvarer, spiritus og cigaretter) tilbydes i ca. halvdelen af tilfældene gennem venner, bekendte eller arbejds-kolleger, altså ens personlige netværk. Elektronik og cykler tilbydes derimod næsten udelukkende gennem annoncer (for det meste på nettet).

Figur 4.5 Sammenhæng mellem arten af tilbudt vare og anvendt salgskanal



Kilde: Voxmeter (2024)

4.5. Tilbud af hælervarer online (egne observationer)

I afsnit 3.3 har vi beskrevet, hvad der foregår på sociale medier og i Facebooks lukkede grupper. Her ser vi på åbne online salgskanaler: DBA, G&G og Facebook Marketplace (FB). I Bilag 5 er det beskrevet, hvordan vi har søgt efter hælervarer. Det er vigtigt at understrege, at vi ikke har fastslået, at der er tale om hælervarer. Der er dog signaler, der tyder i denne retning.

4.5.1 Antallet af mistænkelige annoncer

Som beskrevet i Bilag 5 har vi søgt det samme antal timer efter mulige hælervarer på de tre online handelsplatforme. Dermed antager vi, at antallet af mistænkelige annoncer, vi har spottet, er en indikation af, hvor udbredt fænomenet er på disse platforme i forhold til hinanden.

Tabel 4.4 viser, at vi har fundet flest sælgere med suspekte annoncer på FB og færrest på G&G. Dette stemmer godt overens med vores egne vurdering. Sælgere kan MitID-validere sig selv på DBA, og det er obligatorisk på G&G (se afsnit 5.6.2). Antagelsen er nemlig, at MitID-validering har en forebyggende effekt, idet sælgere, der tilbyder hælervarer, dermed ikke er anonyme. Se også afsnit 5.6.3 om adfærdskampagner, hvor MitID-validering promoveres som en af handlingsregler for at undgå at købe hælervarer.

Tabel 4.4 Antallet af sælgere under mistanke for at sælge hælervarer pr. handelsplatform

	Facebook Marketplace	Den Blå Avis	Gul og Gratis
Smykker, ure, tasker	7	7	3
Design	7	5	4
Elektronik	8	3	4
Tøj	2	4	2
Værktøj	4	7	3
Cykler	10	5	1
Dagligvarer	10	3	2
I alt	48	34	19

På Facebook er der flere muligheder for at optræde anonymt. Det er muligt at oprette en såkaldt skal-profil (tom profil), selvom Facebook forsøger at fjerne disse profiler. Facebook håndhæver også reglen om, at nyoprettede profiler ikke har direkte adgang til Marketplace. Disse tiltag ser dog ud til at være mindre effektive end MitID-validering.

Vi har set nærmere på varerne, der tilbydes. Som beskrevet i Bilag 5 har vi noteret maks. ti varer pr. sælger. Selvom handelsplatforme er kendt for handel med brugte varer, viser vores gennemgang, at der ofte også tilbydes nye varer, som er under mistanke for at være hælervarer. Dette gælder logisk nok for dagligvarer, men også i andre kategorier tilbydes nye varer. Det skyldes muligvis også, at en sælger, der tilbyder noget som nyt men uden kvittering, hurtigt vækker mistanke om, at der er tale om hælervarer.

Tabel 4.5 Nye eller brugte hælervarer, der tilbydes

	Nye varer		Brugte varer		I alt	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Facebook Marketplace	131	42%	184	58%	315	100%
Den Blå Avis	98	44%	123	56%	221	100%
Gul og Gratis	53	51%	50	49%	103	100%
I alt	282	44%	357	56%	639	100%

4.5.2 Profil af sælgere under mistanke

Kun ved FB-sælgere har vi lejlighedsvis en fornemmelse af deres alder. Ved DBA- og G&G-sælgere er denne information ukendt. Alt i alt har vi for få oplysninger til at kunne sige noget om sælgernes alder.

Ca. 75 procent af sælgerne af mistænkelige varer er mænd.⁴¹ Dette gælder for alle tre salgsplatforme. Det er ikke overraskende, at mænd udgør flertallet, men det er måske bemærkelsesværdigt, at kvinder alligevel udgør 25 procent af sælgerne. Det er muligt, at en del af kvinderne sælger tyvekoster på vegne af deres kæreste eller mandlige venner. Når vi ser på kønsfordelingen pr. varegruppe (jf. Tabel 4.6), viser det sig, at kvinder er særligt underrepræsenterede i varegruppen 'værktøj' og slet ikke optræder som sælgere i kategorien 'cykler'.

Tabel 4.6 Sælgerens køn efter varegruppe

	Mænd	Kvinder	Andel kvinder
Smykker, ure, tasker	10	5	33%
Design	11	5	31%
Elektronik	10	3	23%
Tøj	5	2	29%
Værktøj	12	2	14%
Cykler	13		0%
Dagligvarer	8	5	38%
I alt	69	22	24%

Tabel 4.7 Sælgerens geografiske placering pr. handelsplatform

	Facebook Marketplace	Den Blå Avis	Gul og Gratis
Nordjyllands Politikreds	1	1	5
Østjyllands Politikreds	8	13	2
Midt- og Vestjyllands Politikreds	4	1	5
Sydøstjyllands Politikreds	3		2
Syd- og Sønderjyllands Politikreds		2	
Fyns Politikreds		2	2
Midt- og Vestsjællands Politikreds	8	4	
Sydsjællands og Lolland-Falsters Politikreds	3	2	
Nordsjællands Politikreds	6	4	
Københavns Vestegns Politikreds	7	6	1
Københavns Politikreds	8	8	2
I alt	48	34	19

⁴¹ Fra 91 af de 101 identificerede sælgere, er kønnet kendt.

Sælgerens kommune er også kendt. Vi har samlet oplysningerne pr. politikreds, jf. Tabel 4.7. Det giver ikke et overraskende billede, men tabellen viser tydeligt, at G&G har flest brugere i Jylland og på Fyn. Dette gælder for alle annoncer på denne platform.

4.6 Køb af hælervarer (befolkningsundersøgelser)

I afsnit 4.4 og 4.5 handlede det om tilbud af hælervarer, mens i dette afsnit ser vi nærmere på dem, der indrømmer, at de faktisk har købt hælervarer. Vi må antage, at tallene ikke repræsenterer realiteten. Chancen for, at dem, der bevidst køber stjalne varer, deltager i en befolkningsundersøgelse om dette emne, anser vi som ringe. Derudover er der også sandsynlighed for at en del af respondenterne ikke vil indrømme deres køb af stjalne varer. Så procentdelen af respondenterne, der svarer, at de har købt hælervarer, siger ikke så meget i sig selv. Det bliver dog mere interessant, når vi ser på udviklingen. Vi antager nemlig, at de samme metodiske problemer gør sig gældende ved målingerne gennem årene.

4.6.1 Prævalens

I Storbritannien er omfanget af køb af hælervarer undersøgt via den nationale offerundersøgelse, British Crime Survey. På baggrund heraf viser Sutton (1998), at 11 procent af den voksne befolkning bevidst har købt hælervarer inden for de seneste fem år, mens denne andel beregnes til 7 procent i en undersøgelse baseret på data fra 2003 (Sutton, Hodgkinson & Levi 2008). Forklaringen på forskellen er højst sandsynligt, at førstnævnte undersøgelse vedrører køb af hælervarer i en periode på fem år mod kun 12 måneder i den sidstnævnte.

Samme niveau er konstateret i en undersøgelse i New South Wales i Australien fra slutningen af 1990'erne (Allen, 2000). Undersøgelsen viser desuden en meget stor aldersmæssig variation i omfang af købere af stjalne varer, og at ganske mange (40 procent) af dem, der var blevet tilbudt stjalne varer, kendte personen, der tilbød varen.

De første danske befolkningsundersøgelser peger på, at det er en betydeligt lavere procentdel af befolkningen, der svarer, at de har købt stjalne varer. De senere undersøgelser understreger, at ordlyden af spørgsmålet samt svarmulighederne er ret afgørende for resultatet.

I de første undersøgelser (2000 og 2010) blev der stillet spørgsmålet: "Har du nogensinde købt varer, som du troede eller havde viden om, var stjålet?", med svarmulighederne ja eller nej. I de senere undersøgelser (2016, 2020 og 2024) er spørgsmålet ikke designet som et ja-nej respons, men der er valgt en mere nuanceret fremgang. Ordlyden på spørgsmålet og svarmulighederne er som følgende:⁴²

⁴² Vi tolker svarmulighed A som 'nej', B som 'måske' og svarmulighed C og D som 'ja'.

Hvilket af følgende udsagn om køb af stjålne varer er du mest enig i?

- A. Jeg føler mig ret/helt sikker på, at jeg aldrig har købt stjålne varer.
- B. Jeg har på et tidspunkt været i en situation, hvor jeg følte mig usikker på, om den vare, jeg købte, var stjålet.
- C. Jeg har på et tidspunkt været i en situation, hvor jeg havde velbegrundet mistanke om, at den vare, jeg købte, var stjålet.
- D. Jeg har på et tidspunkt været i en situation, hvor jeg følte mig ret/helt sikker på, at den vare jeg købte, var stjålet.

Spørgsmålet om respondenterne har købt stjålne varer indenfor 3 år eller de sidste 12 måneder ligger i forlængelse af spørgsmålet om, hvorvidt respondenterne har fået tilbudt stjålne varer. De, der svarer 'ja' eller 'måske' på dette spørgsmål, er spurgt om de også har købt stjålne varer.

Svarene på disse spørgsmål findes i Tabel 4.8. Med undersøgelsens usikkerhed in mente kan vi konkludere, at ca. 5 procent af danskere i de seneste tre undersøgelser siger, at de på et eller andet tidspunkt har købt stjålne varer, mens ca. 15 procent følger sig usikker på, om det har været tilfældet.

For så vidt angår tidspunktet for seneste køb af stjålne varer, er der markante forskelle mellem de tre undersøgelser, idet 1-2 procent af deltagerne i 2016- og 2020 undersøgelserne tilkendegav, at de havde købt stjålne varer inden for de sidste tre år, mens 2024-undersøgelsen viser en markant højere andel. Tilsvarende gælder, når der ses på andel købere inden for det seneste år – ca. 1 procent i 2016- og 2020-undersøgelserne mod 2,5 procent i 2024-undersøgelsen. Det tyder på, at flere hyppigere køber stjålne varer i dag end tidligere. Det er dog antagelig lidt for tidligt at drage denne konklusion. En måling om et par år må vise, om der virkelige er tale om et skift i adfærd.

Tabel 4.8 Procentdel af respondenterne, der tilkendegiver, at de har købt stjålne varer

	Uden tidsbegrænsning		Indenfor de sidste 3 år	Indenfor de sidste 12 måneder
	Måske	Ja		
2001		4,8 %		0,7 %
2010 ⁴³		5 %		
2016	15,7 %	4,8 %	1,9 %	1,0 %
2020	12,7 %	3,6 %	1,5 %	0,8 %
2024	15,4 %	4,7 %	3,5 %	2,5 %

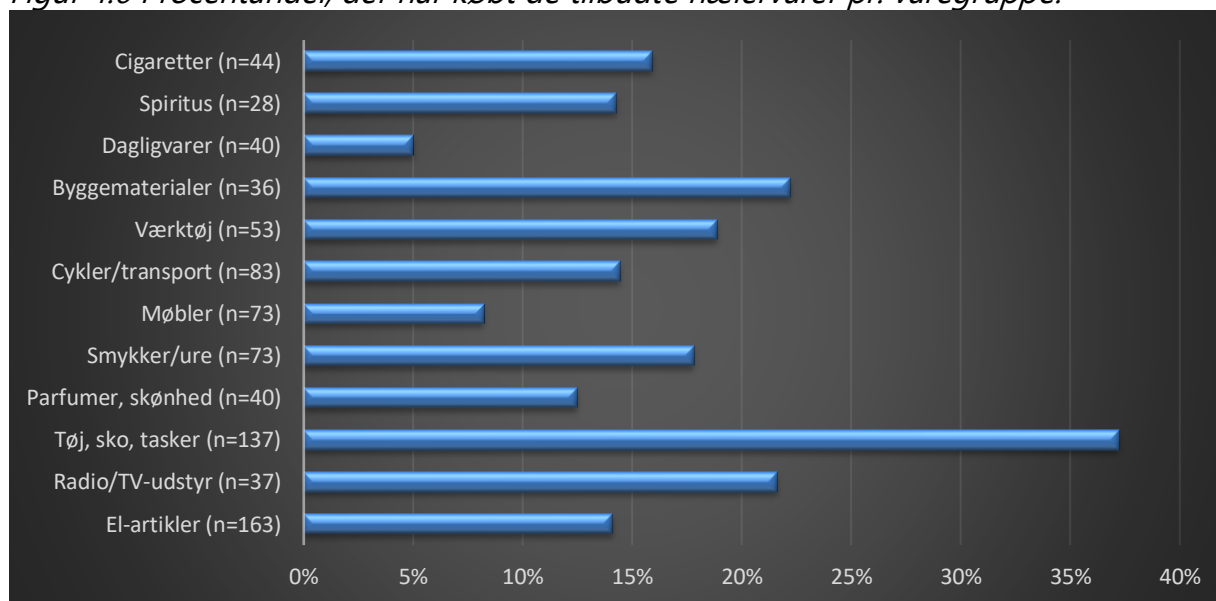
⁴³ I 2010-undersøgelsen oplyses kun, at 5% af respondenterne har svaret 'ja' på spørgsmålet om de nogensinde har købt stjålne varer. Der er ikke spurgt om det samme, indenfor de sidste 12 måneder.

4.6.2 Salgskanaler

Der er allerede beskrevet, hvilke stjålne varer respondenterne har fået tilbudt gennem årene. Her ser vi nærmere på, om der er forskel eller overensstemmelse mellem udbudte og købte varer. Såfremt sidstnævnte er tilfældet, kan det antages, at de, der siger, at de har købt stjålne varer, har købt alle disse varer. Der vil naturligvis være undtagelser, men spørgeskemaet giver ikke mulighed for en mere nøjagtig opgørelse.

Der er 455 respondenter, der har fået tilbudt stjålne varer indenfor de seneste 3 år i målingen fra 2024. Af dem svarer 106 (23 procent), at de også har købt disse varer. Figur 4.6 viser andelen af respondenterne, der har købt den tilbudte vare, udspecificeret efter varegruppe. Det gøres opmærksom på, at resultaterne burde tolkes med omhu, for det handler om forholdsvis små tal, der ligger bag disse procentsatser. Der er dog klart, at respondenter, der har fået tilbudt hælervarer indenfor kategorien 'tøj, sko og tasker', er mest tilbøjelige til at købe varen.

Figur 4.6 Procentandel, der har købt de tilbudte hælervarer pr. varegruppe.

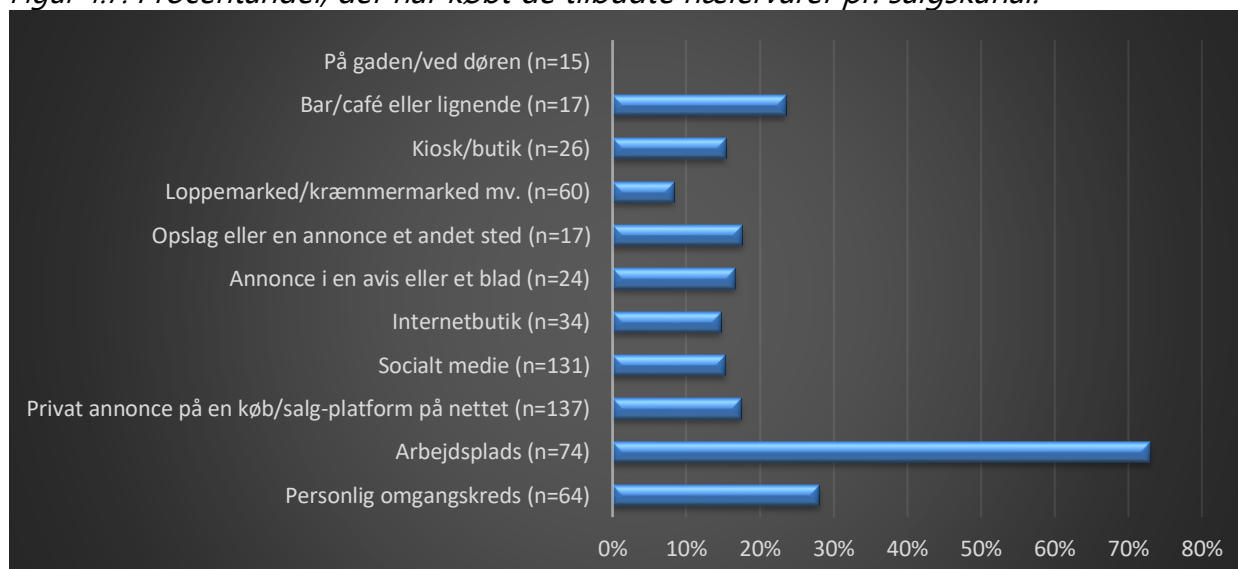


Kilde: Voxmeter (2024)

På samme måde er det undersøgt, om der findes forskelle mellem de forskellige salgskanaler. Figur 4.7 viser resultatet. Det fremgår tydeligt, at de fleste respondenter har købt tilbudte hælervarer på arbejdspladsen. Når vi lægger de online salgskanaler sammen og sammenligner det med offline salgskanaler, så viser det sig, at chancen for, at en respondent køber den tilbudte hælervare, er dobbelt så stor for offline kanaler end for online salgskanaler. Det kan muligvis forklares med den sociale afstand (Bogardus, 1925) mellem sælger og køber. Hypotesen er, at folk er mere tilbøjelige til at købe tilbudte hælervarer, hvis de kender sælgeren personligt eller gennem en ven. Denne hypotese støttes ved salg på gaden/ved døren.

Det er offline, men sælgeren er en fremmed. Ingen af respondenterne har købt den tilbudte hælervare gennem den salgsmetode.

Figur 4.7. Procentandel, der har købt de tilbudte hælervarer pr. salgskanal.



