

Til  
**Ministeriet for Ligestilling og Kirke**

Dokumenttype  
**Rapport**

Dato  
**Maj 2013**

# KORTLÆGNING AF PROSTITUTIONS- EFTERSPØRGSLLEN



# KORTLÆGNING AF PROSTITUTIONSEFTERSPØRGSLEN

## INDHOLD

<b>1.</b>	<b>Indledning</b>	<b>1</b>
1.1	Baggrund, formål og fokus	1
1.1.1	Overordnede definitioner og teoretisk udgangspunkt	2
1.2	Design – kombination af metoder og data	2
1.2.1	Foranalyse og etablering	3
1.2.2	Kvantitativ survey	3
1.2.3	Kvalitative interview	4
1.3	Læsevejledning	4
<b>2.</b>	<b>Sammenfatning og konklusion</b>	<b>5</b>
2.1	Karakteristik af mandlige danske sexkunder	5
2.2	Bevæggrunde for køb af sex	6
2.3	Holdninger til køb af sex	6
2.4	Handlede kvinder	7
2.5	Sandsynlighed for køb af sex i fremtiden	7
<b>3.</b>	<b>En karakteristik af mandlige danske Sexkunder</b>	<b>8</b>
3.1	Omfanget af sexkunder og hyppigheden af deres sexkøb	8
3.2	Sexkunders debut	11
3.3	Sexkundernes socioøkonomiske baggrund	13
3.4	Typer af sexkunder	16
3.5	Danske mænds køb af sex i Danmark og udlandet	17
3.6	Oprindelse for prostituerede og arenaer for sexkøb	18
<b>4.</b>	<b>Bevæggrunde for og imod køb af sex</b>	<b>21</b>
4.1	Sexkunders tre typiske bevæggrunde for at købe sex	21
4.1.1	Biologiske bevæggrunde	22
4.1.2	Psykologiske bevæggrunde	24
4.1.3	Sociologiske bevæggrunde	26
4.2	Sexkunders bevæggrunde til at fravælge eller stoppe med at købe sex	28
4.3	Mænd uden erfaring med købesex: Bevæggrunde for fravalg af sexkøb	30
4.4	Betydningen af forskellige bevæggrunde for sexkøb	31
<b>5.</b>	<b>Holdninger til købesex</b>	<b>33</b>
5.1	Det er i orden at købe sex, mener flertallet	33
5.2	Delte meninger om prostitueredes frihed og vilkår, men markant afstandtagen fra handlede kvinder	34
5.3	Synet på den prostitueredes frihed har betydning for den overordnede holdning til prostitution	35
5.4	Holdninger i forskellige grupper	36
5.4.1	Mændenes holdning til de kvinder, som vælger at prostituere sig	36
5.4.2	Forestillinger om den prostitueredes livsvilkår	38
5.5	Eksperiment: Information og refleksion har markant effekt på holdninger til købesex	38
<b>6.</b>	<b>Handlede kvinder</b>	<b>41</b>
6.1	Generel afstandtagen til købesex med handlede kvinder	43
<b>7.</b>	<b>Sandsynlighed for fremtidigt sexkøb</b>	<b>45</b>

7.1	Sexkunder – Desto flere sexkøb, desto større sandsynlighed for yderligere sexkøb	46
7.2	Sexkunder – Det øger sandsynlighed for at købe mere sex	47
7.3	Sexkunder – Det mindsker sandsynlighed for at købe mere sex	48
7.4	Ikke-kunder – Det øger sandsynlighed for at købe sex	48
7.5	Ikke-kunder – Det mindsker sandsynlighed for at købe sex	49

## BILAG

### **Bilag 1**

Detaljeret metodebeskrivelse

### **Bilag 2**

Tabellrapport med svarfordelinger fra survey

### **Bilag 3**

Kvalitativ spørgeguide

## 1. INDLEDNING

Gennem det seneste år har diskussionen omkring prostitution stået højt på mediedagsordenen i Danmark. Temaer om 'den lykkelige luder', 'de psykiske, fysiske og emotionelle konsekvenser af prostitution' og 'rettigheder for sexarbejdere' har domineret debatten, og fællestrækket for de fleste historier er – hvad enten de argumenterer for eller imod prostitution – at de tager udgangspunkt i den prostitueredes motiver, bevæggrunde og baggrund for at indgå i sexhandlen. Samme mønster gør sig gældende i mange af de forskningsmæssige kortlægninger, undersøgelser og analyser, der gennemføres omkring prostitution i Danmark, hvor kun en lille andel beskæftiger sig med den anden part i handlen – sexkøberen.

Denne kortlægning søger med afsæt i de få undersøgelser, der er på området, at udbygge vidensfeltet ved at kortlægge omfanget af danske mænds køb af sex samt at analysere motiver, bevæggrunde og holdninger bag dette sexkøb. Et repræsentativt udsnit på mere end 7.000 danske mænd har deltaget i undersøgelsen, og heraf har 28 mænd bidraget yderligere til kortlægningen gennem deltagelse i dybdegående telefoninterviews.

Udover kortlægningen af sexkøb har rapporten også det særlige fokus at belyse mænds overvejelser i forhold til prostituerede, der er ofre for menneskehandel.

### 1.1 Baggrund, formål og fokus

Baggrunden for kortlægningsopgaven er den nationale handlingsplan til bekæmpelse af menneskehandel for perioden 2011-2014, hvor man ønsker at sikre større vidensgrundlag for prostitutionsefterspørgslen i Danmark med særligt fokus på menneskehandel<sup>1</sup>.

Med handlingsplanen ønsker man fortsat at arbejde forebyggende med de sexkunder, der køber sex af handlede kvinder. Det har allerede udmøntet sig i oplysningskampagner for at højne vidensniveauet i befolkningen. Senest blev der i efteråret 2011 gennemført en større kampagne målrettet især unge mænd med titlen "Ud med bagmændene", der både giver faktuel viden om problemets omfang samt konkrete signaler, man kan kigge efter. En del af formålet med denne kortlægning er altså at opnå en større forståelse af handlinger og holdninger hos de mænd, som køber sex, således at den fremtidige informations- og kampagneindsats i forhold til menneskehandel kan kvalificeres.

I dansk kontekst er der de senere år gennemført enkelte undersøgelser af såvel omfang af sexkøb som bevæggrunde for køb af seksuelle ydelser, men da det er et emne, som metodisk er meget svært at afdække grundet dets tabuiserede karakter, er der fortsat et behov for at bygge mere viden oven på det eksisterende grundlag for at styrke de foreløbige konklusioner. Derudover er det kun i begrænset omfang beskrevet, hvilken betydning faktuel viden om menneskehandelsproblematikken har for mænds holdninger til sexkøb.

**Formålet med kortlægningen af prostitutionsefterspørgslen** blandt danske mænd er at opnå viden om *omfang* af og *karakteristika* hos sexkunder samt *bevæggrunde* og *holdninger* til sexkøb – herunder køb af sex hos handlede kvinder. Hertil kommer behovet for at få afdækket, *hvilken betydning faktuel viden om levevilkårene hos ofre for menneskehandel har for mænds holdning til sexkøb*.

Selv om der såvel internationalt som i Danmark er kommet mere fokus på sexhandlens efterspørgselsside i de senere år, er forskningsgrundlaget inden for prostitutionskunders motiver for køb af sex, som nævnt, relativt spinkelt i Danmark. Rambølls kortlægning af prostitutions- efterspørgslen i Danmark skal ses som et supplement til den nuværende viden på området og bidrager med yderligere indsigt i området. Sammenligneligheden med tidligere undersøgelser (herunder primært Lautrup, 2005) er også væsentligste forklaring på, at det kun er *mandlige* sexkunder, denne undersøgelse fokuserer på. Undersøgelser af omfang af sexkøb, holdninger og

<sup>1</sup> ([http://miliki.dk/fileadmin/ligestilling/PDF/Handel/Menneskehandel-handlingsplan\\_2011-2014.pdf](http://miliki.dk/fileadmin/ligestilling/PDF/Handel/Menneskehandel-handlingsplan_2011-2014.pdf)).

bevæggrunde mv. hos *kvindelige* sexkunder er et undersøgelsesspørgsmål, som fortsat mangler at blive afdækket.

Denne kortlægning har fokus på at give:

1. En afklaring af hvorvidt omfang og holdninger til sexkøb i en stor repræsentativ undersøgelse blandt danske mænd matcher resultaterne fra den første *større* kortlægning af prostitutionskunder i Danmark gennemført af Lautrup (2005)<sup>2</sup>
2. Yderligere viden om kompleksiteten i prostitutionskunders bevæggrunde med henblik på en større forståelse af handlemønstre og bevæggrunde hos sexkunder
3. En vurdering af effekten af budskaber, der indeholder viden om prostitution og trafficking på mænds holdninger til sexkøb

Kortlægningen bygger på den eksisterende viden på området – herunder Lyngbye (2000) og Lautrup (2005) omkring efterspørgselssiden samt SFI's nyere nationale kortlægning af prostitution i Danmark fra 2011, der dog primært fokuserer på udbudssiden.

#### 1.1.1 Overordnede definitioner og teoretisk udgangspunkt

I kortlægningen anvendes en konventionel definition og forståelse af prostitution samt dens købere og sælgere. Det sker af hensyn til sammenligneligheden mellem kortlægningen og tidligere undersøgelser som eksempelvis Lautrup (2005). Den konkrete definition fra litteraturen fremgår af nedenstående faktaboks.

#### FAKTABOKS 1 – Definition af prostitution samt køber og sælger

Prostitution er en transaktion mellem mindst to handlende parter, der henholdsvis køber og sælger seksuelle ydelser. Handlen foregår i en kort, afgrænset tidsperiode, og betalingen for den seksuelle tjeneste sker umiddelbart før eller efter den seksuelle tjeneste leveres.<sup>3</sup>

Analysedesignet er styret af et teoretisk udgangspunkt om, at det snarere er nogle dybere-liggende individuelle determinanter hos mænd, der er afgørende for sexkøbet, end specifikke, objektive, socioøkonomiske karakteristika. De fleste større kortlægninger af prostitutionskunder viser, at der er meget lille forskel mellem den mandlige normalbefolkning og gruppen af sexkunder<sup>4</sup>. Det bekræftes også af kvalitative indikationer i SFI's kortlægning fra 2011.

Flere steder i forskningen inddeles sexkundernes bevæggrunde i tre overordnede kategorier, som uddybes yderligere i Kapitel 4:

1. De *biologiske* forklaringer, hvor mandens seksualdrift ses som et instinkt og en ukontrollerbar impuls, der kommer til udtryk i behovet for sex
2. De *psykologiske-personlighedsrelaterede* forklaringer, hvor mandens personlighed – ønske om bekræftelse, følelsesmæssig støtte, intimitet mv. – har indflydelse på behovsstyringen
3. De *sociologiske* forklaringer, hvor mekanismerne omkring sexmarkedet er et produkt af omgivelserne og den sociale og kulturelle kontekst – fx i forbindelse med maskuline fællesskaber, overgangsritualer og lign. eller i et magtudøvelsesperspektiv<sup>5</sup>

## 1.2 Design – kombination af metoder og data

Kortlægningen indeholder en række forskellige elementer, hvoraf nogle primært belyses kvantitativt – fx estimering og socioøkonomiske beskrivelser – mens de fleste andre behandles

<sup>2</sup> Lautrup, C. (2005). *Det skal ikke bare være en krop mod krop-oplevelse. En sociologisk undersøgelse om prostitutionskunder*

<sup>3</sup> Järvinen, Margeretha (1991). *Skal prostitution forebygges?*, s. 15.

<sup>4</sup> Se fx Lyngbye (2000). *Mænd der betaler kvinder*; Monto (2000). *Focusing on the Clients of Street Prostitutes: A Creative Approach to Reducing Violence Against Women*. Final Report submitted to the National Institute of Justice; Shively et. al. (2008). *A National Overview of Prostitution and Sex Trafficking Demand Reduction Efforts*, Final Report submitted to the National Institute of Justice.

<sup>5</sup> Se en uddybning af de tre kategorier i Cauduro (2009). *Review of the Research Studies on the Demand for Prostitution in the European Union and Beyond* i Di Nicola et. al. 'Prostitution and Human Trafficking – Focus on Clients' (s. 13-15).

såvel kvantitativt som kvalitativt, fx analyser af betydningen af forskellige bevæggrunde for sexkøb. På den baggrund består det metodiske design af følgende elementer: *For det første* en foranalyse og dermed etablering af grundlaget for kortlægningens design via litteraturreview og eksplorative interview med ekspertpanel. *For andet* en større og repræsentativ kvantitativ survey blandt mere end 7.000 danske mænd. *For det tredje* kvalitative interview med 28 sexkunder. *For det fjerde* en analyse der kombinerer de kvantitative og kvalitative data.

Designet er udviklet af Rambøll, men gennem kortlægningen har ekspertpanelet samt en tilknyttet følgegruppe bidraget med input og kommentarer til design og analyser og har derigennem bidraget til at kvalificere designet.

### 1.2.1 Foranalyse og etablering

Med henblik på at skabe et solidt afsæt for at udvikle surveyens spørgeskema og den kvalitative undersøgelses spørgeguides samt i øvrigt at skabe tilstrækkelig indsigt i feltet er der indledningsvist gennemført et litteraturreview af de væsentligste danske og internationale publikationer på området.<sup>6</sup>

På baggrund af litteraturen samt input fra kortlægningens følgegruppe er der rekrutteret et panel med fire eksperter med forskellig forsknings- og praksiserfaring inden for området.<sup>7</sup> De er interviewet eksplorativt som del af foranalysen og har derigennem også kvalificeret grundlaget for spørgeskema og spørgeguide. De har endvidere bidraget ved at kommentere rapportudkastet.