Kilde: Voxmeter (2024)

4.6.3 Profil af køberen

Kvalitative undersøgelser af karakteristika ved køberne af stjålne varer peger gerne på, at køberne repræsenterer alle sociale lag (se f.eks. Patel 2013). I en dansk undersøgelse (Kalkan 2021), beskriver en af de unge indbrudstyre køberne således: "Der er tre slags kunder, der er luksuskunder, og så er det der medium, og så er der junkiepris" (s. 663). Luksuskunden søger luksusvarer og er indstillet på at give en god pris, mens 'junkiepris', som ordet antyder, indebærer en ringe betaling for den stjalne vare. Samme person angiver, at prisen på varen er bedre, når der sælges til 'kunder' frem for til forretninger i nærområdet. Prisen på hælervarer angives helt gennemgående til at være en tredjedel af købsprisen (ibid.).

Befolkningsundersøgelsen fra 2010 viser blandt andet, at køberne i markant højere grad er unge frem for ældre, mænd frem for kvinder, ugifte eller enlige frem for gifte eller samlevende og faglærte frem for andre erhvervsuddannelser. Det er desuden en relativ stor andel af køberne, der bor i hovedstadsområdet (Justitsministeriets Forskningskontor 2011). Disse karakteristika kan tyde på, at køberne primært skal findes blandt den del af befolkningen, der relativt hyppigt færdes uden for hjemmet og dermed også har en større sandsynlighed for at blive tilbudt hælervarer.

I forhold til den seneste befolkningsundersøgelse (Voxmeter, 2024) er der allerede beskrevet, hvad der karakteriserer dem, der oftere end andre får tilbudt stjålne varer: Det er mænd under 50 år, der bor for sig selv, og som køber lovligt brugte varer hos private sælgere på

nettet. Her ser vi nærmere på hvem af dem, der køber de stjålne varer, de har fået tilbudt. Hertil anvendes også en logistisk regressionsanalyse med samme syv variabler som i den tidligere (se Bilag 6).

Analysen viser, at tre ud af de syv variabler har en signifikant effekt på spørgsmålet om, hvorvidt respondenterne køber varen, de har fået tilbudt: 1) alder, 2) køber fra private og 3) ikke været udsat for indbrud.

Det viste sig at være af betydning om respondenterne er yngre for om man fik tilbuddet. Det samme gør sig i høj grad også gældende med hensyn til, om man rent faktisk køber den tilbudte vare. Tilsvarende parallelitet gør sig gældende med hensyn til mht. spørgsmålet om man køber brugte varer fra private på nettet. Analysen viser videre – noget overraskende – at de, der har været udsat for indbrud, er mere tilbøjelige end andre til at købe tilbudte hælervarer. Hvad dette beror på, er ikke muligt at vurdere på baggrund af de relativt få baggrundsoplysninger, undersøgelsen omfatter.

Variablerne køn og civilstatus har indflydelse på, om hvorvidt man får tilbudt at købe en stjålet vare, men de er ikke relateret til sandsynligheden for, om man også rent faktisk køber varen.

5 Lovgivning, tilsyn og kontrol, efterforskning og forebyggelse

I dette sidste kapitel ser vi på lovgivning, tilsyn og efterforskning i forhold til hæleri af stjålne varer. Lovgivning og tilsyn har til formål at forebygge hæleri, mens efterforskning kommer i spil, når loven er overtrådt, men kan også have en almen og specifik forebyggende effekt. Derudover er der aktuelle supplerende forebyggelsesinitiativer. I dette kapitel gives en opsummering af eksisterende eller afprøvede tiltag, men ikke altid med en evaluering af disse indsatser.⁴⁴

5.1 Lovgivning

Udover straffelovens bestemmelser om hæleri er der to love, som er relevante i forhold til hæleri af stjålne genstande: auktionslederloven fra 1935 og marskandiserloven fra 1966. Lovene er stort set uændrede siden deres indførelse, men den samfundsmæssige og teknologiske udvikling har medført, at justitsministeren den 2. maj 2017 nedsatte et udvalg med henblik på en revision af disse love. Udvalget afgav sin betænkning (nr. 1580/2022) den 17. marts 2022, og den 9. oktober 2024 fremsatte justitsministeren to lovforslag (2024/1 LSF 54 og 2024/1 LSF 55) med afsæt i denne betænkning.

Det er klart, at online handel har ændret både auktioner og handel med brugte genstande markant. Under de nuværende regler er online handel ikke omfattet af lovene. Det vil ændre sig, hvis lovforslagene bliver vedtaget i Folketinget. Det betyder, at erhvervsdrivende, der kun handler online, fremover skal søge om bevilling fra politiet, dokumentere deres handel, afkræve kundelegitimation⁴⁵ og informere politiet, hvis der er begrundet mistanke om hælervarer. Onlineauktioners salg af brugte genstande vil også være omfattet af den nye marskandiserlov jf. § 1, stk. 1, nr. 2.

⁴⁴ Den tredje rapport i forbindelse med dette forskningsprojekt ser på effekter af forebyggelsesstrategier. Rapporten udkommer, efter planen, ultimo 2025.

⁴⁵ Legitimationspligten gælder ikke under den nuværende lov, men i lovforslag lægges op til dette krav, hvis handelsværdien overstiger 2.000 kr. Rigspolitiet og Det Kriminalpræventive Råd har sat spørgsmålstejn ved denne beløbsgrænse i deres høringssvar (<https://www.ft.dk/samling/20241/lovforslag/L55/bilag/1/2918373.pdf>, senest besøgt den 5. november 2024). Samme bekymring har enkelte MF'er udtrykt under lovens første behandling (https://www.folketingstidende.dk/samling/20241/salen/M11/20241_M11_referat.pdf#L55, senest besøgt den 5. november 2024).

Fysiske auktioner skal finde sted under ledelse af en beskikket auktionsleder, hvor beskikelsen udstedes af justitsministeren. Dette varetages i praksis ofte af fogedretten, som er kontrol- og tilsynsmyndighed på området.⁴⁶

Marskandiserloven gælder indtil videre kun for erhvervsdrivende med et fysisk salgssted. Udvalget påpeger dog, at også privatpersoner sælger i stor stil på nettet samt på loppemarkeder og såkaldte "hyldemarkeder", hvor private kan leje salgshylder i genbrugsforretninger. Dermed opstår spørgsmålet om, hvorvidt private sælgere også skal omfattes af marskandiserloven. Udvalget foreslår, at privatpersoners handel med brugte genstande omfattes af loven, hvis den pågældende har et erhvervsmæssigt øjemed og hvis handlen ikke sker lejlighedsvist. Denne udvidelse er indarbejdet i lovforslaget. En konkret vurdering vil afgøre, om en given privatperson er omfattet af loven.

Under den nuværende lovgivning skal en erhvervsdrivende ansøge om en bevilling ved Politiets Administrative Center.⁴⁷ Ifølge loven skal der føres forretningsbog over alle køb og salg.

Online handelsplatforme som Den Blå Avis, Gul & Gratis og Facebook Marketplace er ikke omfattet af marskandiserloven, og det ændrer sig ikke ifølge lovforslaget. Udvalget har overvejet, om udbydere af disse platforme skulle forpligtes til at sikre sig identiteten på køber og sælger. Det er dog ikke muligt at pålægge udenlandske online markedspladser såsom Facebook, Amazon og eBay en sådan forpligtelse. "Udvalget finder dog, at udviklingen på området bør følges tæt, således at der iværksættes relevante lovgivningsinitiativer, hvis der på et senere tidspunkt konkret måtte opstå behov herfor" (Betænkning 1580, s. 137).

Det er bemærkelsesværdigt, at udvalget og i forlængelse heraf ministeren jf. lovforslaget mener, at der på nuværende tidspunkt ikke er et konkret behov for bedre regulering af f.eks. Facebook.

I forhold til auktioner skal lederen føre en auktionsbog med auktionskatalog som bilag. Ifølge loven har en auktionsleder undersøgelsespligt, hvis der er mistanke om f.eks. stjålne genstande. Udvalget har overvejet, om auktionsledere skal forpligtes til at kontrollere, om genstande er registreret i private databaser som f.eks. The Art Loss Register. Udvalget vurderer, at et sådant krav ikke kan forsvares i forhold til forventede resultater og omkostninger

⁴⁶ En repræsentant fra fogedretten tilkendegiver, at de kun fører tilsyn med auktionsledernes regnskab og registreringen af køber og sælger i auktionsbogen. Kontrollen af, om en auktionsvare har en lovlig herkomst, ligger dog hos auktionslederne.

⁴⁷ Her kan læses om de krav politiet stiller til en bevilling: <https://politi.dk/service-og-tilladelser/drift-af-virksomhed/handel-med-brugte-genstande-og-pantelaanervirksomhed> (senest besøgt den 24. oktober 2024)

for auktionsvirksomheder. De foreslår derimod, at der skal etableres et elektronisk søgbart register over stjålne genstande som erstatning for Rigspolitiets nuværende kosterdatabase. Vi vender tilbage til dette forslag i afsnit 5.3.3.

5.2 Tilsyn og kontrol

Vi har ikke systematisk undersøgt, hvordan og hvor ofte politiet kontrollerer erhvervsdrivende, der har en bevilling til handel med brugte genstande, men vi vover at påstå, at det sker ret sjældent. Kun i Nordsjælland har vi talt med repræsentanter fra politiet, som siger, at de udfører bestemte kontrolbesøg. Disse besøg omhandler primært guldsmede – ikke for at se efter hælervarer, men for at se, hvem der hyppigt indleverer smykker til disse forretninger. På den måde kan politiet danne sig et indtryk af aktive indbrudstyve i deres geografiske område.

Ifølge bekendtgørelse af lov om handel med brugte genstande samt pantelånvirksomhed⁴⁸ (LBK nr 1042 af 04/09/2015)⁴⁹ skal politiet føre tilsyn med de virksomheder, der har fået en bevilling. Der er dog ikke bestemte regler for, hvordan og hvor ofte politiet skal føre tilsyn. I interviewsamtaler der høres en vis skepsis overfor, hvor effektivt det vil være at kontrollere forretningsbogen, men først og fremmest er det ikke et område, der står øverst på dagsordenen. Der er ingen signaler om problemer, der kræver en indsats.

At føre en forretningsbog over alle køb og salg virker også lidt realitetsfjernt, når det drejer sig om de erhvervsdrivende, der omsætter mange varer.⁵⁰ Vi har hørt i samtaler med disse forhandlere, at de kun noterer et køb, hvis der er tale om en dyr, værdifuld genstand. For at danne et overblik over køb og salg benyttes regnskabet. Ved erhvervsmæssig handel med brugte varer skal der afregnes moms for differencen mellem købs- og salgspris.⁵¹

⁴⁸ Pantelånvirksomhed er ikke et udbredt fænomen i Danmark, men der findes enkelte virksomheder. Pantsat.dk præsenterer sig selv som landets største og tilkendegiver, at de har fået markant flere kunder under COVID-19 pandemien. Se: <https://it-kanalen.dk/banklaansafviste-danskere-gaar-til-pantelaaneren/> (senest besøgt den 4. november 2024).

⁴⁹ <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2015/1042> (senest besøgt den 28. oktober 2024)

⁵⁰ I lovforslaget er der lagt op til at afskaffe forretningsbogen. Erhvervsdrivende er allerede bogføringspligtige efter reglerne i bogføringsloven. Og denne lov giver mulighed for at foretage elektronisk bogføring. Se også: <https://erhvervsstyrelsen.dk/hvem-skal-bogfoere-og-hvem-skal-bogfoere-digitalt> (senest besøgt den 5. november 2024).

⁵¹ Det er en kilde til frustration, at erhvervsdrivende skal betale moms og skat over deres omsætning, mens såkaldte private, der handler med brugte varer, slipper for det. Det virker konkurrenceforvridende efter mening af erhvervsdrivende.

Ifølge bekendtgørelsen (§14) skal bevillingshaveren straks give politiet meddelelse, hvis der er begrundet mistanke om manglende lovlig adkomst af et tilbud. Desuden skal bevillingshaveren tilbageholde genstandene, indtil politiet ankommer. Det kan ikke udelukkes, at det sker en gang imellem, men repræsentanter fra politiet nævner ikke, at de får kendskab til hælervarer gennem anmeldelser fra erhvervsdrivende.

5.3 Identificering og lokalisering af tyvekoster/hælervarer

Under overskriften "Identificering og lokalisering af tyvekoster/hælervarer" omtales instrumenter/tiltag, der kan hjælpe med at identificere eller finde frem til stjålne genstande: mærkning, sporing, kosterdatabase og webscraping. Disse tiltag kan have en forebyggende effekt, men kan også være behjælpelige for efterforskere.

5.3.1 Mærkning

Anbefalingen om at mærke værdigenstande har efterhånden mange år på bagen. Det Kriminalpræventive Råd (DKR) påstår på deres hjemmeside, at "mærkede ting er svære at sælge. Hvis de alligevel bliver stjålet, er det nemmere for politiet at opklare sagen og give dig dine ting tilbage." Der peges på forskellige mærkningsmetoder: en UV-pen med usynligt blæk, en synlig mærkningspen eller en gravørpen. Et nyere alternativ er mærkning med kunstig DNA.⁵² Den samme tankegang finder vi hos EUCPN, det europæiske kriminalpræventive netværk (EUCPN, 2022).

Sutton er dog skeptisk over for den forebyggende effekt af mærkning af værdigenstande. Han påpeger, at der mangler bevis for påstande om den forebyggende effekt (Sutton, 2014, s. 7).

Property marking has never been proven to reduce theft largely because thieves steal both "invisibly" and clearly marked property and fences and citizens will buy it (Sutton 2010a). Therefore, the oftentimes bold assertions made by commercial companies for the success of their expensive property-marking products have never been confirmed by independent academic research.

Der er gennemført to danske eksperimenter med DNA-mærkning (Kylvsgaard 2018; Kylvsgaard & Ribe, 2021). Her er der undersøgt, om skiltning med DNA-mærkning har en forebyggende effekt på indbrud. Effektevalueringen viste, at den samlede forsøgsgruppe, der havde fået tilbud om mærkningskit, ikke havde en klart mindre risiko for at blive udsat for indbrud end kontrolgruppen. I forhold til tyve-/hælerekoster konkluderes, at DNA-mærkning

⁵² <https://dkr.dk/indbrud/indbrud-i-din-bolig/maerkning> (senest besøgt den 4. november 2024).

i teorien må betragtes som nyttig, da politiet kan se, at en genstand er stjålet. Om det i virkeligheden også fungerer sådan, er dog ikke undersøgt (Kvsgaard & Ribe, 2021, s. 36-37). Denne undersøgelse tyder dog på, at det er ganske vanskeligt at motivere privatpersoner til at mærke deres værdifulde genstande – også selvom de tidligere har været udsat for indbrudstyveri. De teknikker, der i dag anvendes til mærkning af indbo mv., er desuden ikke optimale i forhold til muligheden for hurtigt og enkelt at kunne genfinde tyvekosterne (ibid.). Det betyder, at politiet skal anvende mange ressourcer på at spore stjalne genstande.

Når der anvendes DNA-mærkning, kan det registreres i Secure Asset Register. Det er en privat database, men ifølge virksomhedens hjemmeside er den godkendt af politiet og forsikringsselskaber.⁵³

5.3.2 Sporing

GPS-trackere er blevet en "booming business" og har mange anvendelsesmuligheder. De kan fungere som personlige trackere til f.eks. sårbare ældre eller som trackere til en hund eller kat. I forhold til tyveri/hæleri kan en tracker også være nyttig, da den kan afsløre lokationen af stjalne varer. Dette er dog naturligvis under forudsætning af, at trackeren ikke er blevet deaktiveret af tyven eller hæleren.

En del genstande har en indbygget sporingsfunktion. Det gælder i princippet alle apparater med en telekommunikationsfunktion, men også luksusbiler og entreprenørmaskiner. I hvilket omfang virksomheder og private benytter sig af GPS-trackere til forebyggelse af tyveri/hæleri er uklart, men det er vores fornemmelse, at markedet er i vækst, nu hvor der findes billige GPS-trackere på markedet. Vi har heller ikke overblik over, hvor ofte politiet modtager en anmeldelse, hvor en virksomhed/borger oplyser, hvor deres stjalne genstand befinder sig. Men det sker, hvilket bl.a. kan ses i politiets følgende besked på X:

En cyklejer meldte torsdag sin el-ladcykel stjålet til politiet, men personen udstyrede samtidig politiet med værdifuld viden. Via en gps stod det således klart, at cyklen befandt sig i Indre By i København. Og da Københavns Politi dukkede op med en patrulje på stedet, traf de en 45-årig mand, der nu er sigtet for hæleri. Cyklens ejer ankom kort efter til stedet og fik sin cykel med hjem, skriver Københavns Politi på X.⁵⁴

⁵³ <https://www.secureassetregister.com/da> (senest besøgt den 5. november 2024). Ifølge virksomheden bag dette register, SelectaDNA, reducerer DNA-mærkning indbrud og tyveri med op til 83 procent. Evidensen for denne påstand mangler dog.

⁵⁴ <https://www.tv2kosmopol.dk/kobenhavn/afsloeret-af-gps-nu-er-45-aarig-sigtet-for-haeleri> (senest besøgt den 5. november 2024)

Trackere har dog nogle mangler. For det første findes der forskellige værktøjer til at uska-
deliggøre dem, f.eks. sweepere (som kan identificere, om et objekt indeholder en tracker)
og jammere (som blokerer signalet fra trackeren). Nye teknologier udvikles dog konstant for
at være på forkant med kriminaliteten. For at undgå jammere har visse mærker, såsom Sig-
fox, udviklet trackere, der ikke kan blokeres takket være deres korte og lav-effekt signaler på
tilfældige frekvenser. En anden mangel er vanskeligheden ved præcist at lokalisere en tracker
i et tæt befolket område (EUCPN, 2022, s. 9).

Der er også virksomheder, der specialiserer sig i mærkning og sporing. Et eksempel er Uni-
secure⁵⁵ drevet af Henrik Olsen, som ofte optræder i adskillige medier.⁵⁶ Vi har ikke et over-
blik over, hvor mange virksomheder der tilbyder disse services, men en Google-søgning vi-
ser, at der findes en hel del af disse sikringsvirksomheder.

5.3.3 Register over stjålne genstande⁵⁷

Udvalget bag betænkningen om marskandiserloven og auktionslederloven har set nærmere
på politiets kosterdatabase (Betænkning 1580/2022, s. 74-76). Oplysninger om stjålne ge-
stande registreres i politiets sagsbehandlingssystem og kosterdatabasen, men systemerne
er ikke integrerede, og søgemulighederne er derfor begrænsede. Udvalget foreslår derfor
etableringen af et elektronisk søgbart register over stjålne genstande.

Tanken om at oprette et register over stjålne genstande har i længere tid været et ønske fra
bl.a. Bo Trygt-samarbejdet.⁵⁸ Der har været kontakt med repræsentanter fra hollandsk politi
og justitsministeriet om deres erfaringer med netop sådan en database. I 2023 blev der etab-
leret en forening med Forsikring & Pension i spidsen med det formål at udvikle et kosterre-
gister: Register over stjålne genstande, senere døbt: TyveriTjek. På finansloven 2023 er der
afsat 3,5 mio. kr. til udvikling og yderligere 1 mio. kr. årligt i de næste 3 år til drift, hvilket
udgør i alt 6,5 millioner kr.

⁵⁵ Unisecure tilbyder DNA mærkning, varevognssikring og tracking & sporing ved indbygning af
sporing i enheder (<https://unisecure.dk/om-unisecure>, senest besøgt den 5. november 2024).

⁵⁶ Henrik Olsen viser i TV2 Kosmopol dokumentaren Indbrud på bestilling ([https://www.tv2kosmo-
pol.dk/indbrud-paa-bestilling](https://www.tv2kosmo-pol.dk/indbrud-paa-bestilling), senest besøgt den 5. november 2024) hvordan han finder frem til stjå-
let værktøj med hjælp af en gps-tracker. Når lokationen er identificeret, kontaktes politiet.

⁵⁷ På nuværende tidspunkt findes politiets cykelregister, som bruges til at tjekke, om en cykel er
anmeldt stjålet. Stelnummeret fungerer som søgenøgle. F&P arbejder på at udvikle et digitalt stel-
nummer baseret på en QR-kode. I forlængelse heraf arbejder F&P også på at etablere et cykelejer-
register. (<https://fogp.dk/politik/forsikringspolitik/cykelejerregister-og-digitalt-stelnummer/>, senest
besøgt den 23. november 2024).

⁵⁸ [https://www.tryghed.dk/viden/nyheder/2023/skidt-nyt-for-indbrudstyre---nu-starter-arbejdet-
med-et-kosterregister](https://www.tryghed.dk/viden/nyheder/2023/skidt-nyt-for-indbrudstyre---nu-starter-arbejdet-med-et-kosterregister) (senest besøgt den 6. november 2024).

Første fase er gennemført i 2023/24. I fase 1 af udviklingen har politiet implementeret en ny online anmeldelsesblanket⁵⁹, hvor borgerne kan indberette stjålne genstande. Disse data overføres til TyveriTjek-databasen via et API (applikationsprogrammeringsinterface). Systemet muliggør også, hvis borgeren giver samtykke, at de samme data kan deles med forsikringsselskabet, hvilket kan lette processen med at få erstatning. Borgerne kan selv vælge, om de ønsker at anmelde genstande til deres forsikring.

I første omgang registreres genstande der er stjålet ved indbrud, men på sigt skal systemet også omfatte stjålne genstande fra andre typer af kriminalitet såsom cykeltyveri, og tyveri fra virksomheder og byggepladser forudsat at genstandene er identificerbare.

Nordsjællands Politi er tovholder for politiets online anmeldelsesblanket der anvendes ved indbrud i private hjem. Den har været i drift siden april 2023 i Nordsjælland og bliver implementeret i resten af landet i løbet af 2025. Forventningen er at politiet ligeledes udvikler en online-anmeldelsesblanket for tyveri i 2025.

I fase 2 af TyveriTjek-udviklingen er fokus på at involvere professionelle aktører såsom handelsplatforme, guldsmede, marskandisere og auktionshuse. Disse aktører vil have mulighed for at integrere deres systemer med TyveriTjek-databasen, hvilket vil tillade automatisk opslag og sammenligning af varer i databasen. Dette vil hjælpe med at forhindre handel med stjålne genstande.

Hvorvidt TyveriTjek fører til politianmeldelser fra erhvervsdrivende om, at de har fået tilbudt stjålne varer, må tiden vise. Vi håber at kunne berette nærmere om dette i forskningsprojektets tredje rapport.

En søgbar database med stjålne genstande glæder i hvert fald de efterforskere, vi har talt med. De oplever ofte, at de står med en genstand, som – efter deres overbevisning – er stjålet, men hvor det er svært at bevise, da de ikke kan linke genstanden til et indbrud. Hvor nyttig databasen vil være i praksis, afhænger bl.a. af, hvor mange stjålne genstande der reelt er registreret i databasen og selvfølgelig af brugernes villighed til at slå op før et køb.

Det er også ambitionen, at TyveriTjek bliver tilgængelig for borgere. Ideen er, at der udvikles en app, hvor borgerne kan slå op, om en genstand er meldt stjålet.⁶⁰

⁵⁹ <https://politi.dk/indbrud/registrerstjaalnegenstande> (senest besøgt den 5. november 2024).

⁶⁰ Under udvalgets arbejde (Betænkning 1580/2022, s. 79-80) pegede politiet på risikoen for, at et offentligt tilgængeligt register også kan udnyttes af indbrudstyre. De kan slå op, om deres stjålne genstande er registreret i databasen.

I en befolkningsundersøgelse (Voxmeter, 2024) har vi stillet følgende spørgsmål: "Hvis det var muligt at søge i en app for at tjekke, om en vare, du er interesseret i, er stjålet, ville du så gøre det?" Ikke overraskende svarer de fleste (73 procent), at de ville gøre det. Om intentionen også fører til handling, er dog spørgsmålet.

5.3.4 Webscraping

I en undersøgelse om udbud af stjålne varer på online secondhand-forretninger (Quinn et al., 2023) påvises det, at de indikatorer, der får den potentielle køber til at mistænke, at en vare er stjålet, er uafhængige af typen af online forretning. Indikatorerne omfatter følgende:

- varens pris er under en tredjedel af den forventede værdi,
- sælgers anonymitet,
- dårligt, begrænset eller intet foto af varen,
- sælgers beskrivelse af varen indikerer, at sælger ikke har kendskab til varens værdi,
- varen er låst/har glemt password,
- ønske om hurtigt salg,
- anmodning om kontanter ved salg.

Denne liste over signaler, der skaber tvivl om varens oprindelse/ejerskab, har givet anledning til forslag om at udvikle en webscraping-tilgang, der automatisk identificerer mistænkelige websites med brugte varer på internettet og automatisk videresender oplysninger herom til politiet.

Det blev desuden undersøgt, hvorvidt de lovlydige internetbrugere, der tilfældigt ser websites med mistænkelige varer, ville melde dette til politiet og dermed bidrage til at forebygge handelen. Imidlertid var det kun 5 procent af disse personer, der reelt havde adviseret politiet eller websiteadministrator, hvilket dels skyldtes, at de ikke var helt sikre på, om der reelt var tale om stjålne varer, og dels mente, at online handel ikke var særlig godt reguleret. Undersøgelsen viste dog samtidig, at et stort flertal af de adspurgte med større sandsynlighed ville advare websiteadministrator, hvis de på hjemmesiden blev opfordret til at være årvågne og rapportere mistænkelige websites.

I hvilket omfang dansk politi benytter sig af webscraping, er ukendt for os. Vi ved dog, at der har været mindst ét forsøg på at skrape onlinedata i forbindelse med hæleri tilbage i 2017/2018. Om dette forsøg har ført til mere systematisk indhentning af online data, ved vi ikke, men det er i hvert fald ikke blevet nævnt i vores interviewsamtaler med efterforskere.

5.4 Politiets efterforskningsindsats

(Indbruds)tyveri og hæleri er forbundet med hinanden, hvilket også afspejles i politiets efterforskning. Tyveri eller indbrud er udgangspunktet og kan føre til, at politiet finder frem til tyvekosterne. Hvis det ikke kan bevises, at gerningspersonen er (indbruds)tyven, bliver der typisk rejst sigtelse for hæleri. Det sker også, at politiet finder tyvekoster i forbindelse med en ransagning – det kan være ved en ransagning i forbindelse med indbrud eller f.eks. under efterforskning af narkokriminalitet.

En anden måde, hvorpå politiet kan komme på sporet af tyvekoster og/eller hælervarer, er ved standsning af et køretøj. Det kan være en tilfældig stikprøve eller et resultat af grænsekontrol. I en artikel om grænsekontrol påpeger retspræsidenten for retten i Sønderborg, at der er mange sager om hæleri, hvor personer bliver stoppet i en bil på vej mod grænsen eller i Tyskland med tyvekoster, f.eks. cykler og professionelt værktøj, som politiet kan se, er dansk.⁶¹

De bliver fanget ved grænsen, men gerningsstedet kan være længere nordpå i Jylland eller på Fyn. Det er stjålne varer og hæleri, men man kan ikke se, hvor det er snuppet. Ofte ender sagerne her, også med kendte gerningssteder alene i andre retskredse, selvom det eneste, der knytter dem til Sønderjylland, er, at de bliver stoppet på motorvejen.

Et eksempel på sådan en sag kan læses i følgende pressemeddelelse af Syd- og Sønderjyllands Politi:

UKA Vest har foreløbig fundet 23 gerningssteder forskellige steder i trekantsområdet – bl.a. Kolding, Fredericia og Middelfart. Det elektriske værktøj er blevet stjålet fra både byggepladser og varebiler og det er den foreløbige vurdering, at der er stjålet værktøj for flere hundrede tusinde kroner. De anholdt er to serbiske mænd på 23 og 34 år, en 28-årig bulgarsk mand samt en 27-årig dansk mand fra København. De blev alle anholdt torsdag den 7. oktober på Sønderjyske Motorvej nær Padborg, hvor de var på vej ud af Danmark med tyvekosterne.⁶²

Dansk politi har en Udlændingekontrolafdeling (UKA) i Vest- og Østdanmark, som har det koordinerende ansvar for internationalt samarbejde i forbindelse med omrejsende kriminelle grupper (OKG). Der er daglig kontakt med myndigheder i Tyskland, Sverige og Norge. Oplysninger kan føre til, at der holdes øje med bestemte køretøjer (hotlister). Når disse køretøjer rejser til eller fra Danmark, bliver det registreret med hjælp af automatisk

⁶¹ <https://www.domstol.dk/aktuelt/2023/6/graensen-giver-mange-grundlovsforhoer/> (senest besøgt den 24. oktober 2024).

⁶² <https://politi.dk/syd-og-soenderjyllands-politi/nyhedsliste/fire-personer-varetaegtsfaengslet-i-omfattende-sag-om-tyveri-og-haeleri-af-professionelt-vaerktoej/2021/10/15> (senest besøgt den 28. oktober 2024).

nummerpladegenkendelse (ANPG) kameraer.⁶³ Udfordringen er dog at kunne følge deres færden inden for Danmarks grænser, hvilket kræver ressourcer.

Syd- og Sønderjyllands Politi har efterforsket sagen mod en 51-årig polsk statsborger. Han blev anholdt i Norge ved grænsen til Sverige, og blev udleveret til UKA Vest. Han er dømt for hæleri (23 cykler og et el-løbehjul til en samlet værdi af cirka 140.000 kroner) på seks måneders fængsel, og en indrejseforbud i seks år.⁶⁴

UKA's analyser af OKG-bevægelser og tidlige advarsler deles med politikredsene. Det kan f.eks. dreje sig om advarsler om indrejste personer fra kendte OKG'er, som tidligere har begået kriminalitet i Danmark.

Strafferammen for alment hæleri (§ 290, stk. 1, strfl.) er bøde eller fængsel indtil 1 år og 6 måneder. Straffen kan stige til fængsel i op til 6 år, når der er tale om professionelt eller erhvervsmæssigt hæleri (§ 290, stk. 2, strfl.). Efterforskere tilkendegiver, at det er svært at indlede en efterforskning af professionelle/erhvervsmæssige hælere, hvilket også afspejles i statistikken. Sjældent bliver en person sigtet efter straffelovens § 290, stk. 2. Grunden hertil er blandt andet, at særlige efterforskningsmetoder kræver, at der er tale om groft hæleri – og hvordan sandsynliggør man det uden en indledende efterforskning? Det bliver særligt udfordrende, når mistanken retter sig mod erhvervsdrivende, der både handler med lovlige og ulovlige varer. Bevisbyrden ligger hos politiet, og det er ikke en simpel opgave at bevise, at de ikke har købt varerne i god tro.⁶⁵

5.5 Efterforskning af online hæleri

Den 1. juli 2020 blev retsplejeloven ændret for at styrke politiets muligheder for efterforskning af kriminalitet på internettet. Før ændringen kunne politiet som udgangspunkt kun bruge agenter, hvis der var mistanke om kriminalitetsformer med en strafferamme på seks års fængsel eller mere. Retsplejelovens § 754a tillader nu også agentvirksomhed, hvis der er tale om en overtrædelse af straffelovens § 235, stk. 1 eller 2, eller § 290, stk. 1, af lovgivningen

⁶³ Et overblik over hvor de faste ANPG-kameraer er opstillet findes her: <https://anpg.dk/> (senest besøgt den 24. oktober 2024). Udover de stationære kameraer har politiet et vis antal mobile kameraer. Oplysninger om opstilling af ANPG-kameraer ligger så på nettet og ifølge politiet er mange kriminelle også bekendt hermed og de kan planlægge deres rute efter det.

⁶⁴ <https://www.tvsyd.dk/soenderborg/polsk-mand-doemt-haeleri-af-23-cykler-og-et-el-loebehjul> (senest besøgt den 28. oktober 2024).

⁶⁵ Vi har fundet frem til kun én enkel mediahistorie om en guldsmed, der er dømt for hæleri. Og denne historie er fra helt tilbage til 2012. Sagen omhandler en aarhusiansk guldsmed, der blev dømt skyldig for hæleri af stjalne designermøbler. (<https://www.dr.dk/nyheder/regionale/oestjylland/kendt-guldsmed-skyldig-i-haeleri>; senest besøgt den 28. oktober 2024).

om euforiserende stoffer eller af lovgivningen om våben og eksplosivstoffer, i det omfang overtrædelsen begås ved brug af internettet.

Strafferammen for professionelt eller erhvervsmæssigt hæleri (§ 290, stk. 2) er på seks år, og det var dermed allerede tilladt før lovændringen at udføre agentvirksomhed. Med lovændringen kan agentvirksomhed nu også anvendes ved alment online hæleri (§ 290, stk. 1).

I bemærkningerne til lovforslaget påpeges det, at agentvirksomheden ikke bør anvendes ved helt bagatelagte overtrædelser, hvor salget vedrører hælervarer af meget lav økonomisk værdi. Ordningen er tiltænkt situationer, hvor politiet mistænker en person for at ville overtræde hæleribestemmelsen, f.eks. ved på vegne af en tyv at udbyde stjalne varer til salg på internettet. Politiet skal dog sikre sig, at købet ikke i realiteten bliver en bestilling af nye indbrud.⁶⁶

I hvilket omfang politiet benytter sig af agentordningen i forbindelse med efterforskning af hæleri, er ukendt for os. Vi har dog ikke hørt eksempler i denne retning i vores interview-samtaler med efterforskere. Det synes også her at gælde, at efterforskning af hæleri ikke prioriteres, og at efterforskningsressourcer allokeres til andre lovovertrædelser end hæleri.

Dermed er det ikke sagt, at politiet slet ikke er til stede på nettet i forhold til hæleri. Det er vores indtryk, at efterforskere og især såkaldte OSINT-analytikere/efterforskere⁶⁷ søger på nettet efter stjalne genstande i forbindelse med efterforskning af indbrud/tyverisager.

I en typisk indbrudssag modtager vi først spor fra et indbrud, f.eks. et koben med DNA fra en person. Vi opsøger derefter denne person, men ofte er de stjalne effekter allerede solgt, da der kan gå lang tid, før vi får kontakt. Vi forsøger derefter at spore, hvor disse effekter er endt. Dette hjælper os med at identificere potentielle hælere. Nogle gange er det forurettede selv, der opdager, at deres genstande er til salg online og giver os oplysninger. Dette giver os et navn og en identitet, men vi kan ikke altid fastslå, om det er indbrudstyven eller en anden person, der hæler for dem.

Når disse efterforskere bevæger sig i lukkede grupper på nettet, benytter de sig typisk af en avatar – en skjult profil. Der findes ifølge politiet grupper, der er oprettet specifikt til salg af stjalne varer, og som man skal inviteres til. Det kan lykkes at blive inviteret i en sådan gruppe, hvis politiet har en troværdig profil. Ressourcespørgsmålet gør sig dog også gældende ved denne type efterforskning. En af interviewrespondenterne beskriver dilemmaet sådan:

⁶⁶ Lovforslag nr. L 104, Folketinget 2019-20, s. 6.

<https://www.ft.dk/samling/20191/lovforslag/l104/index.htm> (senest besøgt den 4. november 2024).

⁶⁷ OSINT står for Open Source Intelligence. Se f.eks. Rønn et al., 2020.

Selvom vi nemt kan identificere mange af de stjalne effekter, er det svært at finde ud af, hvem der står bag profilen, der sælger dem. Det er meget vanskeligt at efterforske, især når det involverer sociale medier som Facebook. Serveren er ofte placeret i udlandet, hvilket kræver en dommerkendelse og internationalt samarbejde. Dette er ressourcer, vi ikke altid har til rådighed i politiet.

Der er også efterforskere, der mener, at 'forstyrrelse af markedet' (disruption) ved at lukke sider og/eller grupper er mere kosteffektivt end tung efterforskning af disse sager.