### 1.2.2 Kvantitativ survey

For at skabe et statistisk velunderbygget grundlag med henblik på at drage *generaliseringer* til besvarelse af kortlægningens kvantitative problemstillinger er der dimensioneret og gennemført en større repræsentativ survey blandt den mandlige befolkning. Konkret har surveyen bl.a. skabt grundlag for at analysere:

- Sexforbrugets omfang i Danmark og omfanget af potentielle sexkunder der med en vis sandsynlighed vil opsøge prostitution
- Betydningen af forskellige bevæggrunde for hidtidigt og fremtidigt sexkøb
- Holdninger til prostitution, herunder prostitutionsrelateret menneskehandel
- Årsagsforklaringer på danske mænds – herunder sexkundernes – holdninger til prostitution
- Effekter af budskaber om prostitueredes vilkår for mænds og sexkunders holdning til sexkøb

Surveyen er gennemført i 2013 og har resulteret i 7.251 besvarelser fra den mandlige befolkning. Heraf har 1.083 angivet at have erfaring med sexkøb. Derfor vurderes data at give grundlag for statistisk sikre resultater, hvad enten den samlede befolkning eller blot sexkunderne analyseres. Endvidere er data vægtet, så besvarelsernes fordelinger på centrale socioøkonomiske baggrundsoplysninger stemmer overens med Danmarks Statistiks oplysninger om befolkningen<sup>8</sup>. Herved vurderes data at udgøre et solidt og repræsentativt grundlag for generelle konklusioner.

I fortolkningen af resultaterne skal man være opmærksom på, at det ikke er uproblematisk at spørge om erfaringer med sexkøb. Fra surveyforskningen ved man nemlig, at respondenter typisk lægger en dæmper på deres reelle holdninger eller underdriver deres adfærdsmønstre, hvis de bliver spurgt om et emne, der er kontroversielt, ømtåleligt eller blot upopulært. Fx er det alment kendt, at undersøgelser om befolkningens tobaks- eller alkoholvaner typisk underestimerer det reelle forbrug. Simpelthen fordi respondenterne ikke er helt ærlige om, hvor meget de i virkeligheden ryger eller drikker. På samme måde er det rimeligt at antage, at en del af undersøgelsens deltagere ikke ærligt angiver et sexforbrug eller underdriver hyppigheden af forbruget. Dermed er fx omfanget af danske mænds sexkøb formentlig en underdrivelse af den sande andel af den mandlige befolkning, der har købt sex. Hvor stor en underdrivelse, der er tale om, er der dog intet belæg for at konkludere.

<sup>6</sup> Litteraturlisten fremgår af Bilagstabel 1.

<sup>7</sup> Ekspertpanelets konkrete sammensætning fremgår af Bilagstabel 2.

<sup>8</sup> Alle resultater fra den kvantitative undersøgelse – fx andele – rapporteres vægtet. Men antallet af respondenter, der ligger til grund for de forskellige analyser rapporteres uvægtet.

### 1.2.3 Kvalitative interview

Den kvalitative metode har til formål at supplere den viden, der fremgår af surveyen, ved at belyse forklaringerne bag de billeder, der tegner sig af prostitutionskunderne. Den kvalitative dataindsamling er inspireret af den biografiske metode, hvor vi i interviewsituationen skaber rammerne for, at informanterne fortæller om de dele af deres livshistorie, der knytter sig til sexkøb. Ved at fokusere på det biografiske arbejde og de copingstrategier – evnen til bevidst eller ubevidst at håndtere valget om at købe sex – informanterne benytter sig af i interviewsituationen, giver det mulighed for at nå de bagvedliggende årsager til den enkelte informants brug af prostituerede, samt at belyse og søge forklaringer på de tanker og holdninger informanten har til sexkøb generelt og specifikt i forhold til handlede kvinder.

Rekrutteringen af informanter til de dybdegående kvalitative interview er sket gennem den gennemførte survey blandt et repræsentativt udsnit af den voksne mandlige befolkning og under hensyn til en række forhold, herunder særligt fokus på variation på relevante baggrundsvariable blandt de udvalgte mænd. For nærmere uddybning se bilagsmaterialet.

Det har været centralt at udvise en høj grad af fleksibilitet for at imødekomme ønsker hos mændene for rammer om interviewet. Informanterne har derfor fået mulighed for at ønske køn på interviewer, hvorvidt vedkommende selv ville ringe op på et nummer eller blive ringet op og også i hvilket tidsrum, vedkommende ønskede at blive interviewet. Ved rekruttering via surveyen samt opfølgende mail- og telefonkontakt er der gennemført interviews med 28 mandlige sexkøbere ud af de ca. 120, der tilkendegav interesse for at deltage.

## 1.3 Læsevejledning

Kortlægningens overordnede konklusioner er sammenfattet i kapitel 2. Dernæst følger kapitel 3, som giver en primært deskriptiv karakteristik af de danske mænd, der har erfaring med sexkøb. I dette kapitel gennemgås bl.a. omfanget af sexkøb sammenlignet med tidligere undersøgelser og udenlandske erfaringer samt karakteristika hos de mænd, der køber sex. Kapitel 4 gennemgår de forskellige bevæggrunde, der er identificeret i analysen, i forbindelse med både til- og fravalg af sexkøb. Kapitel 5 omhandler mænds holdninger til købesex og forskellige aspekter af prostitution, ligesom kapitlet belyser, i hvilket omfang og hvordan holdningerne til prostitution kan ændres. I forlængelse heraf sætter Kapitel 6 særligt fokus på holdninger til handlede kvinder. Kapitel 7 gennemgår mænds selv vurderinger af deres sandsynlighed for at købe sex i fremtiden for derved at skabe et billede af, hvad der øger sandsynligheden for, at sexkunder køber mere sex og for, at mænd uden erfaring med prostitution bliver sexkunder.

I bilagsmaterialet findes en mere detaljeret metodebeskrivelse (Bilag 1), en tabelrapport med samtlige svarfordelinger fra surveyen (Bilag 2) samt spørgeguiden, der er anvendt i kortlægningens kvalitative interviews (Bilag 3).



## 2. SAMMENFATNING OG KONKLUSION

Denne rapport formidler resultaterne fra en kortlægning af prostitutionsefterspørgslen blandt danske mænd, som er gennemført i starten af 2013 af Rambøll Management Consulting for Ministeriet for Ligestilling og Kirke.

Kortlægningen viser, at køb af sex hos prostituerede både er relativt udbredt blandt danske mænd og også alment accepteret. Andelen af mænd, der har erfaring med købesex, er 15,5 pct., hvilket er i overensstemmelse med tidligere undersøgelser i Danmark og kortlægninger i lande, vi normalt sammenligner os med. Der er sexkøbere i alle aldersgrupper og samfundslag, og det slående kendetegn ved sexkøbere er, at der *ikke* er noget særligt kendetegn.

Selv om kun de færreste mænd – alt i alt – synes, det er forkert at købe sex, så har de fleste mænd en iboende ambivalens i forhold til emnet. Mange mænd har forståelse for de prostitueredes levevilkår og den psykiske belastning, det kan medføre at sælge sex. Kort sagt ser de fleste mænd nuancerne i problemstillingen, uden det umiddelbart får betydning for deres grundindstilling til emnet. Ambivalensen kommer dog til udtryk ved, at en væsentlig mindre andel af de mænd, der får mulighed for at reflektere over emnet og bliver eksponeret for informationer synes, at prostitution er acceptabelt, sammenlignet med de mænd, der afgiver deres umiddelbare og mindre reflekterede holdning. Mønstret gælder såvel mænd med som uden erfaring fra sexkøb.

De danske mænd har en liberal holdning til prostitution, hvilket bl.a. manifesterer sig i, at størstedelen generelt accepterer købesex. Grænsen går dog for de fleste ved prostitution, der involverer ofre for menneskehandel, som kun de færreste kan acceptere. Det gælder både mænd med og uden erfaring som sexkunder. Endvidere bliver den generelle accept af prostitution mindre i begge grupper, når de bliver eksponeret for viden om forhold, som menneskehandlede prostituerede kan leve under.

I de følgende afsnit sammenfattes rapportens konklusioner på et mere detaljeret niveau.

### 2.1 Karakteristik af mandlige danske sexkunder

Kortlægningen viser, at 15,5 pct. af de danske mænd i alderen 18-65 år har erfaring med købesex, hvilket svarer til mellem ca. 260.000 og 285.000 mænd i aldersgruppen. I den eneste større danske undersøgelse af prostitutionsefterspørgslen fra 2005 blev niveauet estimeret til at være 14 pct., hvilket altså valideres af nærværende kortlægning. De få undersøgelser, der er tilgængelige fra lande, vi normalt sammenligner os med, tyder på, at niveauet på ca. 15 pct. matcher omfanget i de øvrige skandinaviske lande, Vesteuropa i øvrigt og USA.

For tre ud af fire af de mænd, som på et eller andet tidspunkt i deres liv har købt sex, ligger seneste sexkøb mere end et år tilbage i tiden. Den fjerdedel, der har købt sex inden for det seneste år, svarer ca. 65.-80.000 danske mænd. Af de danske mænd, som har erfaring med købesex, har 30 pct. kun købt sex en enkelt gang. Andelen af sexkøbere, som har mere end 50 handler bag sig, udgør ca. 9 pct.

Danske mænd er i gennemsnit knap 25 år den første gang, de opsøger en prostitueret. Tendensen de senere år er dog, at gennemsnitsalderen er faldende – modsat den generelle seksuelle debutalder i Danmark som ligger konstant på ca. 17 år. Over en 30-års periode er gennemsnitsalderen for første prostitutionsbesøg faldet med ca. 3 år.

Den mest anvendte prostitutionsarena er massageklinikker og bordeller, som 60 pct. af de danske mænd anvender. Herefter følger gade- og barprostitution, hvilket formentlig også hænger sammen med, at flere danske mænd har erfaring med købesex fra udlandet, hvor disse arenaer kan være mere naturlige at anvende som turist.

Der er ingen væsentlige socioøkonomiske forskelle mellem danske mænd *med* og *uden* erfaring med købesex. Der er dog en mindre overrepræsentation af faglærte samt mænd i den laveste indkomstkategori for mænd med erfaring.

## 2.2 Bevæggrunde for køb af sex

Hvor der ikke synes at være nogen entydig sammenhæng mellem traditionelle socioøkonomiske baggrundsvariable og erfaring med sexkøb, så understøtter kortlægningen internationale forskningsresultater, som viser, at der grundlæggende er tre grupper af bevæggrunde for sexkøb. Det drejer sig om nogle biologiske, psykologiske og sociologiske bevæggrunde. En statistisk model indikerer, at alle tre typer bevæggrunde har betydning for, om danske mænd vælger at købe sex, og resultaterne finder opbakning i de kvalitative casebeskrivelser, der er udarbejdet.

I forhold til de selvoplevede biologiske bevæggrunde synes især det fysiske behov for sex at være drivende for sexkøbet samt det uforpligtende og spontane element. Mandens seksualdrift og grundlæggende behov ses altså som et instinkt og en mere eller mindre ukontrollerbar impuls. Hvad angår de psykologiske bevæggrunde, indikerer følelsesmæssige behov for intimitet og nærhed med et andet menneske at have betydning. Dette kan være i bestræbelserne på at opnå større selvværd, selvtillid eller ønsket om bekræftelse i forhold til at være en rigtig mand. Når det kommer til de sociologiske bevæggrunde, er de dominerende faktorer ønsket om at opnå en følelse af fællesskab med andre. I forlængelse af dette kan der ligge et behov for magtudøvelse overfor kvinden og i visse maskuline fællesskaber en norm om, at købesex er noget, der skal prøves, som fx en form for overgangsritual eller noget man får en fælles oplevelse ud af sammen med kammeraterne.

Analyserne viser, at mænds bevæggrunde for sexkøb alt i alt er en kompleks og sammensat størrelse, men også at der er mænd, som er drevet mere af en enkelt af de ovennævnte bevæggrunde end af andre. Samlet set synes de biologiske bevæggrunde – der knytter sig til sexkøb som indfrielse af et basalt behov – at have større betydning end de to andre grupper af bevæggrunde, men det kan også være et resultat af, at færre sexkunderne erkender, at der også er andre omstændigheder som lavt selvværd, behov for intimitet eller pres i et maskulint fællesskab, som driver dem til at købe sex.

Kortlægningen viser også, hvilke faktorer der vil kunne få sexkunder til at afholde sig fra at købe sex igen. Her er der særligt to forhold, som skiller sig ud, hvor det ene er mistanke om større sundhedsrisici ved sexkøb (som fx kønssygdomme, HIV mv.), mens det andet er mistanke om, at den prostituerede er offer for menneskehandel. Analyserne viser, at det er de rationelle argumenter (med udgangspunkt i den enkelte mands behov og situation), der har en afgørende betydning for såvel sexkunders som ikke-kunders beslutning om hhv. køb og fravalg af køb af sex.

Analysens forklaringerne på ikke at købe sex hos mænd, der ikke har tidligere erfaring med sexkøb, viser resultaterne, at tre bevæggrunde skiller sig ud. Det drejer sig om 1) risikoen for at blive opdaget 2) omgangskredsens syn på prostitution og 3) viden om den prostitueredes forhold.