5.6 Forebyggelse

Der er flere parter involveret i hæleriprocessen: tyve, hælere, ejere af salgskanaler samt købere af hælervarer. Forebyggelsesinitiativer er – indtil videre – primært rettet mod de sidste to parter. Der findes naturligvis også forebyggelsesinitiativer, der omfatter (indbruds)tyve, men de er – logisk nok – rettet mod forebyggelse af indbrud/tyveri. Vi kan dog betragte legitimering/identificering ved salg af brugte varer som et forebyggende tiltag, der gør det sværere at sælge tyvekoster efterfølgende. Vi starter med at se på, hvad Sutton mener om forebyggelse af hæleri.

5.6.1 Market Reduction Approach (MRA)

Suttons teori (1998) – market reduction approach (MRA) – er en parallel til rutineaktivitetsteorien (Cohen & Felson, 1979), idet det er de samme elementer, der fokuseres på og søges reguleret med henblik på at opnå en præventiv effekt. MRA er dog mere kompliceret, idet elementerne i teorien omfatter såvel tyven, der skaffer varer, hæleren, der omsætter dem, og endelig også køberen af varen. Forebyggelse af hæleri kan således i princippet ske i forhold til alle tre led i processen og i forhold til alle de forhold, der kan fremme eller hæmme den. For hver af de tre deltagere i hæleriprocessen angives derfor forhold, der matcher de tre grundlæggende elementer i rutineaktivitetsteorien:

- 1) Øge anstrengelserne ved at begå kriminalitet
 - Tyven: Gøre det vanskeligere at afsætte stjalne varer.
 - Hæleren: Gøre det vanskeligere at opkøbe og sælge stjalne varer sikkert.
 - Køberen/forbrugeren: Mindske mulighederne for, samt risikoen og anstrengelserne ved at købe stjalne varer.
- 2) Øge risikoen ved at begå kriminalitet
 - Tyven: Gøre det mere risikabelt at transportere og sælge stjalne varer.
 - Hæleren: Gøre det meget mere risikabelt at opkøbe, transportere, opbevare og handle med stjalne varer.

- Køberen/forbrugeren: Gøre det meget mere risikabelt bevidst at købe, transportere og eje stjålne varer.
- 3) Reducere gevinsten ved at begå kriminalitet
- Tyven: Reducere prisen for hælervarer, f.eks. ved at mindske varernes attraktion eller ved at øge den moralske afstandtagen til hæleri.
 - Hæleren: Mindske profitten via f.eks. en øget risiko for køb og salg af stjålne varer. Dette vil også medføre et mindre marked og dermed mindre mulighed for at have en profitabel forretning.
 - Køberen/forbrugeren: Øge risikoen og mindske glæden ved at købe og besidde stjålne varer.

Sutton understreger samtidig en særlig, indbygget forebyggende faktor ved hæleri, nemlig at de illegale markeder vanskeligt kan ekspandere på samme måde som legale markeder, fordi en ekspansion gør det vanskeligere at hemmeligholde den illegale virksomhed (se også Reuter, 1985b). F.eks. kan nye partnere sprede information herom og dermed øge risikoen for politiets beslaglæggelse af de illegale varer og for hælernes anholdelse og straf. Det er således vigtigt, at hæleren har kontrol over informationen om hælemarkedet, så det ikke spredes og gør hæleren sårbar – også i samarbejdet med andre, som potentielt kan informere politiet om deres virksomhed.

Det kan dog med rette hævdes, at Suttons teori om forebyggelse af hæleri ikke umiddelbart er anvendelig, men i højere grad angår overordnede principper end konkrete angrebsmåder og ideer til præventive tiltag.⁶⁸ Sutton (2010b) har udarbejdet en liste med *do's and don'ts* i forhold til bekæmpelse af hæleri. Listen (på engelsk) findes i bilag 7.

5.6.2 Online handelsplatforme

Som beskrevet under afsnit 5.1 (lovgivning) har handelsplatforme ikke pligt til at verificere sælgers og/eller købers identitet. Det er indlysende, at et sådant krav vil have en forebyggende effekt, da det vil afskrække nogle tyve/hælere fra at oprette en annonce på platformen. Det indebærer nemlig en risiko for, at deres identitet kan forbindes med hælervarer. Bo Trygt opstillede i 2021 en *code of conduct* mod online hæleri, hvor handelsplatforme opfordrer deres brugere til at validere sig med NemID (nu MitID).⁶⁹ Dette giver tryghed for både køber og sælger. DBA og G&G er med i aftalen, men Facebook Marketplace og sociale medier er dog ikke.

⁶⁸ Metoden blev dog afprøvet i 2001 af West Mercia Constabulary under sloganet *"We Don't Buy Crime"*. Resultaterne af dette projekt er beskrevet af Schneider (2005).

⁶⁹ Se f.eks. <https://dkr.dk/nyheder/2021/mar/faelles-kamp-mod-haeleri> (senest besøgt den 4. november 2024).

Den 29. oktober 2024 er der 2.912.523 annoncer fra privatpersoner på DBA, og 2.699.139 (93 pct.) af disse annoncer er MitID-validerede. Ifølge en repræsentant fra DBA er i alt 83 pct. af brugerne MitID-validerede.

DBA har deltaget i et felteksperiment af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i samarbejde med Nationalt Center for It-Kriminalitet (NCIK) med det formål at øge sikkerheden på C2C-platforme via nudging. Et af formålene var at få flere brugere til at validere deres konto via MitID ved hjælp af forskellige typer push-beskeder. Der blev afprøvet tre forskellige push-beskeder. Den første besked kaldes social proof – vi gør som de andre (beskeden: "Du er en af de få brugere, der ikke er MitID-valideret endnu"). Den anden besked har fået betegnelsen tabsaversion (beskeden: "Annoncer fra ikke MitID-validerede brugere får kun halvt så mange henvendelser"), og den tredje besked refererer til signalering (beskeden: "Bemærk, at vi gør DBA's brugere opmærksomme på, at du har fravalgt MitID-validering"). Eksperimentet viser, at næsten 10 pct. af brugerne efterfølgende benytter sig af MitID-validering, hvis de har modtaget besked 2. Besked 1 og 3 får knap 4 pct. af brugerne til at vælge MitID-validering (Normann og Jespersen, 2024, s. 3-4).

G&G er for nylig (juni 2024) gået et skridt videre og har gjort MitID-validering obligatorisk for både sælger og køber. Dette krav blev indført umiddelbart efter lanceringen af SikkerHandel⁷⁰ i samarbejde med Symblepay.⁷¹ Når køber og sælger er enige om at benytte SikkerHandel, indbetaler køberen beløbet til en sikringskonto. Udbetaling til sælgeren finder sted efter køberens accept. Det primære formål med SikkerHandel er at forebygge handelsbedrageri, men det har formentlig også en forebyggende effekt i forhold til hælervarer. Sælgeren skal gennem en valideringsproces hos Symblepay, som er mere omfattende end blot MitID-validering.

Brugerne skal (i teorien) indberette deres skattepligtige indkomst fra G&G til skattemyndighederne (ligesom indkomster fra andre salgskanaler). Derudover er G&G – som platformoperatør (jf. DAC7-direktivet) – forpligtet til at indberette indtægter for sælgere, der har haft et årligt salg på 30 eller flere varer og/eller solgt for en samlet værdi af minimum EUR 2.000 via SikkerHandel. Om private sælgere er klar over denne regel (det står med småt), og om det vil påvirke deres brug af SikkerHandel, må tiden vise. Det afhænger sandsynligvis også af, hvordan Skat kommer til at agere på disse indberetninger.

⁷⁰ G&G havde forestillet sig en stille og rolig indfasning af kravet om MitID-validering, men svindlere havde lavet en landingsside, der lignede Gul og Gratis, for at kunne snyde SikkerHandel-kunder. Efter hurtig implementering af obligatorisk MitID-validering ophørte svindelnummeret.

⁷¹ <https://symblepay.dk/>

5.6.3 Adfærdskampanjer

Epinion har udarbejdet en litteraturgennemgang med henblik på at give et overblik over kampagneteorier, -metoder, -strategier og virksomme mekanismer, der kan skabe holdnings- og adfærdsændringer. Et af de seks omtalte indsatsområder er hæleri (Epinion, 2015, s. 121-136). I rapporten omtales kun én enkelt hælerikampagne: "Tænk over prisen", som DKR gennemførte i 2011. Der foreligger ingen effektevaluering af kampagnen. Kampagnen nåede ud til mange, men det er uvist, hvorvidt kampagnen har haft en effekt på adfærd (Epinion, 2015, s. 127).

Med afsæt i EAST-modellen (Easy-Attractive-Social-Timely) har Epinion opstillet fire udgangspunkter for en god hælerikampagne (Epinion, 2015, s. 134):

1. Gør det nemt at tjekke, om varer er stjålne, og indberet, når man tilbydes hælervarer.
2. Gør det attraktivt ikke at begå hæleri, enten via straf eller belønning ved ønsket adfærd.
3. Gør det socialt ved at anvende sociale mekanismer til at afholde folk fra at købe hælervarer. Herunder involvering af tilskuere som målgruppe.
4. Gør det rettidigt og påvirk ærlighed i de vigtigste øjeblikke.

Epinion (2015, s. 132) kommer dog også med to "advarsler" i forhold til adfærdskampanjer. Der kommunikeres indirekte, at en vis procentdel udfører den uønskede adfærd, med risikoen for, at folk tager den uønskede adfærd til sig. Den anden risiko er, at kampagnen kan skabe kognitiv dissonans (retfærdiggørelse af egen adfærd, dvs. at købe hælervarer).

Kampagne: Vi køber ikke indbrud

I januar 2017 lancerede Det Kriminalpræventive Råd (DKR) en national indsats mod hæleri. Formålet med indsatsen var at skabe større bevidsthed om sammenhængen mellem indbrud og hæleri. Kampagnen blev kendt under sloganet "Vi køber ikke indbrud". Kampagnens to handlingsregler er, at forbrugerne kan være mere sikre på, at varen ikke er stjålet, hvis de bruger MobilePay til betaling og ser efter NemID (nu MitID), når de handler brugt på nettet. Rationalet bag disse regler er, at både MobilePay og NemID-validering er knyttet til CPR-numre, som kan spores tilbage til sælgeren.

Denne kampagne er evalueret af KL7. DKR har stillet en intern præsentation af denne evaluering til rådighed. Der er lavet otte videoer, som er vist på Facebook, og antallet af views varierer pr. video fra lidt over 100.000 til godt 800.000. Facebooksiden "Vi køber ikke indbrud" har fået godt 10.000 likes. Det er også undersøgt, i hvilken grad kampagnen lever op

til KPI'er for kendskab og adfærd.⁷² I forhold til kendskab overgår kampagnen målsætningen.⁷³ I forhold til adfærd har opmærksomheden på at undgå at købe hælervarer ikke ændret sig, men brugen af NemID og MobilePay har folk taget mere til sig.

I kampagnen "Vi køber ikke indbrud" blev der også forsøgt at oprette en slags borgerbaseret kosterdatabase:

På hjemmesiden www.vikøberikkeindbrud.dk kan du registrere de vigtigste ejendele, tyven stjal fra dit hus. Dit opslag lægges anonymt på vores Facebookside og deles med Facebookbrugere i dit postnummer. Så kan folk i nærheden af dig sige fra, hvis de får tilbudt dine ting.⁷⁴

Dette initiativ kom dog ikke til at fungere som ønsket. KL7's evaluering viser, at der var 50 uploads i en periode på et halvt år (januar-juni 2017), men det er uklart, om dette tal refererer til netop dette initiativ.

Kampagne: Hæler? Ikke mig

I efteråret 2020 blev det samme budskab gentaget i Bo Trygt's kampagne "Hæler? Ikke mig". Der blev lavet underholdende videoer med brødrene Madsen for at gøre det danske publikum opmærksom på problemstillingen. Disse videoer blev bl.a. vist på handelsplatforme (DBA, G&GG), Facebook, YouTube og på fjernsyn (TV2, TV3). På kommunikationsbureauet Lead Agency's hjemmeside kan vi læse om bureauets arbejde med denne opgave, der beskrives således:

Vores opgave var at klæde danskerne konstruktivt på til at kunne styre uden om hælervarer, når de shopper brugt på nettet. I sidste ende bliver det derved sværere at afsætte tyvekoster, så incitamentet for at begå indbrud forsvinder.⁷⁵

Denne kampagne er evalueret af markedsanalysebureauet It's a Fact med en præundersøgelse (august 2020) og en postundersøgelse (november 2020). I begge målinger er der spurgt ca. 1.000 danskere om deres kendskab og adfærd i forhold til hæleri. Evalueringen af selve kampagnen er (selvfølgelig) kun en del af postundersøgelsen.⁷⁶

⁷² KPI står for Key Performance Indicator. En baselinemåling blev udført i 2016, og i februar 2017 blev der indsamlet data om kampagnen. Datagrundlaget består af i alt 2.150 respondenter i alderen 18-75 år, rekrutteret gennem Epinions Danmarkspanel.

⁷³ Målsætning var, at 15% af respondenterne skulle have kendskab til kampagnen, men i virkeligheden lå procentallet på 23.

⁷⁴ <https://dkr.dk/media/7128/vi-koeber-ikke-indbrud-folder.pdf> (senest besøgt den 6. november 2024).

⁷⁵ <https://leadagency.dk/arbejde/haeler-ikke-mig/> (senest besøgt den 6. november 2024).

⁷⁶ Evalueringen er ikke offentliggjort, men DKR har stillet resultaterne til rådighed.

Idéen med en præ- og postundersøgelse er, at ændringer i kendskab og adfærd kan tilskrives kampagnen. Det er dog ikke nødvendigvis tilfældet, da andre (medie)begivenheder også kan have påvirket danskernes kendskab og adfærd. En anden bemærkning er, at vi taler om (muligvis) en ændring på "den korte bane", men om ændret adfærd "bider sig fast" vides ikke.

Evalueringen viser, at der ikke er målbare ændringer i befolkningens kendskab til hæleri. I forhold til forholdsregler kan vi dog se, at flere – i postundersøgelsen sammenlignet med præundersøgelsen – uhjulpet nævner, at NemID-validering (12 procent mod 7 procent) og MobilePay-betaling er gode idéer for at undgå at købe hælervarer (5 procent mod 2 procent). Når respondenterne bliver spurgt, om de kender til disse tiltag (hjulpes med svarmuligheder), forsvinder effekten for NemID-validering (59 procent mod 56 procent), men MobilePay viser stadig en forbedring (34 procent mod 25 procent).

Ca. en femtedel af målgruppen (30-60-årige) kan huske, at de har set mindst én af kampagnevideoerne. Generelt synes folk, at videoerne er sjove og informative. 85 procent af de respondenter, der kan huske at have set en eller flere af videoerne, siger, at de har taget mindst ét råd til sig.

Befolkningsundersøgelser om MitID-validering

I befolkningsundersøgelser fra 2020 (Megafon) og 2024 (Voxmeter) blev der spurgt, om respondenterne NemID/MitID-validerede sig selv i forbindelse med køb eller salg på nettet. I 2020 svarede 38 procent "ja" til dette spørgsmål, og denne andel er steget til 43 procent i 2024. Det bemærkes dog, at dem, der handler brugt på f.eks. Facebook Marketplace, ikke har mulighed for at MitID-validere sig selv (se også afsnit 5.4.2).

I 2024-undersøgelsen (Voxmeter) blev der også spurgt, hvor enige respondenterne var i følgende udsagn: "Jeg køber kun fra private sælgere på nettet, hvis de har NemID/MitID-valideret sig selv." 38 procent er (overvejende) enige, mens 15 procent er (overvejende) uenige. Den største gruppe (47 procent) er hverken enige eller uenige eller ved det ikke.

5.6.4 Resocialisering

Vi ser nærmere på dette emne i forskningsprojektets tredje rapport. Her nævnes resocialisering for at understrege, at sådanne indsatser er en naturlig del af forebyggende initiativer.

I 2010 blev der fremsat en lov om ændring af straffeloven og retsplejeloven med skærpede straffe for hæleri samt et tættere samarbejde om udveksling af oplysninger mellem

Kriminalforsorgen, de sociale myndigheder og politiet i forbindelse med dømtes løsladelse (KSP-samarbejdet).⁷⁷ I lovforslaget står der blandt andet:

Den styrkede koordinering og individuelle opfølgning i forbindelse med udslusning er ikke mindst vigtig i forhold til indbrudstyre, idet der ofte er tale om stofmisbrugere, som tilbagevendende begår indbrud til finansiering af misbruget, og som har et meget stort antal tidligere domme for berigelseskriminalitet. (2010/1 LSF 3, s. 3).

I slutningen af 2023 annoncerede regeringen, at de vil styrke indsatsen mod indbrud med en række nye tiltag.⁷⁸ Et af disse tiltag er økonomisk kontrol med unge, der begår indbrud eller hæleri. Særvilkåret om økonomisk kontrol for unge mellem 18 og 25 år blev indført ved lov i juli 2022 (lov nr. 892 af 21. juni 2022), og idéen er, at dette også skal omfatte unge, der idømmes en betinget dom for indbrudstyveri eller hæleri. Lovforslaget, som blandt andet indeholder dette initiativ, blev fremsat den 13. november 2024.⁷⁹

⁷⁷ Denne lov trådte i kraft fra den 1. januar 2011.

⁷⁸ <https://www.justitsministeriet.dk/pressemeddelelse/regeringen-vil-styrke-indsatsen-mod-indbrud-med-en-raekke-nye-tiltag/> (senest besøgt den 15. november 2024).

⁷⁹ Lovforslag nr. L 100: Lov om ændring af straffeloven og lov om politiets virksomhed (Styrket indsats mod borgernær kriminalitet), fremsat den 13. november 2024 af justitsministeren.

Litteratur

- Agnew, K. (2020): Crime highways: The effect of motorway expansion on burglary rates. *Journal of Regional Science*, 60: 995-1024.
- Allen, J. (2000). Community survey of willingness to receive stolen goods. *Crime and Justice Bulletin*, no 5.
- Aniello, S. & S. Caneppele (2018). Selling stolen goods on the online markets: an explorative study. *Global Crime*, 19: 42-62.
- Beckert, J., & Wehinger, F. (2013). In the shadow: Illegal markets and economic sociology. *Socio-Economic Review*, 11(1): 5-30.
- Blaikie, N. (1991). A critique of the use of triangulation in social research. *Quality and Quantity*, 25(2): 115-136.
- Boerman, F., M. Grapendaal & A. Mooij. (2008). *Nationaal dreigingsbeeld 2008. Georganiseerde criminaliteit*. Zoetermeer: Dienst KLPD.
- Bogardus, E. S. (1925). Measuring Social Distances. *Journal of Applied Sociology*, 9:299-308.
- Caneppele, S. & M. F. Aebi (2019). Crime Drop or Police Recording Flop? On the Relationship between the Decrease of Offline Crime and the Increase of Online and Hybrid Crimes. *Policing*, 13(1): 66-79.
- Clare, J., L. Quinn, R. Brown, A. Morgan & T. Sullivan (2022). Offender insight into Australian stolen goods markets from 2002-2017: the DUMA survey as a 16-year window into property crime offenders' target selections and disposal. *Psychology Crime & Law*, 1-27.
- Clarke, R. V. (1999). *Hot Products: understanding, anticipating, and reducing demand for stolen goods*. Home Office, London.
- Cohen, L.E. & M. Felson (1979). Social Change and Crime Rate Trends: A Routine Activity Approach. *American Sociological Review*, 44: 588-608.
- Cornish, D. B. (1994). The Procedural Analysis of Offending and its Relevance for Situational Prevention. In R. V. Clarke (Ed.), *Crime Prevention Studies* 3: 151-196.
- D'Este, R. (2014). *The Effect of Stolen-Goods Market on Crime: Evidence from a Quasi Natural Experiment*. Coventry: University of Warwick.
- Defoe, D (1901, oprindelig 1725): *The king of the pirates, Including the life and actions of Jonathan Wild*. New York: The Jenson society.
- Demant, J., & Moretti, A. (2024). Intrusiveness and the Public-private Divide in Netnography: A Situated, Structured Approach for Ethical Research in the Context of Closed, Group-based, or Hidden Social Media Behaviour. *International Journal of Qualitative Methods*, 23.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- Epinion (2015). *Kriminalitetsforebyggelse og kampagner: En litteraturgennemgang af kampagneteorier, -metoder og -strategier*. København: Det Kriminalpræventive Råd.
- EUCPN (2022). *A holistic approach towards preventing fencing*. Brussels: EUCPN.
- EUROPOL (2024). *Decoding the EU'S most threatening criminal networks*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Fass, S. M., and J. Francis (2004). Where have all the hot goods gone? The role of pawnshops. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 41.2: 156-179.

- Ferwerda, H., T. van Ham & B. Bremmers. (2013). *Georganiseerde voertuigcriminaliteit in Nederland. Een beeld van de omvang, kenmerken, werkwijzen en aanpak anno 2013*. Arnhem: Bureau Beke.
- Ferwerda, H., T. van Ham, L. Scholten & D. Jager (2016). *Focus op heling: Een onderzoek naar het functioneren van de helingmarkt, het beleid tegen en de gevolgen van heling*. Beke Reeks, WODC.
- Fitzgerald, J. & S. Pyonton (2011). The changing nature of objects stolen in household burglaries. *Crime and Justice Statistics*. NSW Bureau of Crime Statistics and Research, paper no. 62.
- Foxman, P. (2023). *Facts om indbrud og cykeltyverier i Danmark: Analyserapport 2023*. Forsikring & Pension.
- Freiberg, A. (1997). Regulating Markets for Stolen Property, Australian and New Zealand, *Journal of Criminology*, 30: 237–58.
- Gambetta, D. (1993). *The Sicilian Mafia: The Business of Private Protection*. Harvard University Press.
- Heinskou, M. B., J. Demant & T. Kammersgaard (2016). *Et lidt for godt tilbud? Danskernes holdninger til og erfaringer med køb af hælervarer*. Københavns Universitet.
- Hesseling, R.B.P. (1994). Displacement: A review of the empirical literature. In: R.V. Clarke (ed.) *Crime Prevention Studies, vol 3*, New York: Criminal Justice Press, pp. 351-377.
- Hvidvasksekretariatet (2023). *Den nationale risikovurdering af hvidvask*, Politi (NSK).
- Johnson, B., M. Natarajan & H. Sanabria (1993). "Successful" criminal careers: toward an ethnography within the rational choice perspective. In: Clarke, R. & M. Felson (red.). *Routine activity and rational choice. Advances in criminological theory*. New Brunswick: Transaction Press.
- Justitsministeriet (2022). *Betænkning om revision af auktionslederloven og lov om handel med brugte genstande samt pantelånevirkksomhed* (Betænkning nr. 1580). København: Justitsministeriet.
- Justitsministeriets Forskningskontor (2011). *Hæleri*. København: Justitsministeriet.
- Jønsson, I-M. Andersen (2015). *Strategisk analyse hæleri*. Østjyllands politi.
- Kalkan, H. (2021). *Shababs. Gadekultur, gadens økonomi og respekt på Nørrebro*. København: Hans Reitzels forlag.
- Kammersgaard, T., Heinskou, M. B. & Demant, J. (2017). Buying Stolen Goods: The Ambiguity in Trading Consumer-to-Consumer. *Journal of Scandinavian studies in criminology and crime prevention*, 18: 93-100.
- Kenney, M. (2007). *From Pablo to Osama: Trafficking and terrorist networks, government bureaucracies, and competitive adaptation*. Penn State Press.
- Klockars, C.B. (1975). *The professional fence*. London: Tavistock.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). Sage Ltd.
- Kruize, P. (2016a). *Omrejsende kriminelle i Danmark: Analyse af straffelovssigtelser mod og straffelovsafgørelser om udlændinge uden fast ophold i Danmark i perioden 2000-2014*. Københavns Universitet.
- Kruize, P. (2016b). *Det danske hælermarked: Estimer over hælervarer, omsætning, distributionskanaler og afsætningsmarkeder*. Jægerspris: Center for kriminalitetsanalyse.

- Kruize, P. (2020). *Det danske hælermarked 2014-2019*. København: Det Kriminalpræventive Råd.
- Kruize, P. & B. Kyvsgaard (2021). *Effekter af COVID-19 pandemien på indbrud i privat beboelse*. København: Bo Trygt.
- Kruize, P., & Kyvsgaard, B. (2022). Kriminologisk læring af udviklingen i indbrud under pandemien. *Nordisk Tidsskrift for Kriminalvidenskab*, 109(3), 386–398.
- Kyvsgaard, B. (2018). *Forebyggelse af indbrud: forsøg med usynlig mærkning i Aarhus kommune*. København: Justitsministeriet.
- Kyvsgaard B. & Ribe, M.Ø. (2021). *Forebyggelse af indbrud. Forsøg med usynlig mærkning i Nordsjællands Politi*. København: Justitsministeriet.
- Lewis, L. (2006). Organized retail crime: retail's no. 1 security issue. *California Grocer*, 2–11.
- Linteau, V. (2004). Les prêteurs sur gage dans le marché des biens volés à Montréal et leur impact sur la criminalité contre les biens. *Criminologie*, 37(1), 127–148.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Megafon (2016). *Befolkningsundersøgelse af danskernes erfaringer, holdninger og viden i forhold til hæleri*. København: Det Kriminalpræventive Råd.
- Megafon (2020). *Hæleri befolkningsundersøgelse*. København: Det Kriminalpræventive Råd.
- Mheen, D. van de & P. Gruter (2007). *Helingpraktijken onder de loep: impressies van helingcircuits in Nederland*. Meppel: Boom uitgevers.
- NCIK (2024). *NCIK årsrapport 2023: En rapport om it-relateret økonomisk kriminalitet anmeldt i 2023*. Politi.
- NIRAS (2014). *20 tyve: en undersøgelse af indbrudstyves motiver og adfærd*. København: Det Kriminalpræventive Råd/TrygFonden
- Normann, C. & A. Maaløe Jespersen (2024). *Sikrere samhandel med adfærdsdesign: resultater fra et feltforsøg på C2C-markedet*. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.
- Olsen, J.I. (2001): *Kriminologisk analyse af hæleri*. København: Justitsministeriet.
- Patel, T. G. (2013): Hot Goods in Happy Hands: Occasional User Accounts and Motivations for Buying Stolen Goods. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*. 23: 500–513.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Services Research*, 34(5): 1189–1208.
- Quinn, L., J. Clare, J. Lindley & F. Morgan (2023). Demand for and disposal of stolen goods in legitimate second-hand online markets: An explorative online survey. *Global Crime*, 24: 19–48.
- Reuter, P. (1985a). *Disorganized Crime: The Economics of the Visible Hand*. MIT Press.
- Reuter, P. (1985b): *The organization of illegal markets: An economic analysis*. Washington DC: National Institute of Justice, US Department of Justice.
- Roumasset, J. & J. Hadreas (2007): Addicts, fences, and the market for stolen goods. *Public Finance Quarterly*, 4: 247–272.
- Rovers, B. (2007). De visie van beleidsmakers en experts op de helingmarkt. In: Mheen, D. van de & P. Gruter (red). *Helingpraktijken onder de loep: Impressies van helingcircuits in Nederland*. Meppel: Boom Uitgevers, pp. 63–89.
- Røn, J. (2018). Formueforbrydelser. I: Verstergaard, J. (red.). *Forbrydelser og andre strafbare forhold*, 3. udgave. København: Gjellerup.

- Rønn, K. Vrist, B.K. Rasmussen, T. Skou Roer & C. Meng (2020). On the Perception and Use of Information from Social Media in Investigative Police Work: Findings from a Scandinavian Study. *Policing* 15(3): 1-12.
- Schneider, J.L. (2005): Stolen goods-markets: Methods of disposal. *British Journal of Criminology*, 45: 129-140.
- Schneider, F. (2011). *Handbook on the Shadow Economy*. Edward Elgar Publishing.
- Siegel, D. (2013). *Mobiel banditisme. Oost- en Centraal-Europese rondtrekkende criminele groepen in Nederland*. Arnhem: Politie & Wetenschap.
- Shaw, O., N. Morgan, I. Mineva, J. Hoare & R. Stevenson (2015): *Crime and the value of stolen goods*. London: Home Office, Research Report 81.
- Sheley, J.F. & K.D. Bailey (1985): New directions for antitheft policy: Reductions in stolen goods buyers. *Journal of Criminal Justice*, 13; 399-415.
- Sidebottom, A., J. Belur, K. Bowers, L. Tompson & S.D. Johnson (2011): Theft in Price-Volatile Markets: On the relationship between Copper Prize and Copper Theft. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 48: 396-418.
- Snippe, J., M. Sijstra, R. Mennes & B. Bieleman (2014). *Buit van woninginbraak: Onderzoek onder inbrekers en helers*. Apeldoorn: Politie en Wetenschap.
- Steffensmeier, D.J. (1986). *The fence: In the shadow of two worlds*. Lanham: Rowman Littlefield.
- Steffensmeier, D.J. & J.T. Ulmer (2005). *Confessions of a dying thief*. London: Taylor & Francis.
- Stoele, M. (2007). Heler over de markt van gestolen goederen. In: Mheen, D. van de & P. Gruter (red). *Helingspraktijken onder de loep: Impressies van helingcircuits in Nederland*. Meppel, Boom Uitgevers, pp. 91-137.
- Sutton, M. (1998). *Handling of stolen goods and theft: A market reduction approach*. Home Office Research Study 178. London: Home Office.
- Sutton, M. (2005). Complexity, trading dynamics and prevalence in stolen good markets. In N. Tilley (ed.): *Handbook of Crime Prevention and Community Safety*. Devon: Willan Publishing.
- Sutton M. (2008). How prolific thieves sell stolen goods. *Internet Journal of Criminology*.
- Sutton M. (2010a). *Stolen goods market*. Problem-Oriented Guides for Police. Problem Specific Guide Series no. 57. US Department of Justice.
- Sutton M. (2010b). Understanding and tackling stolen goods markets. In: F. Brookman, M. Maguire, H. Pierpoint & T. Bennett (eds). *Handbook on Crime*. Routledge, p. 68-84.
- Sutton, M. (2014). Fencing/Receiving Stolen Goods. In: Bruinsma, G., Weisburd, D. (eds) *Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice*. Springer, New York, NY.
- Sutton M., S. Hodgkinson & M. Levi (2008). Handling stolen goods: Findings from the 2003 offending crime and justice survey. *Internet Journal of Criminology*.
- Thompson, R. (2017). Portable Electronics and Trends in Goods Stolen from the Person. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 54(2): 276-298.
- Wendelbo, B., A. Dybdal & K. Milling (2023). Systematisk lederskab kan tæmme vildskaben: indbrud og utryghede som case. I: S. Winther Nielsen (red.) *Vilde probleme: værktøjskasse til politikere, praktikere og policy-entreprenører*. Nord Academic, kapitel 9.
- Wright, R.T. & S. Decker (1994). *Burglars on the job*. Boston: Northeastern University Press.

- Øllgaard, G. (2022). *Tyves adfærd og beslutninger: En kvalitativ undersøgelse af tyves adfærd og beslutningsproces før, under og efter et indbrud*. Det Kriminalpræventive Råd og Bo trygt.

Lovforslag

- Forslag til Lov om ændring af straffeloven og retsplejeloven (hæleri og anden efterfølgende medvirken samt it-efterforskning) fremsat d. 21. marts 2001.
- Forslag til lov om ændring af straffeloven og retsplejeloven (Skærpede straffe for hæleri og tæt samarbejde om udveksling af oplysninger mellem kriminalforsorgen, de sociale myndigheder og politiet i forbindelse med dømtes løsladelse (KSP-samarbejdet)) fremsat d. 6. oktober 2010.
- Forslag til Lov om handel med brugte genstande samt pantelånervirksomhed fremsat d. 9. oktober 2024.
- Forslag til lov om offentlig auktion ved auktionsledere fremsat d. 9. oktober 2024.
- Forslag til lov om ændring af straffeloven og lov om politiets virksomhed ((Styrket indsats mod borgernær kriminalitet) fremsat d. 13. november 2024.

Internetlinks

- <https://www.tryghed.dk/saadan-stoetter-vi/projekter-og-donationer/bo-trygt>
- <https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/oekonomi/prisindeks/forbrugerprisindeks>
- <https://www.nationalbanken.dk/da/viden-og-nyheder/publikationer-og-taler/analyse/2023/kontanters-rolle-i-et-samfund-med-lavt-brug-af-kontanter>
- <https://www.seoghoer.dk/kendte/caroline-fleming-har-haft-indbrud-stjal-ogsaa-fra-kasper-dolberg>
- <https://guide.dba.dk/publikationer/genbrugsindekset/2024/>
- <https://mobilsiden.dk/nyheder/apps-sociale-medier/facebook-lancerer-funktionen-market-place-i-danmark/#:~:text=Facebook%20lancerer%20funktionen%20Market-place%20i%20Danmark%20Lasse%20Olsen,Facebook%2C%20ekspanderer%20til%2017%20europ%C3%A6iske%20lande%2C%20heriblandt%20Danmark>
- <https://schibsted.com/>
- <https://jfm.dk/>
- <https://estatistik.dk/branche/detailhandel-med-brugte-varer-i-forretninger/477900>
- <https://www.dr.dk/nyheder/penge/lauritzcom-gaar-konkurs-saadan-er-du-stillet-som-kunde>
- <https://www.lauritz.com/da/om-os/om-lauritz-com>
- <https://www.catawiki.com/da>
- <https://www.klaravik.dk/about/>
- <https://www.auktionshuset.dk/>
- <https://politi.dk/anmeld-kriminalitet/indbrud/undgaa-at-blive-haeler>
- <https://www.dr.dk/nyheder/indland/louise-blev-haeler-koebte-iphone-over-nettet>
- <https://www.ft.dk/samling/20241/lovforslag/L55/bilag/1/2918373.pdf>
- https://www.folketingstidende.dk/samling/20241/salen/M11/20241_M11_referat.pdf#L55
- <https://politi.dk/service-og-tilladelser/drift-af-virksomhed/handel-med-brugte-genstande-og-pantelaanervirksomhed>
- <https://it-kanalen.dk/banklaansafviste-danskere-gaar-til-pantelaaneren/>

- <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2015/1042>
- <https://erhvervsstyrelsen.dk/hvem-skal-bogfoere-og-hvem-skal-bogfoere-digitalt>
- <https://www.secureassetregister.com/da>
- <https://www.tv2kosmopol.dk/koebenhavn/afsloeret-af-gps-nu-er-45-aarig-sigtet-for-haeleri>
- <https://unisecure.dk/om-unisecure>
- <https://www.tv2kosmopol.dk/indbrud-paa-bestilling>
- <https://www.tryghed.dk/viden/nyheder/2023/skidt-nyt-for-indbrudstyre---nu-starter-arbejdet-med-et-kosterregister>
- <https://politi.dk/indbrud/registrerstjaalnegenstande>
- <https://www.domstol.dk/aktuelt/2023/6/graensen-giver-mange-grundlovsforhoer/>
- <https://politi.dk/syd-og-soenderjyllands-politi/nyhedsliste/fire-personer-varetaegtsfaengslet-i-omfattende-sag-om-tyveri-og-haeleri-af-professionelt-vaerktoej/2021/10/15>
- <https://www.tvsyd.dk/soenderborg/polsk-mand-doemt-haeleri-af-23-cykler-og-et-el-loebehjul>
- <https://anpg.dk/>
- <https://www.dr.dk/nyheder/regionale/oestjylland/kendt-guldsmed-skyldig-i-haeleri>
- <https://dkr.dk/nyheder/2021/mar/faelles-kamp-mod-haeleri>
- <https://symblepay.dk/>
- <https://dkr.dk/media/7128/vi-koeber-ikke-indbrud-folder.pdf>
- <https://www.youtube.com/watch?v=WiE93gU6wcE>
- <https://leadagency.dk/arbejde/haeler-ikke-mig/>
- <https://www.justitsministeriet.dk/pressemeddelelse/regeringen-vil-styrke-indsatsen-mod-indbrud-med-en-raekke-nye-tiltag/>
- <https://toldst.dk/erhverv/eksport/kom-i-gang-med-at-eksportere> (senest besøgt den 15. november 2024).
- <https://www.sn.dk/art2562560/danmark/danske-trends-og-design-hitter-i-udlandet/#:~:text=Udlandet%20har%20efter%20den%20f%C3%A5et%20%C3%B8jnene%20op%20for%20dansk,som%20England%20USA%20og%20flere%20steder%20i%20Asien>
- <https://fogp.dk/politik/forsikringspolitik/cyklejerregister-og-digitalt-stelnummer/>

Bilag 1: Interviews med tyve og hælere

En god måde at lære om et fænomen, er fra dem, der er mest involveret i det (Katz, 2002). *The Professional Thief* (Sutherland, 1937) giver et unikt indblik i en ellers lukket verden og er et centralt værk inden for kriminologi, især hvad angår forståelsen af kriminalitet som et socialt fænomen. Bogen er baseret på interviews og førstehåndsberetninger fra en anonym, professionel tyv, som Sutherland kalder *Chic Conwell*. Gennem denne dybdegående indsamling af viden præsenterer Sutherland, hvordan professionelle tyve opererer, organiserer sig og rationaliserer deres kriminelle handlinger.