## 2.3 Holdninger til køb af sex

Som nævnt indledningsvist, er flertallet af de danske mænd enige i, at det – alt i alt – er i orden at købe sex hos en prostitueret. Dermed synes der at være en overordnet accept af muligheden for at købe sex. De kvalitative interviews med sexkøbere viser, at det hverken skal ses som et udtryk for, at sexkøberne ikke kender argumenterne imod prostitution, eller at de ikke reflekterer over handlen og de menneskelige konsekvenser for de prostituerede. Det har blot ikke betydning for deres grundlæggende holdning.

Kortlægningen viser dog også, at holdningen til prostitution blandt danske mænd ikke er statisk, men rummer en vis ambivalens. For de danske mænds holdning til prostitution kan – i hvert fald på kort sigt – rykkes. Som en del af et surveyeksperiment har halvdelen af undersøgelsens respondenter læst en case, der beskriver livssituationen for en udenlandsk prostitueret i Danmark, forud for deres holdningstilkendegivelser. Resultaterne viser betydelige forskellige – på ca. 20 procentpoints – mellem denne gruppe og kontrolgruppen på holdningen til prostitution. Resultatet indikerer, at holdninger til prostitution kan ændres via mulighed for refleksion over emnet. Særligt interessant er det, at holdningsændringerne i næsten samme grad slår igennem hos mænd med sexkøberfaring som hos mænd uden denne erfaring.

På trods af den generelt meget liberale holdning til sexkøb, så viser kortlægningen, at grænsen går ved sexkøb, der involverer handlede kvinder. Mænds syn på den prostitueredes individuelle frihed synes at have en stor betydning for den overordnede holdning til prostitution.

#### **2.4 Handlede kvinder**

Som nævnt ovenfor er den generelle holdning blandt mænd – med og uden erfaring med sexkøb – at det er forkert at købe sex af handlede kvinder. Syv ud af ti mænd mener, at det er forkert at købe sex af prostituerede, der er ofre for menneskehandel. Omvendt tager to ud af ti ikke direkte afstand til sexkøb hos handlede kvinder. Baseret på de kvalitative interview vurderes det, at de fleste mænd ikke kan forestille sig, at de – uden at vide det – har købt sex af en handlet kvinde. De kendetegn, som mændene forventer, at handlede kvinder vil have, er dels i kropssproget, hvis den prostituerede fremstår bange, forskræmt, presset eller afvisende for nærvær. Men det er også i forhold til hudfarve og prostitutionsarena, hvor de fleste mænd forventer, at risikoen er størst ved gadeprostitution.

Selv om der generelt er stor afstandstagen til køb af sex med handlede kvinder, så viser nærmere analyser, at færre af de sexkunder, der foretrækker udenlandske prostituerede, mener, at det er forkert at købe sex af handlede kvinder. Endvidere viser resultaterne, at færre sexkunder, der fortrækker udenlandske prostituerede, er afvisende overfor at købe sex af handlede kvinder.

#### **2.5 Sandsynlighed for køb af sex i fremtiden**

Mænd, der har erfaring med købesex, har større sandsynlighed for at købe sex igen, end mænd uden erfaring har for at købe sex for første gang. En mulig forklaring er, at det at købe sex første gang er en barriere, der skal overskrides, personlig og i forhold til sociale normer. Men har man først købt sex én gang, er det nemmere at gøre det igen.

Storforbrugere har større sandsynlighed for at købe sex igen. Med andre ord stiger sandsynligheden for yderligere køb af sex, desto større forbrug en kunde har haft. Omvendt er købesex for nogle mænd stadig blot noget, der skal prøves en enkelt gang uden større sandsynlighed for yderligere sexkøb.

Biologiske bevæggrunde synes at være de vigtigste drivkræfter for sexkunders fortsatte forbrug af seksuelle ydelser, om end såvel psykologiske som sociologiske også har betydning.

For ikke-kunder synes bl.a. manglende opfyldt seksuelt behov at kunne øge sandsynligheden for at blive sexkunder.

### 3. EN KARAKTERISTIK AF MANDLIGE DANSKE SEXKUNDER

I dette kapitel beskrives sexkøbene og -kunderne. Kapitlet har en deskriptiv karakter, hvor der gives en nøgtern karakteristik af de danske mænd, som har erfaring med sexkøb, hvorfor der kun i mindre omfang inddrages perspektiver fra den kvalitative del af undersøgelsen.

#### KONKLUSION

- 15,5 pct. af de danske mænd har erfaring med købesex. Det svarer til mellem ca. 260.000 og 285.000 mænd.
- Blandt samtlige danske mænd, som har erfaring med købesex, har 30 pct. kun købt sex en enkelt gang. 34 pct. har købt sex 2-5 gange og 36 pct. 6 eller flere gange.
- For majoriteten af de mænd, som på et eller andet tidspunkt i deres liv har købt sex, ligger seneste sexkøb mere end et år tilbage i tiden (svarende til 73 pct.). 22 pct. har købt sex 1-5 gange, mens 5 pct. har købesex 6 eller flere gange. Dette svarer til, at mellem ca. 65.-80.000 danske mænd inden for det seneste år har købt sex.
- Den gennemsnitlige alder for første sexkøb er 24,7 år. To ud af tre sexkunder debuterer, før de fylder 26 år.
- Størstedelen, 60 pct., kommer i kontakt med prostituerede på en massageklinik eller et bordel. 27 pct. af sexkunderne kommer i kontakt med de prostituerede på gaden, 27 pct. på en bar og 18 pct. via Internettet, mens 17 pct. af sexkunderne kommer i kontakt med prostituerede på en sexklub eller lignende.
- Hovedparten af sexkunderne – 67 pct. – foretrækker at købe sex af danske prostituerede.
- Der er ingen væsentlige socioøkonomiske forskelle mellem danske mænd *med* og *uden* erfaring med købesex. Der er dog en mindre overrepræsentation af faglærte samt mænd i den laveste indkomstkategori, der end dog skal fortolkes varsomt, når man tager højde for den statistiske usikkerhed.

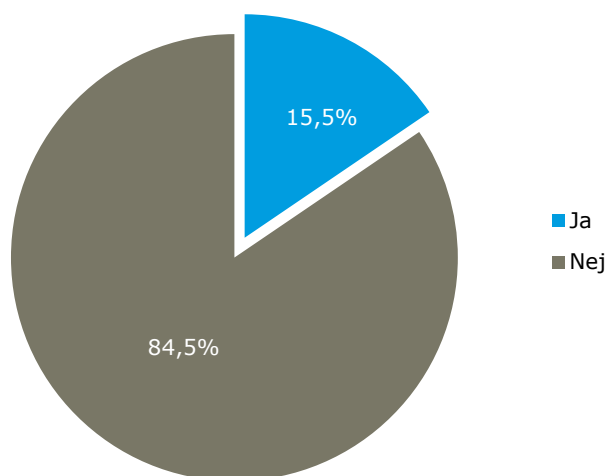
#### 3.1 Omfanget af sexkunder og hyppigheden af deres sexkøb

Det helt centrale spørgsmål i kortlægningen af prostitutionsefterspørgslen er efterspørgslens omfang. Hvor stor er gruppen af mænd med erfaring i sexkøb i befolkningen, og hvor meget sex køber de? Formålet er på den ene side at forstå efterspørgslens betydning for, at der er et marked for seksuelle ydelser. På den anden at afgrænse den gruppe der tildeles et stort fokus i rapporten. Nemlig sexkunderne.

Andelen af den mandlige befolkning, der har erfaring med at købe sex, estimeres til at være 15,5 pct. Det fremgår således af Figur 3-1, der angiver respondenternes svar på spørgsmålet: *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?* I faktiske tal svarer andelen til, at mellem ca. 260.000 og 285.000 danske mænd har købt sex.<sup>9</sup>

De 15,5 pct. af respondenterne defineres i den resterende del af rapporten som *sexkunder*, imens de resterende 84,5 pct. defineres som *ikke-kunder*. Definitionen er central, fordi kortlægningen bl.a. søger at forklare, hvem sexkunderne er, samt hvad der har betydning for, om en dansk mand kommer til at tilhøre den ene eller anden gruppe. Dybere analyse af forskelle inden for de enkelte grupper vil blive beskrevet i de følgende kapitler, da der naturligvis må kunne forventes at være forskel på mænd, som har købt sex en enkelte gang, og mænd der regelmæssigt køber sex.

<sup>9</sup> Beregnet ved at ekstrapolere et 95 pct. konfidensinterval omkring andelen til den voksne mandlige befolknings (18-65 år) faktiske størrelse i januar 2013, jf. Danmarks Statistik.

**Figur 3-1 Erfaring med købesex blandt danske mænd**

Anmærkning: Alle respondenter (n = 7.251) har fået spørgsmålet: *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?*

Den konkrete formulering af spørgsmålet er valgt med henblik på, at resultaterne kan sammenlignes med resultaterne af den seneste større undersøgelse af prostitutionsefterspørgslen i dansk kontekst. Nemlig Claus Lautrups undersøgelse af mandlige prostitutionskunder fra 2005, der i lighed med nærværende kortlægning bygger på en større kvantitativ survey suppleret med kvalitative interview.

Lautrups undersøgelse vurderes til at være solid og repræsentativ, og den estimerer andelen af sexkunder blandt de danske mænd til at være 14 pct. Med andre ord estimeres andelen af sexkunder i den forrige undersøgelse til at være nogenlunde på niveau med nærværende undersøgelses estimat på 15,5 pct.<sup>10</sup>

At de to – uafhængige – undersøgelser estimerer andelen af sexkunder til at være stort set på samme niveau, styrker validiteten af resultaterne i begge undersøgelser. Endvidere skaber overensstemmelsen et billede af, at efterspørgslens størrelse ikke har ændret sig i de otte år, der er gået siden seneste kortlægning i 2005.

Andelen af sexkunder i den mandlige del af befolkningen i de to undersøgelser svarer også nogenlunde til efterspørgslens omfang, målt i lignende undersøgelser i de øvrige nordiske lande. Det fremgår af faktaboksen om forskningsresultater på området nedenfor. Heraf fremgår også, at omfanget af sexkunder i Danmark og resten af Norden adskiller sig fra eksempelvis Sydeuropa, hvor andelen af mænd med erfaring som sexkunder er væsentlig større.

<sup>10</sup> Den statistiske usikkerhed ved stikprøven betyder, at der statistisk set ikke er forskel i andelens størrelse på tværs af undersøgelser. Et 95 pct. konfidensinterval omkring 14 pct. på [13,2;14,9] er overlappende med et tilsvarende interval omkring 15,5 pct. på [14,7;16,3].

**FAKTABOKS 2 – Forskning i prostitutionsefterspørgsel<sup>11</sup>**

*Danmark:* Den seneste større kortlægning af prostitutionsefterspørgsel er gennemført af Claus Lautrup i 2005 og viser, at **14 pct.** af de danske mænd på et eller andet tidspunkt i deres liv har købt sex ved en prostitueret.

*Øvrige nordiske lande:* Undersøgelser viser, at andelen med erfaring i sexkøb er **11 pct.** i Norge, **13 pct.** i Sverige og **13 pct.** i Finland.

*Vesteuropa:* Tilgængelige undersøgelser fra Vesteuropæiske lande viser, at andelen af mænd med erfaring i sexkøb er **7 pct.** i Storbritannien, **14 pct.** i Holland og **19 pct.** i Schweiz.

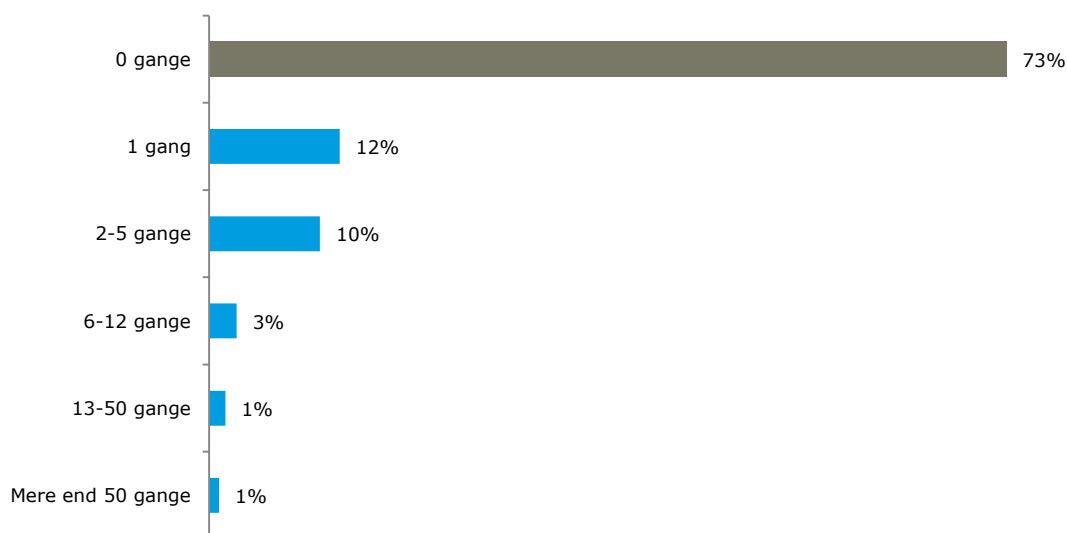
*Sydeuropa:* En kortlægning af prostitutionsefterspørgslen i Spanien viser, at andelen af mænd, der har købt sex, er **39 pct.** Skøn fra tilsvarende andel i Italien siger **45 pct.**

*USA:* Resultater fra *The National Health and Social Life Survey* viser, at andelen af amerikanske mænd, der på et eller andet tidspunkt i deres liv har købt sex er **16 pct.**

Som nævnt, er den anden centrale dimension af prostitutionsefterspørgslen omfanget af de enkelte sexkunders køb af seksuelle ydelser. Den belyses i surveyen ved dels at spørge sexkunderne om antallet af sexkøb inden for det seneste år og dels ved at spørge om antallet af sexkøb siden deres første erfaring med sexkøb.