Bogen introducerer også begrebet *differential association*, hvor Sutherland argumenterer for, at kriminalitet læres gennem interaktion med andre, især i nære sociale relationer. Tyvene udvikler deres egne normer, teknikker og strategier, som adskiller sig fra samfundets love og moral. Sutherland beskriver de sociale netværk og koder, der styrer tyvenes liv, samt hvordan de undgår politiet og retssystemet.

The Professional Fence af Carl B. Klockars (1975) er baseret på langvarig kontakt og mange interview med samme hælere. Senere har Steffensmeier på tilsvarende måde udarbejdet portræt af en hælere (Steffensmeier 1986; Steffensmeier & Ulmer, 2005). De fleste kvalitative undersøgelser af hæleri angår dog typisk en større gruppe af hælere – ofte nogen der er kendt af retssystemet – og disse undersøgelser sigter på at få indsigt i hælernes arbejdsmetoder med henblik på at pege på mulige præventive tiltag. Se f.eks. Schneider (2005), der har interviewet 50 hælere om deres arbejdsmetoder, Sutton (2008), der har interviewet 20 hælere, og Wright & Decker (1994), som har interviewet 105 indbrudstyve om bl.a. afsætningen af tyvegods.

Vi har ikke selv udført interviews med tyve og hælere, men har anvendt allerede eksisterende studier. Begrænsningen ved denne metode er, at vi ikke har adgang til interviewreferaterne. Fordelen er dog en markant tidsbesparelse. Vi vil helst bruge danske studier. Der findes to rapporter fra NIRAS med indbrudstyve som interviewrespondenter.

NIRAS (2014). *20 Tyve: en undersøgelse af indbrudstyves motiver og adfærd*. Det Kriminalpræventive Råd og TrygFonden

Datagrundlag. Undersøgelsen bygger på interview med 20 tyve og er primært kvalitativ i sin karakter, men med kvantitative elementer. Alle 20 indbrudstyve er bosiddende i Danmark, og deres erfaringer knytter sig til indbrud begået i hele landet: små og store byer, landlige områder, villaer og lejligheder. De interviewede personer spænder vidt i alder, fra 19-47 år. Ud af de 20 indbrudstyve har fem lagt indbrudskarrieren bag sig og lever i dag et liv med fast arbejde. For denne gruppe er det op til 15 år siden, at de har begået deres sidste indbrud. Ni personer afsoner en dom, enten i fængsel eller i en udslusningsordning. Seks af de interviewede personer arbejder på forskellig vis på at starte et nyt liv. Denne gruppe har typisk begået deres seneste indbrud for 1-2 år siden, og arbejder på at gennemføre en uddannelse og komme i arbejde (NIRAS, 2014, s. 6-7).

Rekruttering. De tidligere indbrudstyve er blevet rekrutteret gennem DKR's eget netværk og i samarbejde med Kriminalforsorgen, som har kontaktet flere af deres afdelinger samt to statsfængsler. Derudover har NIRAS og DKR haft kontakt til organisationer som High: Five og KRIS (NIRAS, 2014, s. 70).

Øllgaard, G. (NIRAS) (2022). *Tyves adfærd og beslutninger En kvalitativ undersøgelse af tyves adfærd og beslutningsproces før, under og efter et indbrud*. Det Kriminalpræventive Råd og Bo trygt.

Datagrundlag. Undersøgelsens kvalitative dataindsamling bygger på to sammenhængende metodiske greb. Det første metodiske greb i denne undersøgelse er indbrudsrejser med tidligere tyve, som deltog i dels interview om deres forberedelse og planlægning af indbrud, dernæst en guidet tur med situationsinterview og observationer af indbrudsmuligheder og forhindringer i et boligkvarter. Under de guidede ture blev de tidligere tyve udstyret med et GoPro kamera, som de bar på hånden, så de kunne udpege, hvad de som tyve bemærkede. To forskellige boligkvarterer et i Værløse og et i Gentofte har dannet rammen for fem fysiske indbrudsrejser. Da COVID19 forhindrede rekrutteringen af flere tyve til de fysiske indbrudsrejser, blev de fysiske indbrudsrejser suppleret med indbrudsrejse interview med seks indsatte tyve (Øllgaard, 2022, s. 10).

De 11 rekrutterede tidligere tyve er mænd i alderen 20 til 42 år, rutinerede tyve, der samlet set har erfaring med at begå indbrud i private boliger over hele Danmark. Ingen af dem ved præcist, hvor mange indbrud de har begået, men de skønner hver især, at de har begået fra 50 og op til 2.000 indbrud. Alle har været dømt for kriminalitet, men ikke nødvendigvis for deres indbrud (Øllgaard, 2022, s. 11).

Rekruttering. Kriminalforsorgen i Frihed (KIF) havde givet tilsagn om at bidrage til rekrutteringen af de tidligere tyve, men COVID-19 forhindrede dem i at rekruttere mere end to tidligere tyve. De øvrige ni tidligere indbrudstyve er rekrutteret i samarbejde med High:Five, Kriminalforsorgens fængsler, Bo trygt og Det Kriminalpræventive Råd (Øllgaard, 2022, s. 11).

Disse to danske studier handler om indbrudstyve. Der er bl.a. spurgt ind til, hvordan de afsætter deres tyvekoster. Til de kvalitative studier af – bl.a. – hæleri hører også en meget omfattende dansk undersøgelse af gadekultur mv. blandt unge indvandrere på Nørrebro (Kalkan 2021). Undersøgelsens sigte er bred, idet hæleri såvel som indbrud alene er en del af den gadekultur, der er i fokus.

Der findes dog ikke danske studier, hvor hælere har været i fokus. For at finde frem til deres historier inddrages tre hollandske studier. Holland og Danmark ligner samfundsmæssigt hinanden ret meget.⁸⁰ De hollandske studier er af ældre dato, men ikke i sådan en grad at resultaterne er forældede. Dette gælder for eksempel for de engelske studier fra 1990'erne.

Det er iøjnefaldende, at der i begge hollandske studier er tale om overlap i indbruds- og hæleraktiviteter blandt en del af interviewrespondenterne. Det er ikke overraskende, og det stemmer godt overens med danske sigtelsesdata. Hvorfor dette fænomen ikke er belyst i de to danske studier, er ukendt.

Stoele, M. (2007). Heler over de markt van gestolen goederen. In: Mheen, D. van de & P. Gruter (red). *Helingspraktijken onder de loep: Impressies van helingcircuits in Nederland*. Meppel, BJU Juridische Uitgevers, WODC-reeks Onderzoek en Beleid nr. 251, pp. 91-137.

Datagrundlag. Der er interviewet 30 personer. De er rekrutteret som hælere, men flere af dem er også tyve. Respondenterne er i alderen 17 til 54 år, hvoraf 27 er mænd og tre er kvinder. Cirka halvdelen har en anden etnisk baggrund end hollandsk. En tredjedel er eller har været stofmisbrugere. Seks af dem er indespærrede. Af dem, der er på fri fod, er sytten stadig aktive som hælere og/eller tyve.

Rekruttering. Interviewrespondenterne er rekrutteret gennem forskellige kanaler. De fleste (21) har reageret på en annonce i en gratis avis (Metro). De fleste deltagere – specielt misbrugere – giver til kende, at de har meldt sig til interviewet for pengenes skyld (deltagerne fik et mindre pengebeløb). Fem respondenter er rekrutteret gennem forskernes egne netværk. Endelig er fire respondenter rekrutteret gennem fængselsvæsenet. De sidste fire respondenter betragtes som professionelle hælere.

⁸⁰ Se f.eks. <https://versus.com/da/danmark-vs-holland> (senest besøgt den 31. oktober 2024)

Snippe, J., M. Sijtsma, R. Mennes & B. Bieleman (2014). *Buit van woninginbraak: Onderzoek onder inbrekers en helers*. Politie & Wetenschap, Apeldoorn; Intraval, Groningen/Rotterdam.

Datagrundlag: Der er interviewet 36 personer: 19 indbrudstyre, 11 hælere og 6 personer, der beskæftiger sig både med indbrud og hæleri. Over halvdelen af indbrudstyre er misbrugere eller har været det. De er i alderen 30 til 50 år og af hollandsk oprindelse. De ikke-afhængige indbrudstyre og hælere er i alderen 17 til 60 år, og er af blandet oprindelse (hollændere, surinamere, antillanere, en marokkaner og en enkelt østeuropæer).

Rekruttering: Forskerne har gjort sig umage med at rekruttere respondenterne. De har ført samtaler med hjemløse, marskandiser, guldsmede, taxachauffører osv. for at finde frem til respondenter. Også nærpolti, kriminalforsorgen i frihed samt socialarbejdere er spurgt om hjælp til at rekruttere respondenter.

Ferwerda, H., T. van Ham, L. Scholten & D. Jager (2016). *Focus op heling: Een onderzoek naar het functioneren van de helingmarkt, het beleid tegen en de gevolgen van heling*. Beke Reeks, WODC.

Datagrundlag: Der er interviewet 21 hælere. Ti af dem kan betegnes som slutforbrugere, der kun har købt stjalne varer en enkelt gang. Denne gruppe består af mænd og kvinder i alderen 28 til 67 år. To hælere (begge mænd) køber og sælger stjalne genstande. Den sidste gruppe består af ni 'livsstils'-hælere (to kvinder og syv mænd i alderen 20 til 49 år), som lever i en omgangskreds gennemsyret af hælervarer. Her kan alt købes og sælges til en lavere pris – fra tøj, bleer, dagligvarer, pander, cykler, telefoner og scootere til værktøj.

Rekruttering: Interviewrespondenterne er rekrutteret gennem ungdomsarbejdere, gadeplansmedarbejdere og fængselsvæsenet. Enkelte respondenter har meldt sig via en befolkningsundersøgelse (panel).

Bilag 2: Formelle og uformelle interviews

Formelle interviews

Der er afholdt 12 formelle interviews. Et formelt interview er aftalt på forhånd og der er udarbejdet en liste med interviewemner (tilsendt til respondenter). De fleste interviews er afholdt face-to-face, men enkelte interviews var telefonisk eller online. Alle interviews er lyd-optaget efter godkendelse af respondenter for at udarbejde et interviewreferat. Referatet er efterfølgende sendt til respondenter med mulighed for rettelser eller tilføjelser. Interviewene varede fra en til to timer.

Der er afholdt 7 interviews med repræsentanter af politiet:

- Fyns politikreds (1 respondent)
- Københavns politi (2 respondenter)
- Nordsjællands politi (7 respondenter)
- Sydsjællands og Lolland-Falsters Politi (3 respondenter)
- Udlændingekontrolafdeling Vest (2 respondent)
- Udlændingekontrolafdeling Øst (1 respondent)
- Politiets Online Patrulje (1 respondent)

De andre 5 interviews er afholdt med repræsentanter af:

- Forsikring og Pension
- Retten i Kolding
- Forhandler af brugte varer
- Det Blå Avis
- Gul og Gratis

Uformelle interviews

Der er besøgt 7 (loppe)markeder, 3 krammerhaller, 6 genbrugsbutikker, 2 specialbutikker (guldforhandler og forhandler af brugte designmøbler) og 1 auktionshus. Disse steder er besøgt som kunde. Først en rundgang på stedet for at se, hvordan forholdene er, og efterfølgende et uformelt interview med en eller flere forhandlere på stedet. Denne samtale startede som en almindelig kunde-forhandler snak, men blev drejet ind til emnet 'stjålne varer'. På det tidspunkt skiftede 'kunde-rolle' til 'forsker-rolle' og den pågældende forhandler blev gjort bekendt med hensigten og forskningsprojektet.

Der blev afventet til et tidspunkt, hvor der ikke var andre kunder inden for hørevidde. Samtalerne varede for det meste 10-15 minutter, men der var også samtaler der varede længere. Samtalerne er ikke optaget og der er heller ikke forlagt et referat. Efter et besøg blev der indtalt et resumé for at kunne gengive samtalen eller samtalerne så præcist som muligt.

Bilag 3: Befolkningsundersøgelser: metoder, sammenlignelighed og spørgeskema

Der er gennemført fem befolkningsundersøgelser med henblik på hæleri:

Dataindsamling	Dataindsamler	Publikation
2000	ACNielsen AIM	Olsen, 2001
2010	Danmarks Statistik	Justitsministeriets Forskningskontor, 2011
2016	Megafon	Megafon, 2016
2020	Megafon	Megafon, 2020
2024	Voxmeter	Publiceres i denne rapport

Der er anvendt forskellige metoder til at indsamle data. Nedenfor redegøres der for forskelle i indsamlingsmetoderne og konsekvenserne for sammenligneligheden.

Telefonisk versus skriftligt

De første to undersøgelser (Olsen, 2001, og Justitsministeriets Forskningskontor, 2011) er gennemført som telefoninterviews. Den anden undersøgelse har været en del af en omnibusundersøgelse – hvor flere emner samledes i ét telefoninterview. Denne type undersøgelse kan medføre, at andre spørgsmål i omnibusundersøgelsen påvirker respondenternes svar.

De sidste tre undersøgelser (2016, 2020 og 2024) er gennemført skriftligt. Respondenterne har fået tilsendt et link til spørgeskemaet. Spørgsmålet om, hvorvidt respondenterne har købt stjalne varer, kan opfattes som nærgående. Det er derfor sandsynligt, at metoden – telefonisk eller skriftligt – har betydning for respondenternes svar. Formentlig er respondenterne mere tilbøjelige til at indrømme, at de har købt stjalne varer, når de ikke skal svare direkte til en interviewer.

Antallet af respondenter

Den første undersøgelse (2000) omhandlede kun 1.013 respondenter. Normalt anses 1.000 respondenter for at være en stor nok stikprøve, men når kun få procent af respondenterne tilkendegiver, at de har købt hælervarer, er en større stikprøve nødvendig. I 2010 og 2024 lå respondentantallet på 3.000, og i 2016 og 2020 på henholdsvis 2.311 og 2.300.

Afgrænsning af populationen

Der er forskelle i populationen i de fem undersøgelser. 2010-undersøgelsen inkluderede 16-17-årige, men udelukkede 75+-årige, hvilket har betydning for sammenligneligheden med undersøgelserne fra 2016, 2020 og 2024. I 2024-undersøgelsen var 259 af de 3.000 respondenter 75 år eller derover (9 procent).

	Population
2000	Over 13 år
2010	16-74 år
2016	18 år eller derover
2020	18 år eller derover
2024	18 år eller derover

Rekruttering af respondenter

Den første undersøgelse (2000) er gennemført i samarbejde med analyseinstituttet ACNielsen AIM, men det er ukendt, hvordan respondenterne er blevet rekrutteret. I den anden undersøgelse (2010) er respondenterne udvalgt tilfældigt via Danmarks Statistiks CPR-register.

Den tredje (2016) og fjerde undersøgelse (2020) er gennemført i samarbejde med Megafon. DKR står – i samarbejde med Bo Trygt – bag disse undersøgelser, og DKR har tilsendt os en ikke-publiceret beskrivelse af metoden. Vi antager, at begge undersøgelser er gennemført identisk. Rekrutteringen er beskrevet således:

Respondenter, der er rekrutteret via telefoninterview, har efterfølgende modtaget en e-mail med en beskrivelse af undersøgelsens formål, en kort vejledning samt et aktivt link til Megafons server, hvor de har besvaret spørgeskemaet. Megafons egne panelister har ved undersøgelsens start modtaget en invitation til at deltage i undersøgelsen.

Hvor stor andelen af Megafons egne panelister er, oplyses ikke. Der er heller ikke oplyst, hvordan telefonnumrene er genereret, men vi antager, at det er sket således, at der er tale om en tilfældig stikprøve.

Den sidste undersøgelse (2024) er gennemført i samarbejde med Voxmeter. Her er der benyttet et panel til rekruttering af respondenterne. Paneldeltagerne er rekrutteret telefonisk ved tilfældig udvælgelse. Der rekrutteres hvert år ca. 52.000 nye deltagere, og panelet består af ca. 100.000 danskere (<https://voxmeter.dk/interview/web-panel/>).

Der er en klar forskel mellem rekrutteringen af respondenterne i undersøgelsen fra 2010 (CPR-register) og de senere undersøgelser (telefonisk). Det er påvist i en undersøgelse udført i regi af TrygFonden, at dette kan påvirke resultaterne (Andersen, Hede og Goul Andersen, 2020, s. 166-169).

Forskellene mellem de sidste tre undersøgelser er minimale. Der er blevet rekrutteret, på tilfældig vis, respondenter via telefon. Efterfølgende er de blevet spurgt, om de vil deltage i undersøgelsen. En del af disse personer har muligvis deltaget i andre undersøgelser af analyseinstitutterne, men hæleriundersøgelsen har i alle tilfælde været en særskilt undersøgelse. Sammenligneligheden påvirkes muligvis af inddragelsen af paneldeltagere. Det er uvist, hvor stor en andel disse deltagere har haft i Megafons undersøgelser. Det er dog vigtigt at understrege, at

der er tale om paneldeltagere, som er rekrutteret tilfældigt (de kan ikke melde sig selv til panelet, som ofte sker ved såkaldte webpaneler).

Bortfald

Der er ikke publiceret oplysninger om bortfald ved den første undersøgelse (2000). I den anden undersøgelse (2010) henvises der til offerundersøgelsen i forbindelse med bortfald. I denne rapport (Balvig og Kyvsgaard, 2011, s. 11-12) oplyses svarprocenten ikke pr. måned, men den lå i 2010 på 63 procent

Vi har ingen oplysninger om frafald ved den tredje undersøgelse (2016). Tal fra 2020 og 2024 viser, at bortfaldet ved disse sidste to undersøgelser er langt mere omfattende end ved undersøgelsen fra 2010. Der er en generel tendens til, at svarprocenten falder. Den omtalte offerundersøgelse oplever også et fald. I 2023 var svarprocenten 46 procent, mens den i 2022 var helt nede på 41 procent (Pedersen, Okholm og Balvig, 2024, s. 5).

Tabel B3.1 Svarprocenten ved 2020- og 2024-undersøgelse

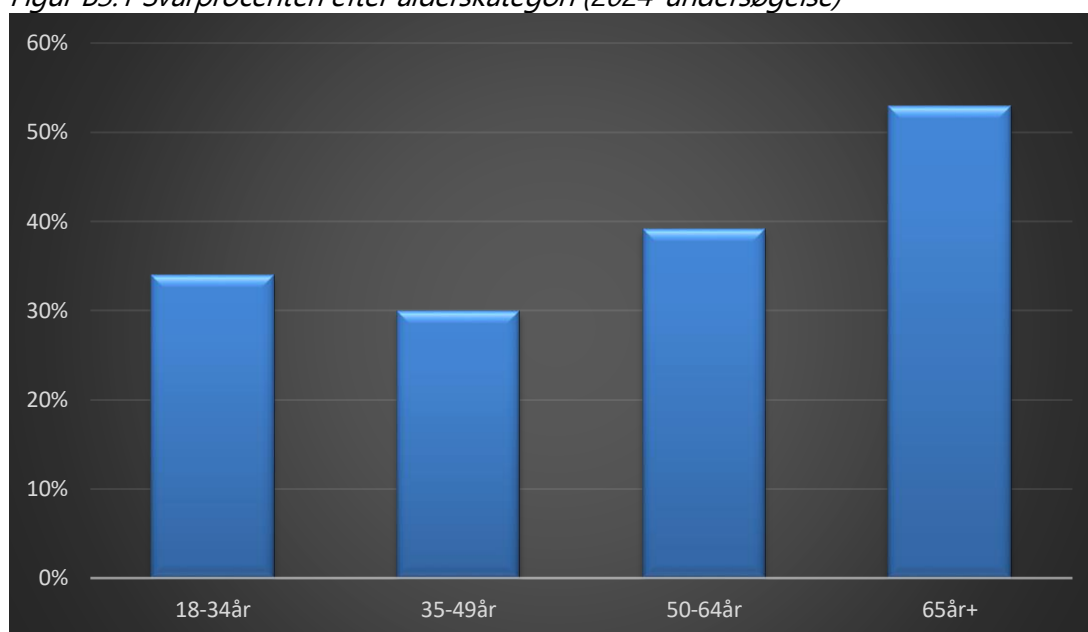
	2020 (Megafon)		2024 (Voxmeter)	
	Antal	Procent	Antal	Procent
Kontaktet	8.544	100 %	7.889	100 %
Nægttere	3.614	42 %		
Forkert e-mailadresse	154	2 %		
Ikke besvaret	2.476	29 %	4.596	58 %
Delvis besvaret			293	4 %
Respondenter	2.300	27 %	3.000	38 %

Bortfald er et alvorligt problem ved surveyundersøgelser. Selvom resultaterne bliver vægtet efterfølgende, er der ingen garanti for, at resultaterne reelt set er repræsentative. Vi antager, at dem, der køber stjalne varer, er mindre hyppigt repræsenteret i undersøgelserne end dem, der ikke (bevidst) køber hælervarer. Undersøgelsens resultater anser vi derfor som en undergrænse for, hvor udbredt fænomenet i realiteten er.

Bortfaldsanalyse

Som den eneste har 2024-undersøgelsen udarbejdet en bortfaldsanalyse i forhold til køn, alder og region. Der er ikke en stor forskel mellem dem, der har deltaget i undersøgelsen, og dem, der ikke har gjort det, når det kommer til køn og region. Der er dog en signifikant forskel i forhold til alder (se figur 1). Svarprocenten stiger markant for den ældste alderskategori (65+). Der er selvfølgelig sørget for, at de yngre alderskategorier også er repræsenteret i undersøgelsen.

Figur B3.1 Svarprocenten efter alderskategori (2024-undersøgelse)



Kilde: Voxmeter 2024

Spørgeskema

De første to undersøgelser er mere begrænsede end de sidste tre undersøgelser i antallet af spørgsmål. Måden hvorpå, spørgsmålet er stillet, er også anderledes. Dette er den største problematik for sammenligneligheden mellem de første to og de tre sidste undersøgelser.

I de sidste tre undersøgelser er ordlyden og rækkefølgen af spørgsmålene for det meste identiske. Det gælder for starten af spørgeskemaet (spørgsmål 1 af spørgeskemaet – se herefter) og spørgsmål om, hvorvidt respondenter har købt (spørgsmål 2 af spørgeskemaet) eller er blevet tilbudt stjalne varer (spørgsmål 3 af spørgeskemaet). Underspørgsmål 3a er dog nyt i 2024 i forhold til 2016 og 2020.

De efterfølgende spørgsmål er identiske med undersøgelsen fra 2020, bortset fra tre nye spørgsmål: spørgsmål 10 (Når du køber brugte varer, er det så altid til eget brug, eller kan det også være for at sælge dem videre til andre?), spørgsmål 13 (Hvis det var muligt at søge i en app for at tjekke, om en vare, du er interesseret i, er stjålet, ville du så gøre det?), og spørgsmål 14 (Er du tilbageholdende med at købe brugte varer på grund af frygt for at købe stjalne varer?).

Spørgeskema (2024)

1. Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?
 - 1a. Hvis man køber ting på et loppemarked, kræmmermarked eller lignende kan det være meget svært at vide, om tingene er stjålet.
 - ☐ Helt enig
 - ☐ Overvejende enig
 - ☐ Hverken enig eller uenig
 - ☐ Overvejende uenig
 - ☐ Helt uenig
 - ☐ Ved ikke
 - 1b. Hvis man køber ting på nettet gennem eksempelvis e-bay, Den Blå Avis, Facebook, netauktioner eller lignende kan det være meget svært at vide, om tingene er stjålet.
 - ☐ Helt enig
 - ☐ Overvejende enig
 - ☐ Hverken enig eller uenig
 - ☐ Overvejende uenig
 - ☐ Helt uenig
 - ☐ Ved ikke
 - 1c. 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.
 - ☐ Helt enig
 - ☐ Overvejende enig
 - ☐ Hverken enig eller uenig
 - ☐ Overvejende uenig
 - ☐ Helt uenig
 - ☐ Ved ikke
2. Hvilket af følgende udsagn om køb af stjalne varer er du mest enig i?
 - A - Jeg føler mig ret/helt sikker på, at jeg aldrig har købt stjalne varer
 - B - Jeg har på et tidspunkt været i en situation, hvor jeg følte mig usikker på, om den vare, jeg købte, var stjålet
 - C - Jeg har på et tidspunkt været i en situation, hvor jeg havde velbegrundet mistanke om, at den vare jeg købte, var stjålet
 - D - Jeg har på et tidspunkt været i en situation, hvor jeg følte mig ret/helt sikker på, at den vare jeg købte, var stjålet
 - E - Ved ikke/ønsker ikke at svare

Spørgsmål 2a – 2c kun hvis der er svaret C-D i spørgsmål 2

2a. Hvorfor købte du varen/varerne på trods af, at den/de kunne være stjålet/stjålne? Angiv gerne flere svar.

- ☐ Fordi jeg ville spare penge
- ☐ Fordi jeg ellers ikke ville have råd
- ☐ Fordi det alligevel er forsikringsselskaberne, der får tabet
- ☐ Fordi jeg ikke kunne få fat i varerne på anden måde
- ☐ Fordi jeg ikke synes, at det er så slemt, at varerne er stjålne
- ☐ Fordi jeg ikke mener, at det er mit ansvar som køber
- ☐ Fordi jeg vidste, hvem/hvad de var stjålet fra og vidste de havde råd til at miste det
- ☐ Fordi alle andre også køber stjålne varer
- ☐ Fordi det alligevel aldrig vil blive opdaget
- ☐ Andet _____
- ☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

2b. Hvilke(n) type(r) vare(r) drejede det sig om? Angiv gerne flere svar.

- ☐ El-artikler (inkl. telefoner, Ipads, pc'er osv.)
- ☐ Tøj/jakker/sko/tasker (inkl. sportstøj)
- ☐ Smykker/ure
- ☐ Parfumer/skønhedsprodukter
- ☐ Radio- eller tv-udstyr
- ☐ Møbler
- ☐ Cykel/transport
- ☐ Værktøj
- ☐ Byggematerialer
- ☐ Dagligvarer
- ☐ Cigaretter
- ☐ Spiritus
- ☐ Andet
- ☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

2c. Hvordan var du kommet i kontakt med sælgeren/sælgerne? Angiv gerne flere svar.

- ☐ Personlig omgangskreds
- ☐ Via min (eller en bekendts) arbejdsplads
- ☐ På bar/café eller lignende
- ☐ Via en privat annonce på en køb/salg-plattform på nettet (fx dba.dk, gulloggratis.dk mv.)
- ☐ Via et socialt medie (fx Facebook, Instagram mv.)
- ☐ Via en internetbutik
- ☐ Via en annonce i en avis eller et blad
- ☐ Via et opslag eller en annonce et andet sted (f.eks. opslagstavle i butik)
- ☐ På et loppemarked/kræmmermarked mv.
- ☐ I en kiosk/butik
- ☐ På gaden/ved min dør
- ☐ Andet
- ☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

3. 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.

A - Ja, helt sikkert
B - Måske – det har jeg en mistanke om
C - Det tror jeg ikke
D - Nej, helt sikkert ikke
E - Ved ikke/ønsker ikke at svare

Spørgsmål 3a – 3g kun hvis der er svaret A-B i spørgsmål 3

- 3a. Hvorfor tror du, at det, du blev tilbudt eller havde mulighed for at købe, var stjålne varer? (angiv gerne flere svar)

☐ Sælgeren opførte sig mistænkeligt
☐ Forklaringen på, hvor varen stammede fra, var utroværdig
☐ Sælgeren ville have betaling i kontanter
☐ Sælgeren ville kun mødes på et offentligt sted
☐ Prisen for varen var alt for lille
☐ Sælgeren kunne ikke fremvise en kvittering
☐ Jeg ved, at sælgeren ofte tilbyder stjålne varer
☐ Sælgeren lod forstå/afsløre, at varen var stjålet
☐ Andet _____
☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

- 3b. Hvor mange gange er dette sket inden for de seneste 3 år? Angiv dit bedste bud.

☐ 1 gang
☐ 2-3 gange
☐ 4-5 gange
☐ 6-10 gange
☐ Over 10 gange
☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

- 3c. Hvor lang tid siden er det, at du sidst var i en situation, hvor du havde mulighed for at købe stjålne varer?

☐ Under 6 måneder siden
☐ 6-12 måneder siden
☐ 1-2 år siden
☐ 2-3 år siden
☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

- 3d. Tror du, at du inden for de seneste 3 år har købt en/flere vare(r), der var stjålet/stjålne?

- A - Ja, helt sikkert
- B - Måske – det har jeg en mistanke om
- C - Det tror jeg ikke
- D - Nej, helt sikkert ikke
- E - Ved ikke/ønsker ikke at svare

3e. Hvor lang tid siden er det, at du sidst har købt en vare, du tænkte kunne være stjålet?

- ☐ Under 6 måneder siden
- ☐ 6-12 måneder siden
- ☐ 1-2 år siden
- ☐ 2-3 år siden
- ☐ Ved ikke
- ☐ Ønsker ikke at svare

3f. Hvilke(n) type(r) vare(r) har du købt/haft mulighed for at købe inden for de seneste 3 år?

Angiv gerne flere svar.

- ☐ El-artikler (inkl. telefoner, Ipads, pc'er osv.)
- ☐ Tøj/jakker/sko/tasker (inkl. sportstøj)
- ☐ Smykker/ure
- ☐ Parfumer/skønhedsprodukter
- ☐ Radio- eller tv-udstyr
- ☐ Møbler
- ☐ Cykel/transport
- ☐ Værktøj
- ☐ Byggematerialer
- ☐ Dagligvarer
- ☐ Cigaretter
- ☐ Spiritus
- ☐ Andet
- ☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

3g. Hvordan var du kommet i kontakt med sælgeren/sælgerne?

Angiv gerne flere svar.

- ☐ Personlig omgangskreds
- ☐ Via min (eller en bekendts) arbejdsplads
- ☐ På bar/café eller lignende
- ☐ Via en privat annonce på en køb/salg platform på nettet (fx dba.dk, guloggratis.dk mv.)
- ☐ Via et socialt medie (fx Facebook, Instagram mv.)
- ☐ Via en internetbutik
- ☐ Via en annonce i en avis eller et blad
- ☐ Via et opslag eller en annonce et andet sted (f.eks. opslagstavle i butik)
- ☐ På et loppemarked/kræmmermarked mv.
- ☐ I en kiosk/butik
- ☐ På gaden/ved min dør

- ☐ Andet
- ☐ Ved ikke/ønsker ikke at svare

4. Er du enig eller uenig i følgende udsagn: Det er vigtigt for mig, at varer, jeg køber, ikke er stjålet.
- ☐ Helt enig
 - ☐ Overvejende enig
 - ☐ Hverken enig eller uenig
 - ☐ Overvejende uenig
 - ☐ Helt uenig
 - ☐ Ved ikke
5. Er du enig eller uenig i følgende udsagn: Selv om det er strafbart at købe stjålne varer, så er der stort set ingen risiko for at blive taget af politiet.
- ☐ Helt enig
 - ☐ Overvejende enig
 - ☐ Hverken enig eller uenig
 - ☐ Overvejende uenig
 - ☐ Helt uenig
 - ☐ Ved ikke
6. Hvor ofte har du købt brugte varer fra private sælgere i Danmark via nettet i løbet af det seneste år? Noter ca. antal gange
- ☐ 0 gange (*til spørgsmål 8*)
 - ☐ 1 gang
 - ☐ 2-3 gange
 - ☐ 4-5 gange
 - ☐ 6-9 gange
 - ☐ 10-19 gange
 - ☐ 20 gange eller flere
 - ☐ Ved ikke
7. 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? Angiv ca. beløb
- ☐ 1-99 kr.
 - ☐ 100-499 kr.
 - ☐ 500-999 kr.
 - ☐ 1000-1.999 kr.
 - ☐ 2000-2.999 kr.
 - ☐ 3000-4.999 kr.
 - ☐ 5000-9.999 kr.
 - ☐ 10.000-19.999 kr.
 - ☐ 20.000 kr. eller mere
 - ☐ Ved ikke

8. 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
- ☐ At det er billigere end nyt
 - ☐ Jeg kan godt lide at gøre en god handel
 - ☐ Jeg tænker på klimaet/miljøet
 - ☐ At jeg er sikker på, at det ikke er stjålne varer
 - ☐ At jeg selv kan hente varen tæt på min bopæl
 - ☐ At kunne få varen direkte leveret til min adresse
 - ☐ Jeg køber aldrig brugte varer fra private sælgere
 - ☐ Ingen af ovenstående
 - ☐ Ved ikke
9. Hvilke steder på nettet går du typisk ind på, når du køber brugte varer fra private sælgere i Danmark? Gerne flere svar
- ☐ DBA.dk
 - ☐ gulloggratis.dk
 - ☐ Facebook Marketplace
 - ☐ Facebook grupper
 - ☐ Øvrige sociale medier
 - ☐ Andre
 - ☐ Jeg køber aldrig brugte varer fra private sælgere
 - ☐ Ingen af ovenstående
 - ☐ Ved ikke
10. Når du køber brugte varer, er det så altid til eget brug, eller kan det også være for at sælge det videre til andre?
- ☐ (Næsten) altid til eget brug
 - ☐ For det meste til eget brug
 - ☐ Blandet
 - ☐ For det meste til at sælge videre
 - ☐ (Næsten) altid til at sælge videre
 - ☐ Jeg køber aldrig brugte varer fra private sælgere
 - ☐ Ved ikke
11. Har du på et tidspunkt NemID/MitID valideret dig i forbindelse med køb/salg på nettet?
- ☐ Ja
 - ☐ Nej
 - ☐ Ved ikke
12. Er du enig eller uenig i følgende udsagn: Jeg køber kun fra private sælgere på nettet, hvis de har NemID/MitID valideret sig selv
- ☐ Helt enig
 - ☐ Overvejende enig