Som det fremgår af Figur 3-2, har 73 pct. af sexkunderne ikke købt sex inden for de seneste 12 måneder, hvilket indikerer, at majoriteten af de mænd, der har prøvet at købe sex, ikke regelmæssigt køber sex. Endvidere fremgår det, at 12 pct. af sexkunderne har købt sex en enkelt gang inden for de seneste 12 måneder, mens 10 pct. har gjort det to til fem gange, og 5 pct. har gjort det seks eller flere gange. Samlet set svarer det til ca. 70-75.000 danske mænd, der inden for det seneste år har købt sex.

**Figur 3-2 Sexkunder – Omfanget af sexkøb inden for de seneste 12 måneder**



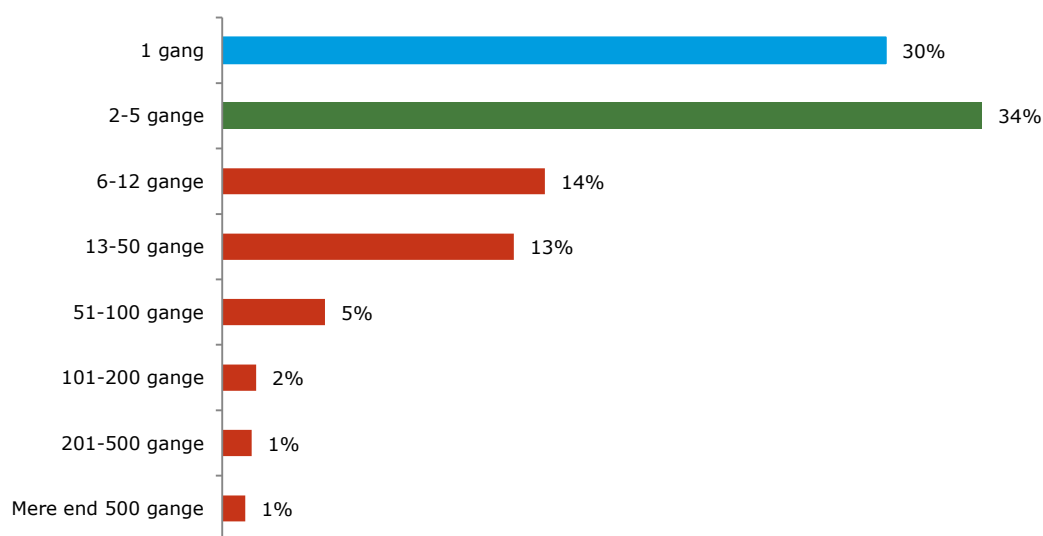
Anmærkning: Sexkunder har fået spørgsmålet *Hvor mange gange har du købt sex af en prostitueret inden for de sidste 12 måneder?* Respondenter, der har svaret 'ved ikke', indgår ikke i opgørelsen. Den samlede svarfordeling og antallet af respondenter fremgår af Bilag 2.

<sup>11</sup> Det kan være vanskeligt at sammenligne andele af den mandlige befolkning med erfaring fra sexkøb fra det ene land til det andet og fra den ene undersøgelse til den næste på grund af forskellige dataindsamlingsmetoder og definitioner. De få undersøgelser, der er tilgængelige tyder dog på, at niveauet på ca. 15 pct. er sammenlignelig med de øvrige skandinaviske lande, Vesteuropa og USA. Derudover viser tallene, at omfanget af mænd, der køber seksuelle handlinger, varierer meget blandt lande og kulturer. Kilder: Drenth & Slob (2004); Hughes (2004); Lautrup (2005); Monto (2000); Månsson (2004).

Af Figur 3-3 fremgår det samlede antal sexkøb for de enkelte sexkunder. Her kan man se, at 30 pct. af sexkunderne ikke har købt sex siden første gang. Endvidere kan man se, at 34 pct. har købt sex et mindre antal gange (mellem to og fem sexkøb). Endelig fremgår det, at 36 pct. har købt sex seks eller flere gange. Ca. 4 pct. af sexkøberne vurderer, at de har købt sex mere end 100 gang gennem deres liv.

Defineret ved det samlede omfang af sexkøb kan der altså afgrænses tre nogenlunde lige store grupper blandt respondenterne: *Éngangskunder* (30 pct.), *kunder med få køb* (34 pct.) og *kunder med mange køb* (36 pct.) – illustreret med hhv. blå, grøn og rød i figuren.

**Figur 3-3 Sexkunder – Omfanget af sexkøb i alt**



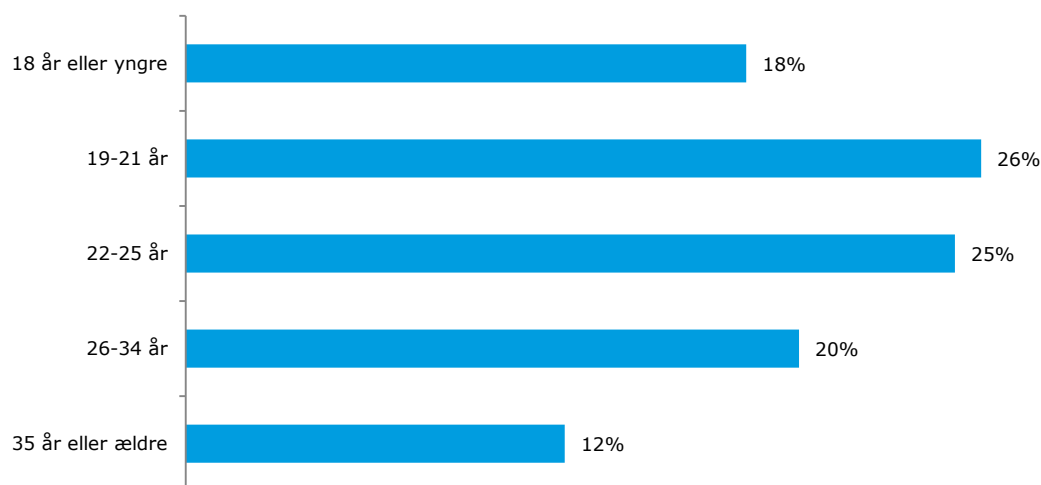
Anmærkning: Sexkunderne har fået spørgsmålet: *Hvor mange gange har du i alt købt sex af en prostitueret?* Respondenter, der har svaret 'ved ikke', indgår ikke i opgørelsen. Den samlede svarfordeling og antallet af respondenter fremgår af Bilag 2.

Sammenfattende er billedet, at erfaringer med købesex er forholdsvis udbredt blandt den mandlige befolkning.

### 3.2 Sexkunders debut

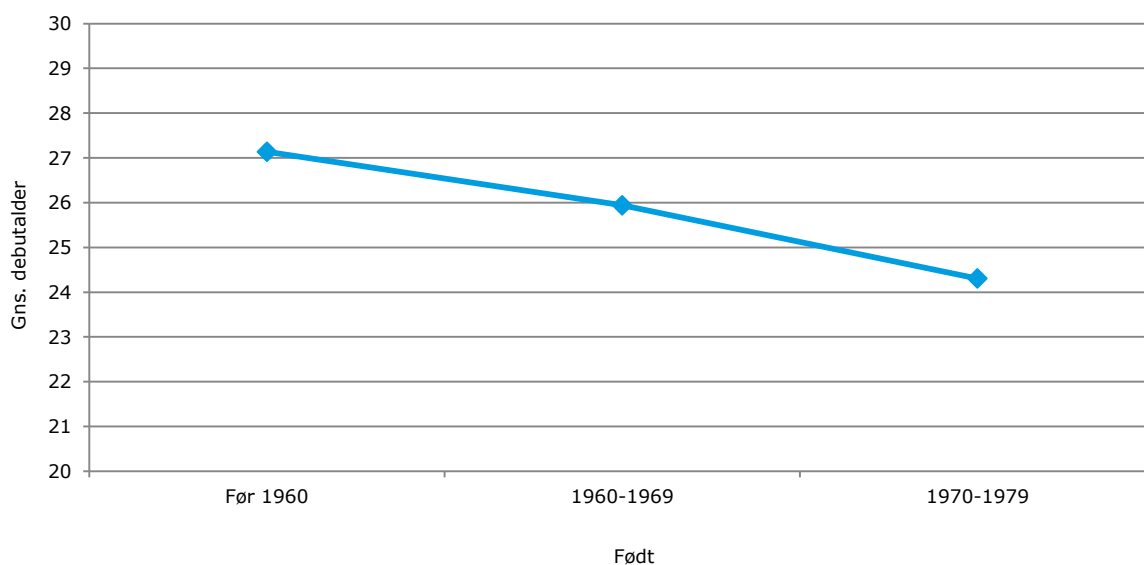
Blandt deltagerne i surveyen er den gennemsnitlige alder for det første sexkøb 24,7 år<sup>12</sup>. Dermed debuterer sexkunder typisk tidligt i livet. Tendensen fremgår også af Figur 3-4, som illustrerer sexkundernes debutalder for sexkøb. Her ses det, at ca. to ud af tre sexkunder – 69 pct. – debuterer, før de fylder 26 år.

<sup>12</sup> 987 af sexkunderne har besvaret spørgsmålet *Hvor gammel var du første gang, du købte sex af en prostitueret?* De resterende 96 har ikke kunnet huske det eller har ikke ønsket at svare på spørgsmålet.

**Figur 3-4 Sexkunder – Debutalder for første sexkøb**

Anmærkning: Sexkunderne har fået spørgsmålet: *Hvor gammel var du første gang, du købte sex af en prostitueret?* Respondenter, der har svaret 'ved ikke', indgår ikke i opgørelsen. Den samlede svarfordeling og antallet af respondenter fremgår af Bilag 2.

Den målte gennemsnitsalder for debuten på 24,7 år ligger meget tæt på gennemsnitsalderen i Lautrups undersøgelse fra 2005, der er på 25,2 år. Faldet i debutalder mellem de to undersøgelser på 0,5 år kan være et udtryk for tendensen, der illustreres i figur 3.5<sup>13</sup>. Figuren viser, at der over tre generationer har været en tendens til, at mændenes debut for sexkøb sker tidligere og tidligere. Generationerne fra før 1960 havde en gennemsnitlig debutalder på 27,1 år, hvor den for 1960-69 generationen faldt til 25,9 år og yderligere faldt til 24,3 år for generationen 1970-79. Sammenhængen mellem fødselsår og debutalder er moderat statistisk korrelerede, hvilket indikerer en tendens i retning af, at mænds alder for debut i forhold til sexkøb er faldende<sup>14</sup>. Til sammenligning er gennemsnitsalderen for den generelle seksuelle debut i den danske befolkning stort set uændret på knap 17 år for begge køn siden 1960'erne, ifølge Sundhedsstyrelsens UNG2006 (2007).

**Figur 3-5 Sexkunder – Forskellige generationers gennemsnitlige debutalder**

Anmærkning: Sexkunder, der er født før 1980 (n = 876).

<sup>13</sup> Forskellen mellem gennemsnittet i de to undersøgelser skal fortolkes varsomt, da den ikke er væsentlig, når man tager hensyn til den statistiske usikkerhed.

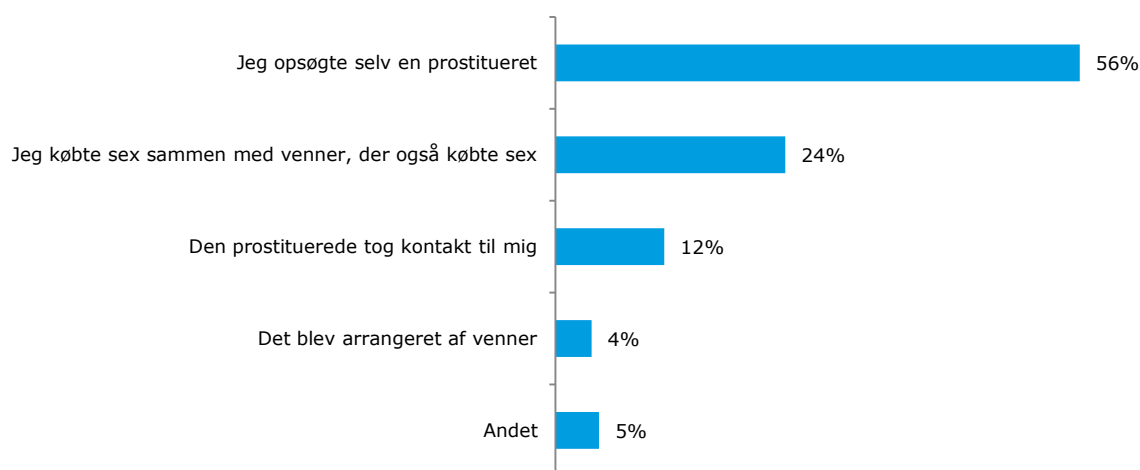
<sup>14</sup>  $r = -0,3$ ,  $p = 0,000$ .



Figur 3-6 viser omstændighederne i forbindelse med det første sexkøb. Lidt flere end halvdelen af mændene (56 pct.) har selv opsøgt den prostituerede i forbindelse med første sexkøb. I cirka en fjerdedel af tilfældene (24 pct.) skete købet sammen med venner, der også selv købte sex, mens det for 4 pct. af mændene var vennerne, der arrangerede købet uden selv at deltage. 12 pct. af mændene angiver, at de blev opsøgt af en prostitueret i forbindelse med første sexkøb.