- ☐ Hverken enig eller uenig
 - ☐ Overvejende uenig
 - ☐ Helt uenig
 - ☐ Ved ikke/ikke relevant
13. Hvis det var muligt at søge i en app for at tjekke, om en vare, du er interesseret i, er stålet, ville du så gøre det?
- ☐ Helt sikkert
 - ☐ Formentlig
 - ☐ Måske
 - ☐ Formentlig ikke
 - ☐ Helt sikker ikke
 - ☐ Ved ikke
14. Er du tilbageholdende med at købe brugte varer på grund af frygt for at købe stjalne varer?
- ☐ Ja
 - ☐ Nej
- 14a. Hvilken af følgende er den primære grund til, at du ikke er tilbageholdende med at købe brugte varer på grund af frygt for at købe stjalne varer?
- ☐ Det spiller ikke en rolle i mine overvejelser
 - ☐ Risikoen for, at varer er stjålet, er minimal
 - ☐ Det er næsten umuligt at finde ud af, om varen er stjålet
 - ☐ Andet
 - ☐ Ved ikke
- 14b. Hvilken af følgende er den primære grund til, at du er tilbageholdende med at købe brugte varer på grund af frygt for at købe stjalne varer?
- ☐ Jeg vil ikke risikere at købe stjalne varer
 - ☐ Jeg vil ikke risikere at miste min købte vare
 - ☐ Jeg vil ikke risikere at blive sigtet for hæleri
 - ☐ Andet
 - ☐ Ved ikke
15. Hvad er den højeste uddannelse, som du har fulendt/eller er i gang med?
- ☐ Grundskole (Folkeskole/ Mellemsskole/ Realeksamen)
 - ☐ Gymnasial uddannelse (Studentereksamen/ HF)
 - ☐ Erhvervsgymnasial uddannelse (HH/HTX/ HHX)
 - ☐ Erhvervsfaglig uddannelse
 - ☐ Kort videregående (under 3 år)
 - ☐ Mellemlang videregående (3-4 år)
 - ☐ Lang videregående (5 år eller mere)
 - ☐ Forskeruddannelse (for eksempel Ph.d.)
 - ☐ Andet

16. Hvad er din husstands samlede bruttoindkomst før skat?

- ☐ Under 149.999 kr.
- ☐ 150.000-299.999 kr.
- ☐ 300.000-399.999 kr.
- ☐ 400.000-499.999 kr.
- ☐ 500.000-599.999 kr.
- ☐ 600.000-699.999 kr.
- ☐ 700.000-799.999 kr.
- ☐ 800.000 kr. eller derover
- ☐ Vil ikke svare

20. Hvad er din nuværende arbejdssituation?

- ☐ Jeg er i fast arbejde
- ☐ Jeg er ansat i en midlertidig stilling (fx vikariat eller tidsbegrænset stilling)
- ☐ Jeg er ledig
- ☐ Jeg er studerende/lærling
- ☐ Jeg er på efterløn/pensioneret
- ☐ Andet
- ☐ Vil ikke svare

21. Hvad er din civilstatus?

- ☐ Jeg er gift/har partner og er samboende
- ☐ Jeg er gift/har partner, men ikke samboende
- ☐ Jeg er enlig
- ☐ Andet
- ☐ Vil ikke svare

22. Har du nogensinde været udsat for indbrud? Hvis flere gange, notér da sidste gang det er sket

- ☐ Ja, inden for de seneste 12 måneder
- ☐ Ja, inden for de seneste 3 år
- ☐ Ja, inden for de seneste 5 år
- ☐ Ja, inden for de seneste 10 år
- ☐ Ja, inden for de seneste 20 år
- ☐ Ja, for mere end 20 år siden
- ☐ Nej, aldrig
- ☐ Vil ikke svare

17. Er du?

- ☐ Mand
- ☐ Kvinde

18. Hvad er din alder?

____ år

19. Hvor bor du (postnummer)?

Bilag 4: Netnografi af hælervarer på sociale medier

En passiv netnografisk tilgang er valgt som metode for den første del af processen, da det giver en dybdegående forståelse af sociale interaktioner og dynamikker i digitale fællesskaber. I modsætning til andre kvalitative metoder som interview eller deltagerobservation, som kræver direkte interaktion med deltagerne, tillader denne tilgang gennem observation af offentlige og lukkede online interaktioner uden at påvirke de observerede grupper direkte. Netnografi indebærer, at forskeren indsamler og analyserer digitale data (som tekst og billeder) for at forstå, hvordan brugere kommunikerer og interagerer på nettet (Kozinets, 2020).

Vores metodiske ramme for dataindsamlingen er inspireret af Demant og Moretti (2024). Deres artikel har fungeret som en central guide for at sikre en etisk forsvarlig undersøgelse af lukkede grupper og skjulte online-miljøer. Demant og Moretti adresserer blandt andet spørgsmålet om, hvornår forskere bør agere ud fra princippet om mindst mulig indblanding, herunder brugen af passive observationer gennem anonyme profiler. Dette princip har været afgørende for vores metodiske tilgang, hvor vi i første omgang har prioriteret at minimere vores tilstedeværelses synlighed og påvirkning i de undersøgte grupper.

I det metodiske arbejde med lukkede grupper på Facebook har vi taget udgangspunkt i det etiske flowchart fra Københavns Universitets retningslinjer, som illustreret i Demant og Morettis (2024) artikel. Flowchartet opererer med et etableret princip om, at en gruppe ophører med at være privat, når medlemstallet overstiger 200. Dette princip har fungeret som en vejledende guide for vores vurdering af, hvorvidt grupperne kunne klassificeres som potentielt følsomme og dermed kræve særlig etisk opmærksomhed. I denne vurdering har vi adresseret to centrale spørgsmål: 1) Kan der være tale om potentielt sårbare deltagere? og 2) Er gruppens indhold af en følsom karakter? (eksempelvis i henhold til GDPR). Disse overvejelser har været grundlaget for vores beslutninger om, hvordan vi etisk kunne tilgå grupperne (Demant & Moretti, 2024).

Alle de grupper, som vi blev medlem af med en neutral, oprettet skalprofil, og hvor vi har udførte ikke-deltagende (passiv) netnografi, havde et medlemstal over 200. Dette betyder, at grupperne, ifølge flowchartets logik, kunne kategoriseres som åbne eller (potentielt) lukkede, men offentlige, hvilket indebærer, at der ikke kræves samtykke fra medlemmerne for at udføre observationer. Alt vores indsamlede datamateriale er desuden blevet fuldt anonymiseret og opbevaret i overensstemmelse med principperne for deltagernes beskyttelse og GDPR-reglerne for at undgå lagring af personhenførbare oplysninger.

Til at identificere relevante grupper på Facebook har vi benyttet en oprettet skalprofil med et fiktivt navn og billede. Derefter har vi anvendt Facebooks egen søgefunktion, hvor vi har søgt på stopord som sortemarked, hemmelige, ulovlig, blackmarket, børns og diskret for at finde frem til lukkede grupper. I disse grupper har adgangskravene som oftest enten været

ikke-eksisterende eller begrænsede sig til at acceptere gruppens regler for opslag. Enkelte grupper krævede dog mere omfattende adgangskrav, som for eksempel vouching fra eksisterende medlemmer eller tilføjelse af et medlem fra administratorteamet. Disse grupper er vi ikke blevet en del af, da vi har fastholdt en passiv, ikke-deltagende observationsmetode for at minimere vores indflydelse på gruppens dynamikker.

Efter at være blevet optaget som medlemmer i de lukkede grupper, opdagede vi, at mange af de 41 besøgte grupper var internt forbundne gennem referencer eller links til andre grupper. Dette skyldes, at flere af grupperne har de samme ejere og administratorer, hvilket yderligere understreger netværkskarakteren af disse miljøer. Over en periode på cirka to måneder har vi fulgt og observeret grupperne samt deres interne dynamikker. Til dataindsamlingen har vi anvendt programmet ManuScape,⁸¹ som både gør det muligt at scrape og anonymisere den opbevarede data i overensstemmelse med GDPR-reglerne. Vores indsamlede data består primært af salgsopslag fra grupperne, som vi har analyseret for at identificere mønstre i salg og dynamikker i gruppens interaktioner. I ManuScape har vi ligeledes integreret en række observationsparametre for at strukturere og analysere salgsopslagene på en systematisk og overskuelig måde. De anvendte parametre omfatter:

- Dato og tidspunkt for opslaget
- Mængderabat
- Varetype
- Levering
- Anonymitet ved opslag
- Pris
- Platform
- Gruppenavn

Disse parametre muliggør en mere detaljeret analyse af karakteristika ved de observerede salgsopslag. For hver enkelt observation er der desuden tilknyttet en individuel observationsnote, hvori vi har givet en nærmere beskrivelse af opslaget samt diskuteret de elementer, der kan indikere, at der er tale om potentielle hælervarer. Dette inkluderer blandt andet atypiske priser, usædvanlige varetyper og mængder, som kan afvige fra det, der almindeligvis ses på legitime markeder. Denne tilgang gør det muligt at opnå en dybere forståelse af de salgsdynamikker, der findes i de lukkede grupper, samt at identificere de kendetegn, der potentielt peger på ulovlige handler.

For at få et overblik over de besøgte grupper, har vi systematisk registreret relevante oplysninger om hver gruppe, herunder platformen, gruppens størrelse (antal medlemmer), ad-

⁸¹ <https://manuscape.org/gdpr/> (senest besøgt den 22. november 2024).

gangskravene for at blive medlem, samt gennemsnitligt antal opslag pr. dag. Derudover har vi noteret information om gruppernes ejere og administratorer, da denne dokumentation har været essentiel for at kunne foretage en netværksanalyse af de relationer, der findes mellem grupperne. Det har givet os indsigt i, hvordan de forskellige grupper er tilkøbt hinanden gennem fælles ejerskab og administration. Dette har været med henblik på at forstå de strukturelle forbindelser og eventuel organiseringen af de ulovlige markeder på tværs af grupperne.

Bilag 5: Undersøgelse af salgsannoncer på digitale handelsplatforme

Formålet med undersøgelsen af salgsannoncer er at identificere mulige hælervarer. Ved eftersøgningen af hælervarer i åbne grupper er der taget udgangspunkt i tre platforme: Facebook Marketplace (FB), Den Blå Avis (DBA) og Gul og Gratis (G&G). De tre platforme har næsten det samme setup med en søgefunktion, kategorier, samt mulighed for at sælge og købe. For at eftersøge de forskellige varegrupper er der anvendt relevante søgeord, hvorefter der er kigget efter signaler på hælervarer. Der er kun søgt efter annoncer af privatpersoner. Undersøgelsen af salgsannoncer har fundet sted i perioden fra medio september til starten af november 2024.

Der er blevet undersøgt syv forskellige varegrupper. For hver varegruppe har vi noteret, hvilke søgeord der har ført til en annonce, som vi vurderer som mistænkelig. Der er anvendt langt flere søgeord, men kun de søgeord, der gav et "hit", er blevet noteret.

1. Smykker, tasker, ure

Søgeord FB: Apple watch, Georg Jensen, Guld smykker, Smykker, Ur

Søgeord DBA: Georg Jensen, Guld, Ur, Rayban solbriller

Søgeord G&G: Guld smykker, Georg Jensen, Solbriller

2. Design (møbler, lamper, stentøj, keramik)

Søgeord FB: Ægget, Arne Jacobsen, Design møbler, Royal Copenhagen

Søgeord DBA: Børge Mogensen, Design møbler, Ditzel, Royal Copenhagen, Verner Panton

Søgeord G&G: Royal Copenhagen, Verner Panton, Arne Jacobsen, Designmøbler

3. Elektronik (smartphones, fjernsyn, musikanlæg)

Søgeord FB: Canon kameraer, Fjernbetjening, iPhone, JBL-højttaler, Samsung Galaxy

Søgeord DBA: Canon, iPhone

Søgeord G&G: iPhone, Elektronik, Højttaler

4. Tøj (mærkevarer)

Søgeord FB: Jakkesæt, North face jakke

Søgeord DBA: Louis Vuitton, Versage

Søgeord G&G: Burberry, Prada

5. Værktøj (mest til fagfolk)

Søgeord FB: Knipex, Milwaukee

Søgeord DBA: Hilti, Knipex, Milwaukee, Værktøj, Vinkelsliber

Søgeord G&G: Makita, Milwaukee

6. Cykler (elcykler)

Søgeord FB: Elcykel, Gazelle elcykel

Søgeord DBA: Batavus, Elcykel, Trek cykel

Søgeord G&G: Elcykel

7. Dagligvarer (kaffe, chokolade, kød, ost mm)

Søgeord FB: Chokolade Marabou, Chokolade Merci, Gevalia, Øl, Sodavand

Søgeord DBA: Fødevarer, Øl og vand, Slik og snacks

Søgeord G&G: Vin og spiritus

For at vurdere, om der bliver tilbudt varer i en annonce, som muligvis er hælervarer, har vi set på mængden af varer/annoncer, uanset om det drejede sig om forskellige varegrupper eller om den samme vare blev solgt i store mængder. Derudover blev der kigget på priserne, hvor særligt lave priser kunne vække mistanke, selvom dette muligvis ikke udgør den største afvigelse i åbne grupper.

Desuden har vi undersøgt omstændigheder som MitID-validering, kontant betaling, baggrundshistorie, profilbilleder, dato for oprettelse af profilen og om kvittering medfølger for dyrere varer, f.eks. elcykler. Det er således en samlet vurdering af sælgeren, de tilbudte varer og de omkringliggende omstændigheder, der har ledt til mistanke om stjålne varer.

Vi har kun set på annoncen og personen bag annoncen. Vi har ikke søgt kontakt med sælgeren. Vi understreger, at det formentlig ikke er alle annoncer, som vi har klassificeret som mistænkelige, der i realiteten tilbyder hælervarer.

For hver platform er der blevet søgt i annoncerne i 1,5 time inden for hver af de syv varegrupper, hvilket svarer til 10,5 timer pr. platform og 31,5 timer i alt. De 1,5 timer pr. kategori refererer til "ren søgetid". Indtastning af mistænkelige annoncer indgår ikke i denne tidsopgørelse. Det er svært at vurdere præcist, hvor mange annoncer der er blevet gennemgået på 1,5 time, men skønnet ligger på mindst 100.

Ved at afsætte den samme mængde tid pr. kategori på hver platform får vi et indtryk af, om der er forskelle i, hvor mange hælervarer der tilbydes på de forskellige åbne handelsplatforme.

Efter søgningerne er oplysninger fra de mistænkelige annoncer blevet indtastet i en Excel-fil. Følgende oplysninger (hvis tilgængelige) er blevet noteret:

- Søgeord
- Varer, der tilbydes (maks. ti varer noteret)
- Ny eller brugt

- Pris
- Hvorfor mistænksom
- Sælgers køn
- Sælgers alder
- Sælgers kommune
- Bemærkninger

Bilag 6: Logistiske regressionsanalyser (kapitel 4)

De logistiske regressionsanalyser er baseret på syv variabler, jf. tabel B6.1. Svarkategorien viser de forhold, som forventes at øge sandsynligheden for at få tilbudt stjålne varer, mens referencekategorien angår forhold, der formodes at modvirke dette. Alle variabler er dikotomiserede, det vil sige todelte. Odds ratio angiver, hvor meget hver af disse fire variabler øger risikoen for at få tilbudt stjålne varer, idet risikoen øges med odds ratios størrelse. En odds ratio på 2 betyder således, at sandsynligheden for, at respondenteren har fået tilbudt/ har købt stjålne varer, øges med faktor 2.

Tabel B6.1 Variabler der indgår i logistiske regressionsanalyser.

Variabel	Svarkategori	N	Referencekategori	N
Uddannelse	Ikke-videregående udd.	1587	Videregående udd.	1413
Indkomst (husstand)	Under en halv mio.	1782	Halv mio. eller mere	1218
Civilstatus	Bor for sig selv	1302	Bor sammen med andre	1698
Køn	Mand	1481	Kvinde	1519
Alder	Under 50 år	1512	50 år eller ældre	1488
Køber fra private (nettet)	Ja	1555	Nej	1445
Ikke udsat for indbrud	Nej	1667	Ja	1333

Tabel B6.2 Variablernes indflydelse på, om respondenteren får tilbudt stjålne varer.

Variabel	Signifikant	Odds ratio
Uddannelse	Nej	
Indkomst (husstand)	Nej	
Civilstatus	Ja	1,4
Køn	Ja	1,5
Alder	Ja	1,7
Køber fra private (nettet)	Ja	2,6
Ikke været udsat for indbrud	Nej	

Tabel B6.3 Variablernes indflydelse på, om respondenteren, har købt de tilbudte stjålne varer.

Variabel	Signifikant	Odds ratio
Uddannelse	Nej	
Indkomst (husstand)	Nej	
Civilstatus	Nej	
Køn	Nej	
Alder	Ja	3,7
Køber fra private (nettet)	Ja	1,9
Ikke været udsat for indbrud	Ja	0,5

Bilag 7: Do's and don'ts i forhold til hæleribekæmpelse

Some things to avoid in market-targeted anti-theft initiatives

- Simple awareness-raising is not crime-reducing.
- Avoid conducting local surveys of victims and the general public.
- Don't seek to identify stolen goods dealers through classified advertisements in newspapers.
- Don't underestimate the complexity and extent of the stolen goods market problem.
- Don't expect offenders to deal only in one type of market at any one time.
- Don't spend resources for market reduction on seeking to return property to rightful owners.
- Don't seek to employ TV, radio or printed media such as posters, beer mats, stickers, etc. in untested attitude change initiatives.
- Don't maintain a fence in the community as an informant.
- Don't set up a police storefront sting operation.
- Don't perpetually play catch-up with theft trends.
- Avoid property marking like 'the plague'.
- Do not deploy the media without expert assistance from specialist psychologists.

Some things to do in a market-targeted anti-theft initiative

- Establish multi-agency partnership to tackle markets.
- Because local fences deal directly with thieves the thief is an important investigative tool in finding fences.
- Set up specialist anti-fencing or MRA units.
- Use foresight to gear up to tackle market-driven crime before it fuels the next big crime wave.
- Changes in the overall rate of theft should be a long-term hope rather than a short-term result.
- An increase in fences and other handlers of stolen goods arrested is a much more valid indicator of short-term success than theft reduction – which can be almost impossible to prove.
- Plan an exit strategy for future integration of the anti-fencing or MRA as a core enforcement target. Ensure that stolen goods market targeting is someone's job – someone's sole job and their specialty area in your organisation.

Kilde: Sutton M. (2010). Understanding and tackling stolen goods markets. In: F. Brookman, M. Maguire, H. Pierpoint & T. Bennett (eds). *Handbook on Crime*. Routledge, p. 68-84.