For de 5 pct. under 'andet' er det foregået på forskellig vis, men der synes at være en tendens i denne gruppe til at kontakten er blevet formidlet af en tredjepart – det være sig en hotelværtinde, en alfons eller en taxichauffør.

**Figur 3-6 Sexkunder – Sådan foregik første sexkøb**

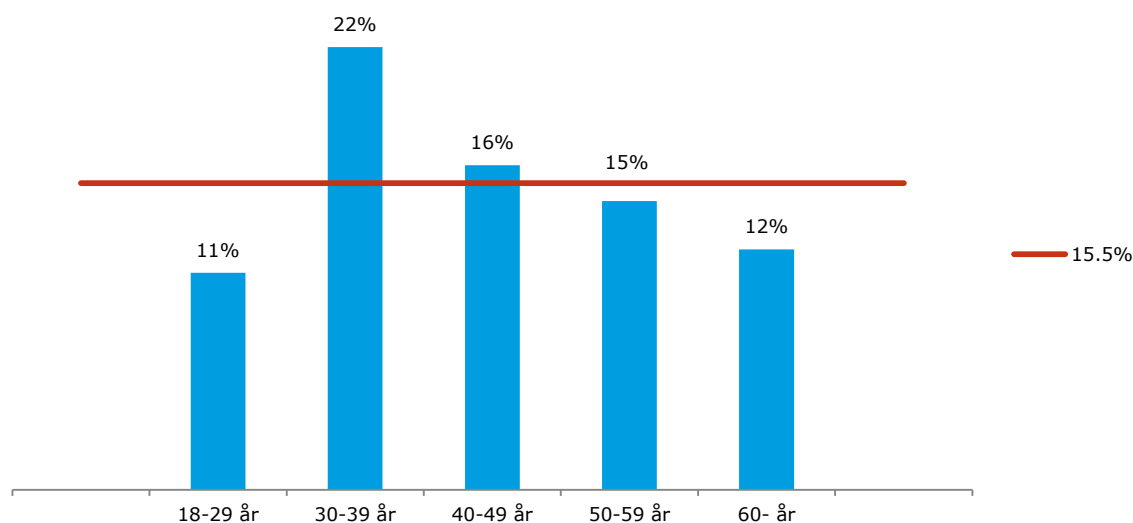


Anmærkning: Sexkunder har fået spørgsmålet: *Hvordan foregik det første gang, du købte sex?* Respondenter, der har svaret 'ved ikke', indgår ikke i opgørelsen. Den samlede svarfordeling og antallet af respondenter fremgår af Bilag 2.

### 3.3 Sexkundernes socioøkonomiske baggrund<sup>15</sup>

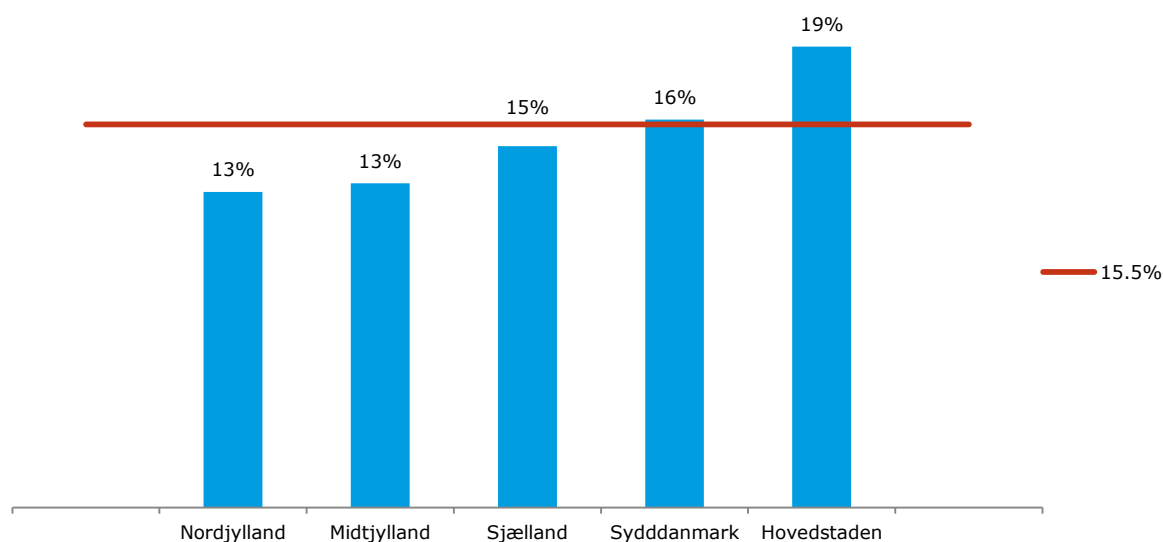
Af figur 3-7 ses andelen af mænd inden for bestemte aldersgrupper, der har købt sex. Den mindste andel findes for de 18-29 årige, hvor godt 11 pct. har købt sex. Den største andel findes for de 30-39 årige, hvor mere end en femtedel har købt sex.

<sup>15</sup> I spørgeskemaet er spurgt til mændenes aktuelle baggrundsoplysninger, hvilket kan have den konsekvens, at det kan være svært at sammenholde aktuelle oplysninger om civilstatus, indkomst og erhvervsstatus mv. med historiske oplysninger om sexkøb, hvis dette ligger mange år tilbage. Der er dog foretaget følsomhedsanalyser af dette – hvor mænd, der har købt inden for det seneste år, sammenlignes med mænd, hvis sexkøb ligger mere end et år tilbage i tiden – og resultaterne viser, at dette forhold ikke har nogen nævneværdig betydning.

**Figur 3-7 Alle – Andelen af sexkunder i forskellige aldersgrupper**

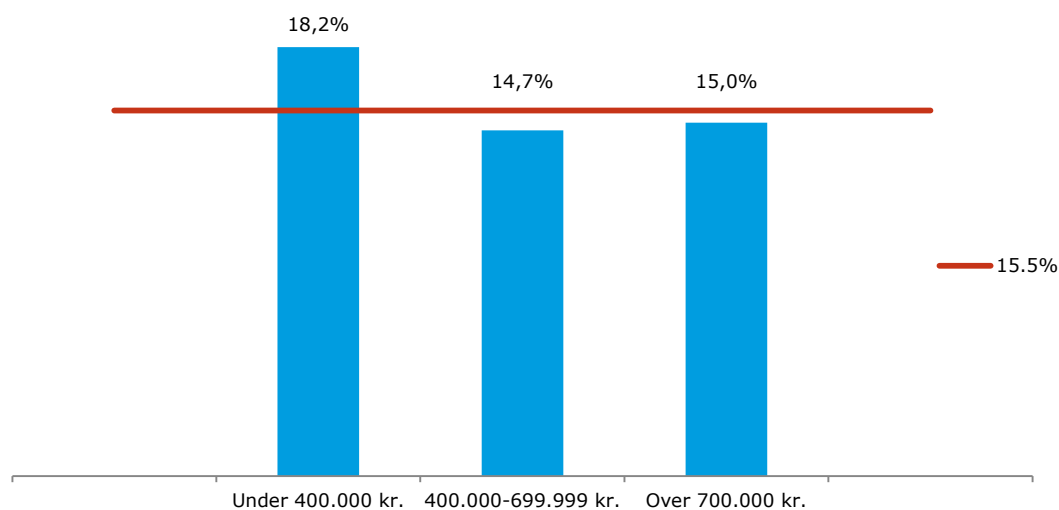
Anmærkning: Alle respondenter (n = 7.251). Kryds mellem *alder* og spørgsmålet *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?*  $\chi^2=0,000$ .

Figur 3-8 viser andelen af sexkunder i de fem forskellige regioner. Figuren viser, at region Hovedstaden har den største andel af mænd, der har købt sex, nemlig 19 pct. Dernæst følger Region Syddanmark med 16 pct., Region Sjælland med 15 pct., Region Midtjylland med 13 pct. og endeligt er Region Nordjylland med 13 pct. den region, hvor færrest mænd angiver at have betalt for seksuelle ydelser. Generelt er der ikke særligt store forskelle mellem andelen af sexkunder i de forskellige regioner.

**Figur 3-8 Alle – Andel sexkunder i forskellige regioner**

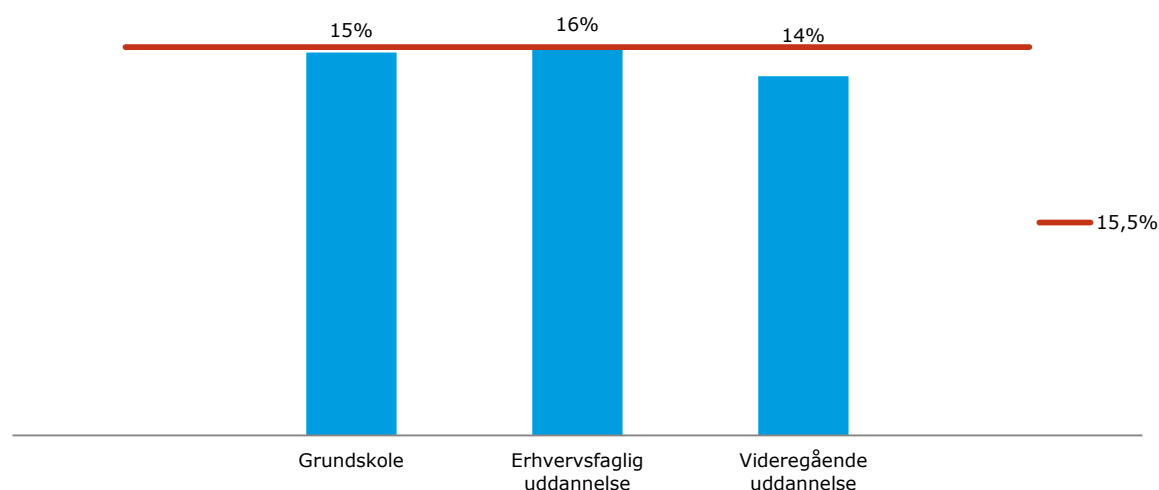
Anmærkning: Alle respondenter (n = 7.251). Kryds mellem *bopælsregion* og spørgsmålet *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?*  $\chi^2=0,000$

Figur 3-9 viser andelen af sexkunder, fordelt på husstandsindkomst. Det fremgår, at andelen udgør 18 pct. blandt mænd i den laveste kategori af husstandsindkomst, mens den ligger omkring 15 pct. i de højere kategorier.

**Figur 3-9 Alle – Andelen sexkunder, fordelt på husstandsindkomst**

Anmærkning: Alle respondenter (n = 7.251). Kryds mellem indkomst og spørgsmålet *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?*  $\chi^2=0,000$ .

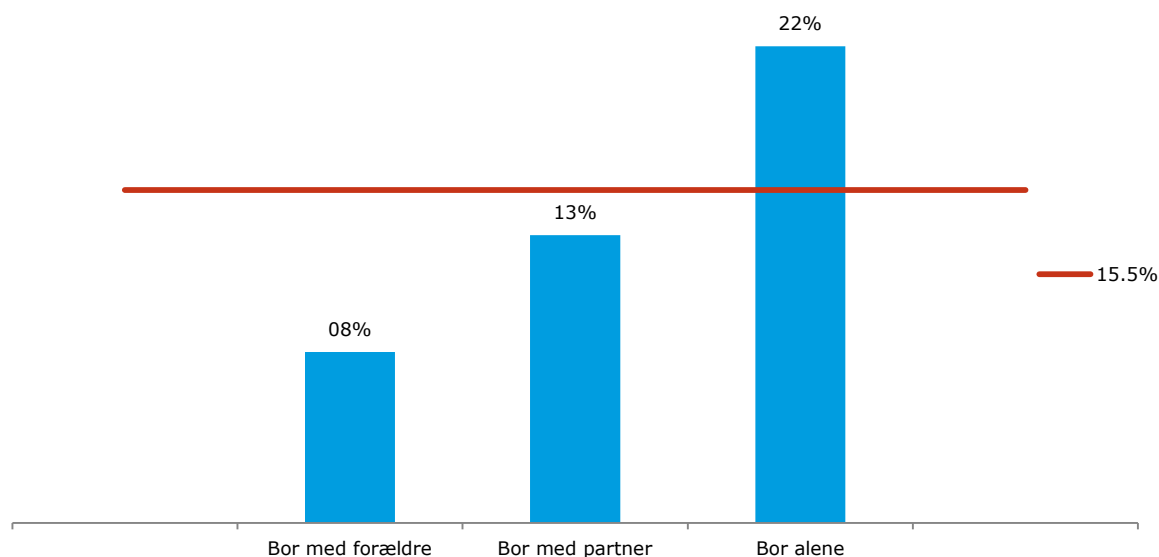
Figur 3-10 viser andelen af sexkunder fordelt på højeste gennemførte uddannelse. Også her fremgår det af figuren, at der er relativt små forskelle i andelen af sexkunder med forskellig uddannelsesmæssig baggrund. Af mænd, der blot har gennemført et grundskoleforløb, har 15 pct. købt seksuelle ydelser af en prostitueret. For mænd med en erhvervsfaglig uddannelse har 16 pct. erfaring med sexkøb, mens andelen er 14 pct. blandt mænd med en videregående uddannelse.

**Figur 3-10 Alle – Andelen sexkunder, fordelt på højeste gennemførte uddannelse**

Anmærkning: Alle respondenter (n = 7.251). Kryds mellem højeste opnåede uddannelse og spørgsmålet *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?*  $\chi^2=0,000$ . Videregående uddannelse dækker over kort, mellemlang og lang videregående uddannelse.

Figur 3-11 viser andelen af sexkunder fordelt på civilstatus. Figuren viser, at den største andel af sexkunder – 22 pct. – findes blandt de mænd, der bor alene. Andelen er mindre for mænd, der bor med en partner eller med forældre, hvor det kun er henholdsvis 13 og 8 pct., der har erfaringer med sexkøb.

Figur 3-11 Alle – Andelen sexkunder, fordelt på civilstatus



Anmærkning: Alle respondenter (n = 7.251). Kryds mellem civilstatus og spørgsmålet *Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret?*  $\chi^2=0,000$ .

### 3.4 Typer af sexkunder

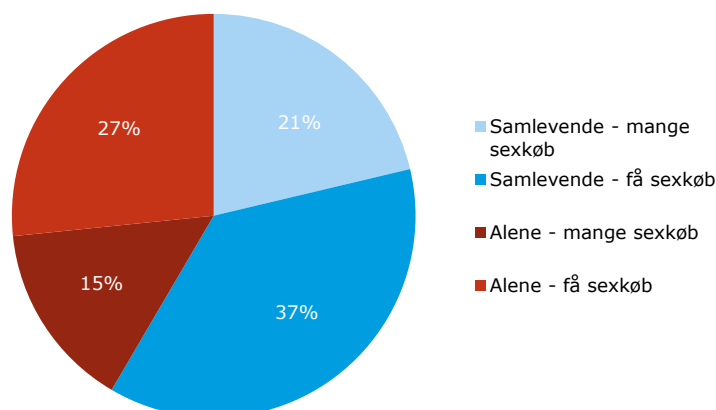
I tillæg til den socioøkonomiske beskrivelse af, hvem sexkunderne er, afdækker kortlægningen også, om sexkunderne meningsfyldt kan opdeles i forskellige typer eller homogene grupper med bestemte karakteristika, der kan være med til at beskrive sexkunderne.<sup>16</sup> Udgangspunktet for typologien er eksisterende viden fra litteraturreviewet – herunder i særdeleshed Lautrups (2005) undersøgelse. Den viste, at *hyppighed af sexkøb* samt *civilstatus*, var nogle af de væsentligste informationer at opdele sexkunderne efter. På den baggrund identificerede han 'de eksperimenterende mænd' som den store gruppe af mænd, der har købt sex én eller få gange. Endvidere identificerede han to typer af mænd, der køber sex på mere regelmæssig basis, nemlig 'storforbrugere/parforhold' samt 'storforbrugere/enlige'.

Kortlægningen har dels gennemgået fordelingerne på hyppigheden af sexkøb og civilstatus men er også gået skridtet videre gennem en statistisk analyse, der såvel inkluderer hyppighed som civilstatus og andre socioøkonomiske variable. Nærmere betegnet er der lavet en såkaldt klyngeanalyse, der har udtrukket fire klynger – eller typer – af sexkunder, der ligner hinanden.<sup>17</sup> Statistisk set er segmenterne dog ikke stærke. Men de to variable, der betyder mest for udtrækningen af klyngerne, er hhv. hyppigheden af sexkøb og civilstatus. Dermed er der klare paralleller mellem den nærværende udtrækning af fire klynger og de tre kundetyper, som Lautrup identificerede i sin undersøgelse. Endnu en gang er resultater fra 2005-undersøgelsen dermed valideret. Konkret udtrækker analysen fire segmenter, som fremfår af Figur 3-12.

<sup>16</sup> Endvidere har opdelingen af sexkunder i grupper fundet anvendelse i forbindelse med rekruttering af deltagere til de kvalitative interview. Ved at få en ligelig fordeling mellem forskellige typer blandt sexkunderne, antages nemlig også at rekrutteringen af knapt 30 interviewpersoner er nogenlunde dækkende for sexkunder. Se mere herom i bilag 1.

<sup>17</sup> Der er anvendt en såkaldt twostep cluster analysis, der udtrækker det antal klynger af respondenter, der er mest homogene i forhold til deres svar eller værdier på en række specificerede variable.

Figur 3-12 Sexkunder – segmentering



Anmærkninger: Respondenter, der har svaret 'Ved ikke' eller lignende på spørgsmål om hyppigheden af deres sexkøb eller civilstatus indgår ikke i segmenteringen (n = 999).

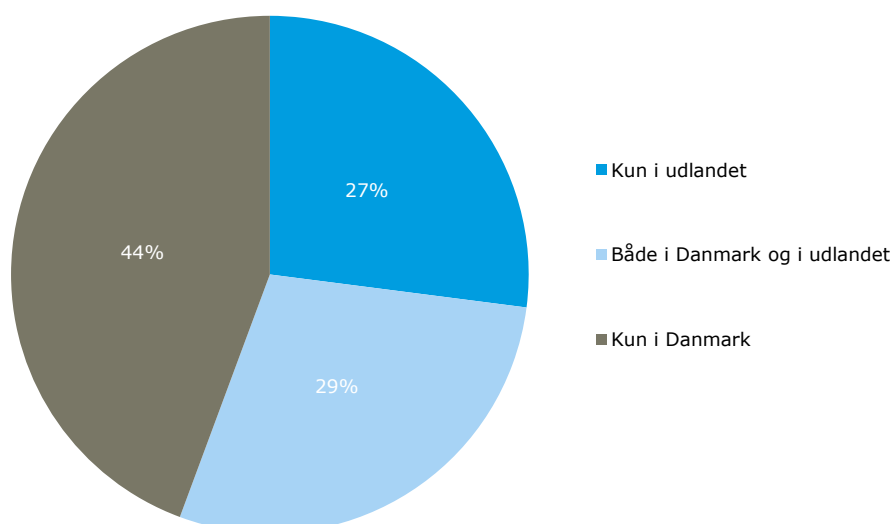
Typerne varierer naturligvis på alder og husstandsindkomst for hhv. samlevende og respondenter, der bor alene. Men ellers er der ingen væsentlige socioøkonomiske forskelle på tværs af typerne. Det samme gælder bevæggrundene for at købe sex og holdningerne til prostitution.<sup>18</sup>

Sammenfattende er det altså muligt, på grundlag af litteraturen samt på grundlag af data, at segmentere sexkunderne i nogle typer. Men da typerne ikke varierer markant på andet end deres forbrug og civilstatus, tyder det på, at sexkunderne findes i alle lag af samfundet. Det der kan adskille de enkelte sexkunder, er deres bevæggrunde for at købe sex. Bevæggrunde, der er i fokus i Kapitel 4.

### 3.5 Danske mænds køb af sex i Danmark og udlandet

Figuren nedenfor viser, hvor sexkunderne har købt sex. Størstedelen af sexkunderne (44 pct.) har udelukkende købt sex i Danmark, mens 29 pct. har købt sex både i Danmark og udlandet. Lidt mere end en fjerdedel af sexkunderne (27 pct.) har kun prøvet at købe sex i udlandet.

Figur 3-13 Sexkunder – Der køber de sex

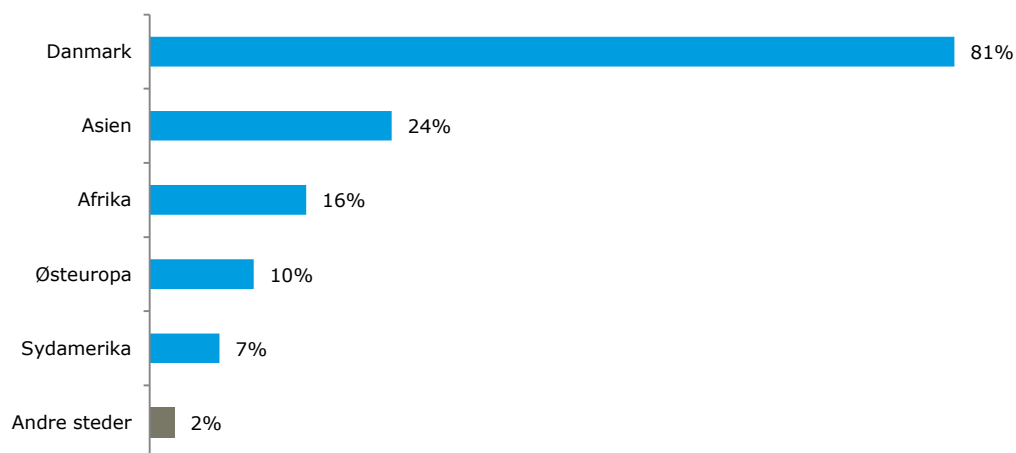


Anmærkninger: Sexkunder har fået spørgsmålet *Hvor har du købt sex?* Respondenter, der har svaret 'ved ikke', indgår ikke i opgørelsen. Den samlede svarfordeling og antallet af respondenter fremgår af Bilag 2.

<sup>18</sup> I forhold til bevæggrundene er der – som beskrevet i kap. 4 – konstrueret overordnede indeks for hhv. biologiske, psykologiske og sociologiske bevæggrunde. Respondenternes gennemsnit på disse indeks varierer stort set ikke på tværs af typerne. Det samme gælder andelen, der er enige eller uenige i, at prostitution er i orden.

Figur 3-14 viser, hvilken oprindelse de prostituerede har, for de sexkøb der er foregået i Danmark. Blandt sexkunder, der kun har købt sex i Danmark, har størstedelen, ca. fire femtedele, købt sex af danskere, mens 24 pct. har købt sex af asiater. Ca. 16 pct. af de sexkunder, der kun har foretaget sexkøb i Danmark, har købt sex af afrikanere og 10 pct. af østeuropæere.

**Figur 3-14 Sexkunder, der kun har købt sex i Danmark – Her kommer de prostituerede fra**



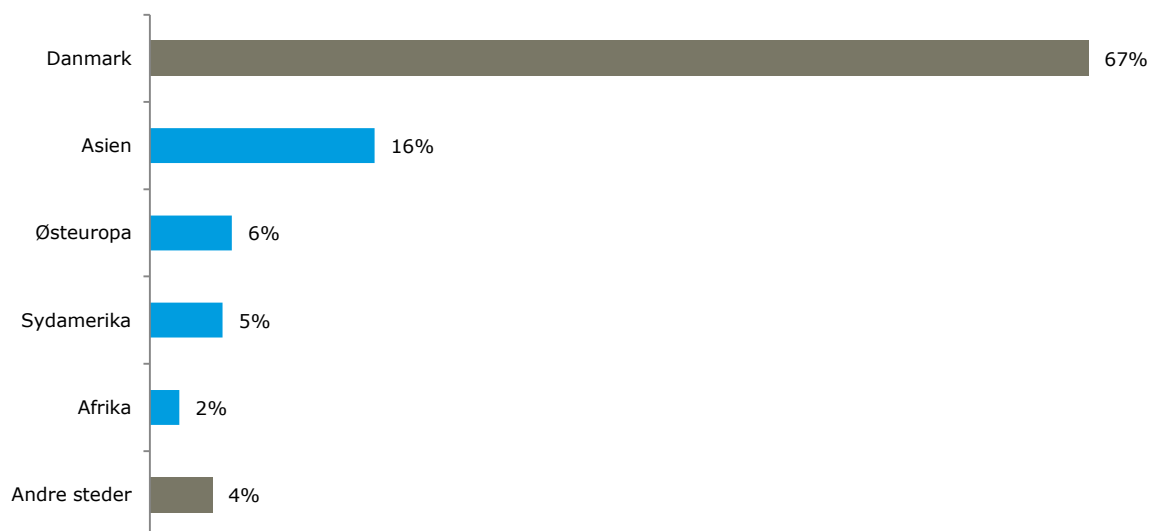
Anmærkninger: Svarene fra sexkunder, der kun har købt sex i Danmark på spørgsmålet *Hvor kommer de prostituerede fra, som du har købt sex af?* Respondenter, der har svaret 'ved ikke', indgår ikke i opgørelsen. Den samlede svarfordeling og antallet af respondenter fremgår af Bilag 2. Da det har været muligt at angive flere svar til dette spørgsmål, summer de ikke til 100 pct.

### 3.6 Oprindelse for prostituerede og arenaer for sexkøb

Figur 3-15 viser sexkundernes eventuelle præferencer i forhold til den prostitueredes etniske oprindelse. Det fremgår, at over halvdelen af sexkunderne foretrækker danske prostituerede, mens 16 pct. foretrækker asiatiske prostituerede. 6 pct. foretrækker østeuropæere, 5 pct. foretrækker sydamerikanere og 2 pct. foretrækker afrikanske prostituerede. Fra de kvalitative interviews ved vi, at de præferencer, flere mænd angiver at have, hvis de vælger samme prostituerede, er kemi og fysisk tiltrækning.

Mønsteret i besvarelserne stemmer godt overens med det billede, som de kvalitative interview tegner, hvor de fleste mænd fortæller, at de foretrækker danske prostituerede, fordi de i højere grad ligner "hende inde ved siden af", og fordi det opleves som mere sandsynligt, at den prostituerede ikke er handlet mod sin vilje.

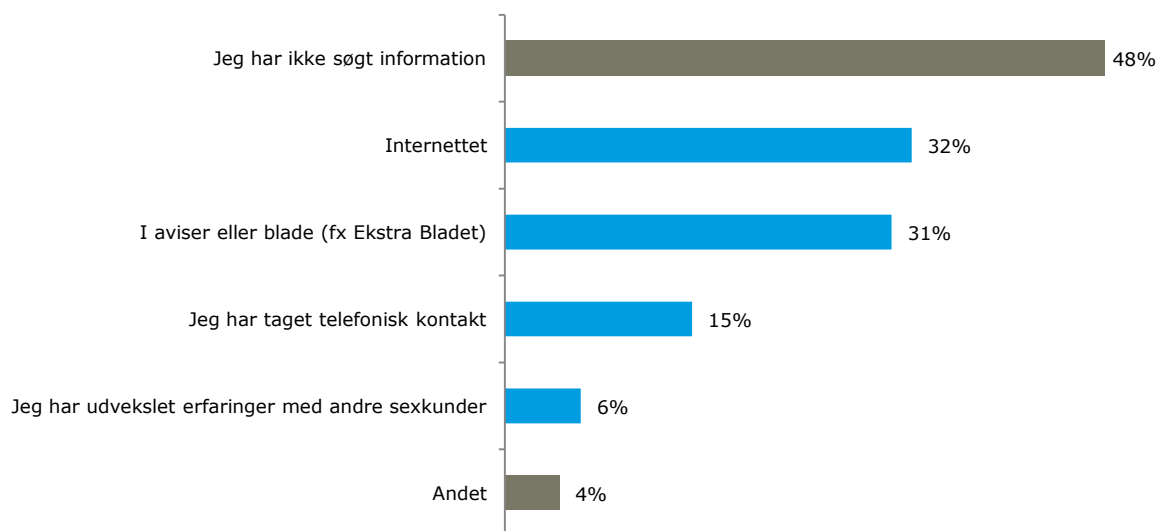
Figur 3-15 Sexkunder – Foretrukken oprindelse af prostituerede



Anmærkning: Sexkunder har fået spørgsmålet *Hvor foretrækker du, at den prostituerede kommer fra?*

Figur 3-16 viser, hvor sexkunderne typisk søger information om den prostituerede forud for et sexkøb. Af figuren fremgår det, at lige knap halvdelen af sexkunderne ikke har søgt information. Ca. en tredjedel søger information på internettet, og en tilsvarende andel bruger aviser eller blade som eksempelvis Ekstra Bladet. 15 pct. har taget telefonisk kontakt, mens 6 pct. har udvekslet erfaringer med andre sexkunder.

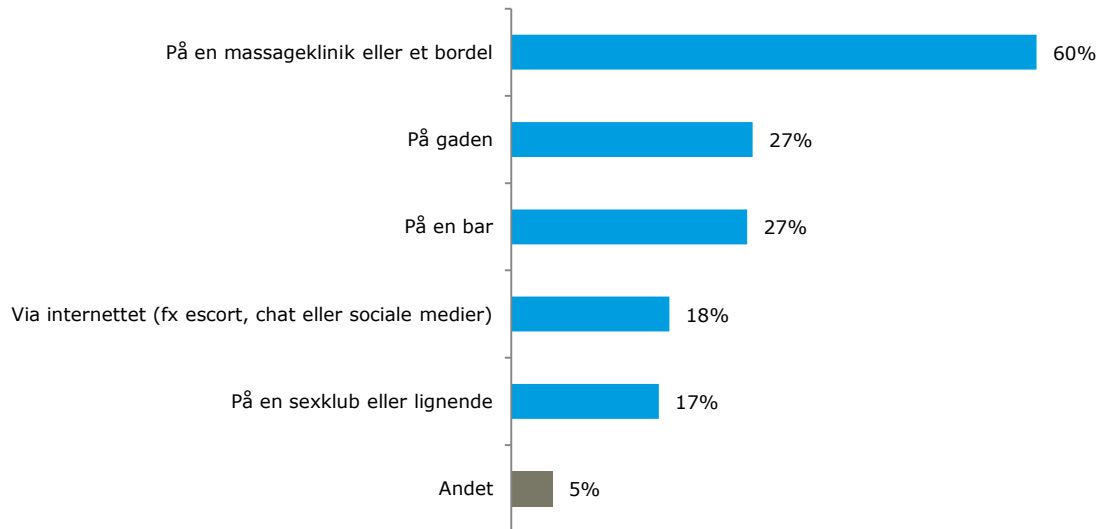
Figur 3-16 Sexkunder – Der søger de information om den prostituerede



Anmærkning: Sexkunder har fået spørgsmålet *Hvor har du søgt information om de prostituerede, du har købt sex hos?* Da det har været muligt at angive flere svar, summer de ikke til 100 pct.

Figur 3-17 viser, hvilke prostitutionsarenaer sexkunderne typisk har anvendt i forbindelse med sexkøb.

Størstedelen, 60 pct., kommer i kontakt med prostituerede på en massageklinik eller et bordel. 27 pct. af sexkunderne kommer i kontakt med de prostituerede på gaden og 27 pct. på en bar. Lidt færre sexkunder, 18 pct., kommer i kontakt med de prostituerede via Internettet (fx escort, chat eller sociale medier), mens 17 pct. af sexkunderne kommer i kontakt med prostituerede på en sexklub eller lignende.

**Figur 3-17 Sexkunder – Dér kommer de i kontakt med den prostituerede**

Anmærkning: Sexkunder har fået spørgsmålet *Hvordan er du kommet i kontakt med prostituerede, når du har købt sex?* Da det har været muligt at angive flere svar til dette spørgsmål, summer de ikke til 100 pct.

Renses tallene for de kunder, der udelukkende eller engang imellem køber sex i udlandet, så falder andelen, der anvender gade prostituerede markant, hvilket kan indikere, at en væsentlig del af danske mænd, der har erfaring med gade prostitution, har fået den i udlandet. Her kan der evt. være lettere adgang til et sexkøb på gaden end på egentlige klubber, bordeller og klinikker.



## 4. BEVÆGGRUNDE FOR OG IMOD KØB AF SEX

I dette afsnit beskrives sexkundernes bevæggrunde til køb af sex samt de forklaringer, der ligger til grund for, at mænd uden erfaring med sexkøb ikke gør brug af prostituerede. Ligeledes beskrives også omgivelsernes betydning for ikke at købe sex, samt hvilke grunde mændene uden erfaring med købesex angiver som udslagsgivende for at overveje køb af sex.

### KONKLUSION

- De tre grupper af bevæggrunde for sexkøb fra litteraturen passer godt på resultaterne fra den kvantitative survey. Det drejer sig om de biologiske, psykologiske og sociologiske bevæggrunde. En statistisk model indikerer, at alle tre typer bevæggrunde har betydning for, om danske mænd vælger at købe sex. Resultaterne finder opbakning i de kvalitative resultater.
- I forhold til de biologiske bevæggrunde synes især det fysiske behov for sex at være drivende for sexkøbet samt det uforpligtende og spontane element.
- Hvad angår de psykologiske bevæggrunde indikeres følelsesmæssige behov for intimitet og nærhed med et andet menneske at have betydning.
- Når det kommer til de sociologiske bevæggrunde synes sexkøbet at være forbundet med en følelse af fællesskab med andre, ligesom der kan eksistere en norm i fællesskabet om, at købesex er noget, der skal prøves.

### 4.1 Sexkunders tre typiske bevæggrunde for at købe sex

Som tidligere nævnt har kortlægningens indledende litteraturstudium og ekspertpanel kvalificeret, at de forskellige bevæggrunde for at købe sex kan opdeles i tre grupper. Det drejer sig om biologiske, psykologiske og sociologiske bevæggrunde, der er defineret i faktaboksen nedenfor.

#### FAKTABOKS 3 – Tre grupper af bevæggrunde for at gå til prostituerede

*Biologiske bevæggrunde:* Mandens seksualdrift ses som et instinkt og en ukontrollerbar impuls, der kommer til udtryk i behovet for sex

*Psykologiske- personlighedsrelaterede bevæggrunde:* Mandens personlighed – ønske om bekræftelse, følelsesmæssig støtte, intimitet mv. – har indflydelse på behovsstyringen

*Sociologiske bevæggrunde:* Mekanismerne omkring sexmarkedet er et produkt af omgivelserne og den sociale og kulturelle kontekst – fx i forbindelse med maskuline fællesskaber, overgangsritualer el. lign.<sup>19</sup>

Tredelingen er forskningsbaseret og er således allerede både teoretisk og empirisk funderet. Men i nærværende kortlægning valideres tredelingen igen via resultaterne fra en faktoranalyse. Endvidere bidrager faktoranalysen til, at spørgsmål om bevæggrunde fra surveyen analyseres korrekt som enten biologiske, psykologiske eller sociologiske bevæggrunde.

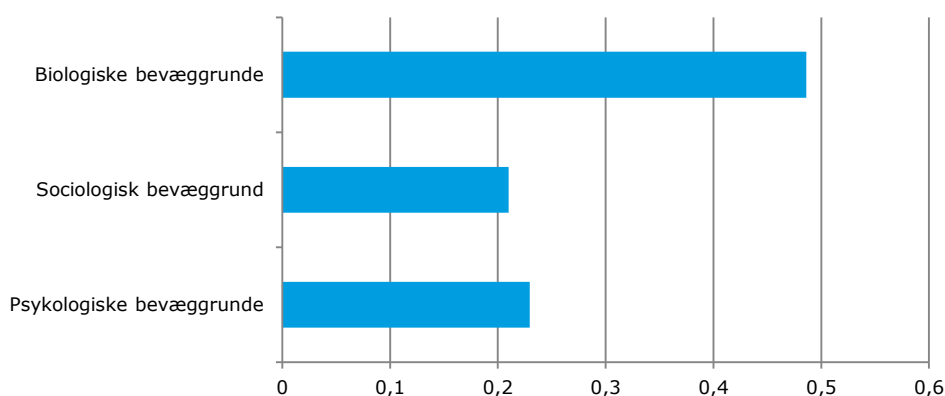
Faktoranalysen udtrækker tre faktorer – eller dimensioner – blandt de forskellige spørgsmål om bevæggrunde for at købe sex. På baggrund af analysen er der lavet tre indeks af bevæggrunde, hvis gennemsnit fremgår af Figur 4-1. Gennemsnittene går fra 0 (helt uenig) til 1 (helt enig) og udtrykker sexkundernes selvvaluerede betydning af bevæggrundene. Således er gennemsnittet 0,5 for de biologiske bevæggrunde, mens det er 0,2 for såvel de psykiske som de sociologiske

<sup>19</sup> Cauduro (2009). *Review of the Research Studies on the Demand for Prostitution in the European Union and Beyond* i Di Nicola et. al. 'Prostitution and Human Trafficking – Focus on Clients' (s. 13-15).

bevæggrunde. Det betyder, at sexkunderne selv tillægger de biologiske bevæggrunde større betydning end de to andre grupper af bevæggrunde. Resultatet er forventeligt al den stund, at sexkunderne må forventes at have sværere ved at erkende og svare ærligt, hvis psykiske eller sociale omstændigheder driver dem til at købe sex.

Fordeles gennemsnittene på de socioøkonomiske baggrundsvariable uddannelse, husstandsindkomst, geografi og alder, er der ingen væsentlige forskelle. Det indikerer med andre ord, at der ikke er væsentlige forskelle på, hvorledes sexkunder fra forskellige sociale lag vurderer deres bevæggrunde for at købe sex. Som beskrevet i afsnit 3.4 er det altså ikke muligt at segmentere sexkunderne på baggrund af socioøkonomiske baggrundsvariable.

**Figur 4-1 Faktoranalyse bekræfter inddeling af bevæggrunde i tre grupper**



Anmærkning: Faktoranalyse (principal-komponentanalyse) med oblik rotation af bevæggrunde, som sexkunder (n=1.083) har kunnet erklære sig enige eller uenige i på en fem-punktsskala. Analysen udtrækker tre komponenter, alle med Eigenvalues over 1. Bevæggrunde med meningsfulde loadings på over 0,4 er inkluderet i komponenterne. På baggrund af analysen konstrueres indeks, som alle har Chronbach's Alpha-værdier over 0,7.

At bevæggrundene for at købe sex ikke adskiller sig væsentligt mellem forskellige samfundsmæssige lag bekræftes endvidere af de kvalitative interview. Det er nemlig typisk de samme typer af argumenter for at købe sex, der går igen hos advokaten, håndværkeren og den ufaglærte interviewperson. Lighederne mellem sexkøbere i survey og kvalitative interview er altså fæstnet i bevæggrunde og ikke i socioøkonomisk baggrund.

Endelig bekræfter kortlægningens forskellige statistiske modeller i det følgende, at det ikke er socioøkonomiske baggrundsvariable men derimod de forskellige bevæggrunde, der bl.a. har betydning for beslutningen om at købe sex eller fravælge det.

Den konkrete tredeling af bevæggrundene fremgår af de følgende tre afsnit, der behandler bevæggrundene mere indgående. Såvel i forhold til de kvantitative resultater fra surveyen som kvalitative resultater fra interview.

#### 4.1.1 Biologiske bevæggrunde

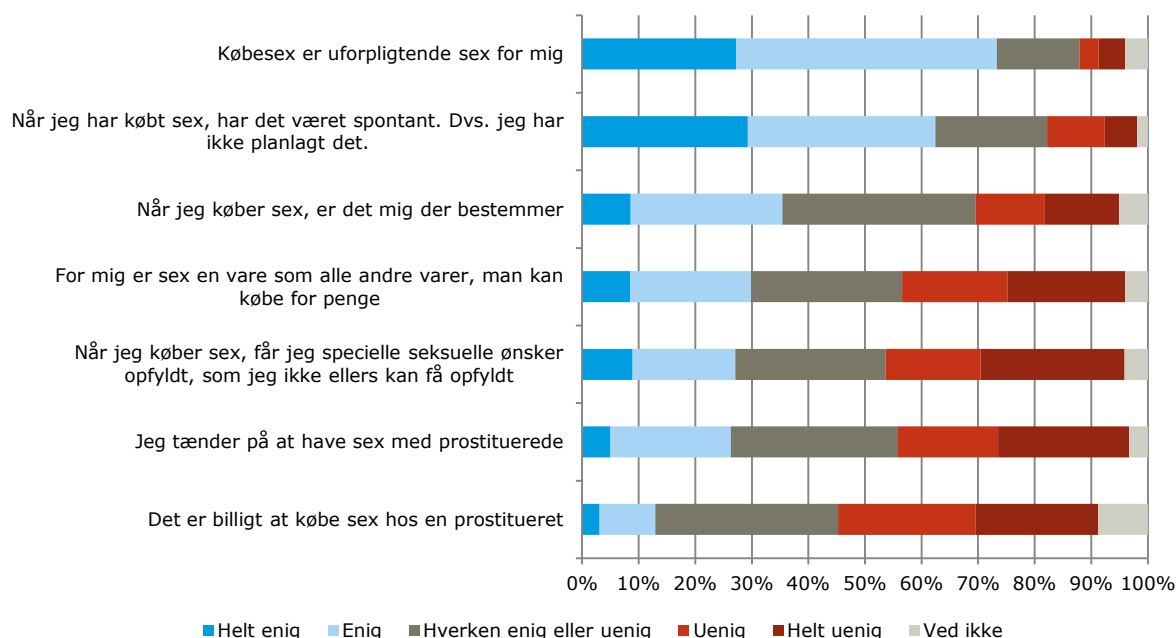
De biologiske bevæggrunde omhandler, som kort beskrevet ovenfor, mandens seksualdrift. Seksualdriften ses som et instinkt og en ukontrollerbar impuls. Kortlægningen synes at tegne et billede af, at der findes en gruppe af mænd, der er drevet af fysiske bevæggrunde, og som anser sexkøbet som køb af en vare til at dække en fysisk drevet behov.

Som det fremgår af Figur 4-2, er syv ud af ti – 73 pct. – helt enige eller enige i, at købesex er uforpligtende sex. Den modsatte opfattelse findes blandt én ud af ti (8 pct.).

Seks ud af ti – 63 pct. – angiver, at de er helt enige eller enige i, at deres sexkøb har været spontane og ikke planlagte. Omkring to ud af ti (16 pct.) har den modsatte opfattelse.

Ligeledes fremgår det, at tre ud af ti (30 pct.) af de adspurgte sexkunder er helt enige eller enige i, at sex er en vare som alle andre varer, man kan købe for penge, hvorimod fire ud af ti (39 pct.) er uenig eller helt uenig i udsagnet.

**Figur 4-2 Sexkunder – Biologiske bevæggrunde for sexkøb**



Anmærkninger: Bevæggrunde som teoretisk og empirisk er biologiske, og som sexkunderne (n = 1.083) har erklæret sig enige eller uenige i.

I interviewene beskriver denne gruppe af sexkunder deres køb som drevet af fysiske behov. Ofte er købene impulsive, hvor der ikke er langt fra lystfølelse til handling. En sexkunde beskriver, hvordan han kan få en impulsiv tanke eksempelvis midt i arbejdstiden, hvorefter frokostpausen bruges på at booke tid hos en prostitueret for at tage direkte hen til den prostituerede efter arbejdstid. Købet bliver impulsstyret, hvorfor der for denne gruppe af mænd ikke er langt fra tanke til handling.

*”Jeg havde et behov for sex, som jeg ikke kunne få på andre måder. Behovet var grundlæggende fysisk” (interview med sexkunde).*

*”Jeg søgte sex, spænding, udløsning – jeg søgte ikke nærhed” (interview med sexkunde).*

I denne kategori er der nogle mænd, som kalder de prostituerede for ”sexterapeuter” for at understrege, at det er et erhverv på niveau med alle andre, hvor der blot udveksles en tjenesteydelse uden nogen form for intimitet. Det er også disse typer af mænd, der for størstedelen af mændenes vedkommende ikke lider af dårlig samvittighed bagefter, men ser det som en naturlig del af køb og salg af varer i livet.

De mænd, der er drevet af fysiske bevæggrunde, har som oftest opbygget en spænding, inden købet gennemføres. Flere af sexkunderne beskriver, at adrenalinen kører rundt i kroppen på dem, inden købet gennemføres, og at de har en følelse af forventning og glæde, særligt hvis det er et behov, der er opbygget gennem længere tid.

De fleste sexkunder er opmærksomme på i hvilke kredse og sammenhænge, det vil være upassende at udtale sig om deres køb af sex. Mændene i denne kategori angiver, at de principielt ikke har nogen vanskeligheder ved at dele deres erfaringer med netværket, men de færreste synes at have et behov for at fortælle om det. For dem er købet et naturligt behovsdrevet køb,

men de er alligevel meget bevidste om, hvor og hvornår det er upassende at dele erfaringerne med andre. Som en sexkunde beskriver det:

*”Jeg kan sagtens finde nogen i min omgangskreds, som ville sige: Nå, jeg håber du hyggede dig. Og andre der vil tage afstand fra det” (interview med sexkunde).*

Af interviewene fremgår det ligeledes, at de mænd i denne kategori, der har valgt at dele det med kollegaerne, ser det som en del af et fællesskab mellem arbejdskammerater. Det betyder ikke, at de foretager købene sammen i grupper, men ofte har arbejdskammeraterne også selv erfaring med sexkøb. Erfaringsudvekslingen anses dermed som en del af jargonen og som underholdning i et miljø, der i forvejen er præget af en tone, der går i tråd med fortællingerne. En sexkunde svarer på spørgsmålet om, hvorvidt han har fortalt om sexkøbene til sine kollegaer:

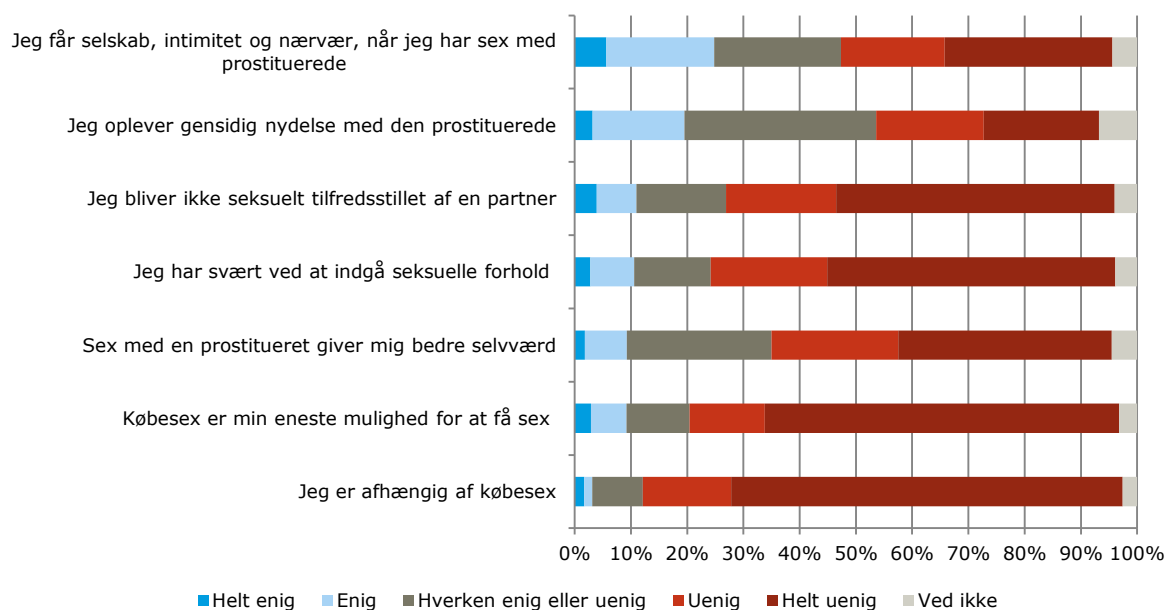
*”Det har vi sgu snakket meget om. Det er ikke noget, jeg er flov over. Det var bare almindelig kultur” (interview med sexkunde).*

#### 4.1.2 Psykologiske bevæggrunde

De psykologiske bevæggrunde tillægges generelt ikke samme betydning for sexkunderne som de biologiske. Den plausible forklaring er – som nævnt – at respondenternes svar ikke stemmer helt overens med virkeligheden. Dels fordi de kan mangle selvindsigt og have svært ved at vurdere egne psykologiske motiver. Dels fordi det for nogle kan være svært at være ærlig i besvarelsen af et spørgeskema om egne seksuelle begrænsninger. Men det har ikke betydning for tolkningen af den måde, hvorpå de psykologiske bevæggrunde kan vægte for nogle sexkunder, samt hvilke bevæggrunde der synes at have størst forklaringskraft.

Som det fremgår af Figur 4-3 handler de bevæggrunde, som flest sexkunder er meget enige eller enige i, om, at købesex giver nærvær, at der opleves en gensidig nydelse sammen med den prostituerede og endelige, at man ikke bliver seksuelt tilfredsstillet på anden vis. Resultaterne kan tolkes i retning af, at de sexkunder, for hvem de psykologiske bevæggrunde vægter, søger en intimitet og noget følelsesmæssigt, som de ikke kan få andre steder. Imidlertid er majoriteten af sexkunderne uenige eller meget uenig i samtlige psykologiske bevæggrunde. Det indikerer, at den psykologiske dimension ikke betinger sexkøb i samme omfang som de biologiske bevæggrunde. Dog skal denne konklusion foretages med varsomhed, fordi der er tale om respondenters selv vurdering af egne psykologiske motiver, som kan være svære at foretage. Dernæst kan det eventuelt være svært for nogle respondenter at være ærlige om psykologiske forhold i en spørgeskemaundersøgelse.

Figur 4-3 Sexkunder – Psykologiske bevæggrunde for sexkøb



Anmærkninger: Bevæggrunde som teoretisk og empirisk er psykologiske, og som sexkunderne (n = 1.083) har erklæret sig enige eller uenige i.

Som præsenteret indledningsvist i Kapitel 4, beskriver litteraturen på området, at de *psykologiske* bevæggrunde, der har indflydelse på behovsstyringen, er dybereliggende. Behovet er ikke, som ovenfor beskrevet, drevet af fysiske behov, men er derimod forankret i behovet for nærhed og intim kontakt med et andet menneske, ligesom det også kan være drevet af et behov for seksuel erfaring. Kategorien består således af mænd, der har svært ved at få sex andre steder, det kan eksempelvis være handicappede, mænd med lavt selvværd, debutanter o.a.

De mænd, der køber sig til nærhed og intimitet, fortæller – ligesom mændene i den førstnævnte kategori – at de køber sig til noget, de ikke har mulighed for at få andre steder. For denne kategori af mænd er det dog ikke forbundet med fysiske behov, men nærmere med et behov for intimitet og nærvær. En sexkunde beskriver, hvordan han søgte kontakt til et andet menneske, men havde svært ved selv at opsøge og etablere det.

*“Man købte sig til det, man ikke kunne få, en tæt kontakt til et andet menneske. Jeg hører nogle gange, at folk siger, at mænd køber sex for orgasmens skyld, det tror jeg ikke er tilfældet. Det er nærmere savnet efter kontakt til et andet menneske”*  
(interview med sexkunde).

Den anden gruppe af mænd, der drives af psykologiske bevæggrunde, er debutanterne. En del af de interviewede sexkunder købte sex første gang, fordi de ønskede at debutere seksuelt. De oplever, at de har vanskeligt ved at opnå seksuel debut på almen vis, hvorfor køb af en prostitueret bliver relevant. En sexkunde beskriver, hvordan køb af en prostitueret derved bliver en mulighed for at få seksuel debut med én, der har stor erfaring med sex, modsat debutanten.

*“På det tidspunkt var jeg i starten af 20’erne og havde endnu ikke været i seng med en pige, og det oplevede jeg som problematisk. Jeg håbede på, at jeg ville finde en kvinde på den almindelige måde og ikke være helt uerfaren. Så jeg ved, hvordan det hele vender, for ikke at fremstå som den store klovn første gang. Jeg havde ikke nogen, jeg kunne snakke med det om. Så slog det mig, at en prostitueret måtte vide noget om det”* (interview med sexkunde).

En mindre del af de sexkunder, der har købt sex af prostituerede på en ferie i udlandet, beskriver, at de køber sig til en form for feriekæreste. De frikøber en kvinde fra en bar og

tilbringer tid med hende på samme måde, som hvis de havde mødt en kvinde på en ferie. Som oftest er mændene alene på en rejse og har følelsen af at mangle selskab, men idet de ikke er særligt gode til at skabe relationer, virker det umiddelbart nemmere at købe sig til kontakten.

Mændene i denne kategori beskriver generelt, at sexkøbet langt fra handler om fysiske behov, som i ovennævnte kategori. Nogle af mændene kan have et større behov for at snakke og være tæt med en kvinde, da det giver en anden form for støtte, end andre fagfolk vil være i stand til at give. En af de interviewede mænd fortæller, at de udenlandske prostituerede kan have svært ved at forstå de behov, som denne gruppe af mænd har. De reagerer med undren over mændenes behov for at snakke, og som en af de interviewede sexkunder beskriver det, forsøger de at forcere selve akten. Når de prostituerede får fornemmelsen af, hvad denne type sexkunde har behov for, bliver de meget forstående. En sexkunde beskriver det således:

*"Den frustration, man kan have, er, at de bedre til [at håndtere problemet] end en socialrådgiver, noget en socialrådgiver ikke kan give. Når man er i en presset situation og savner ømhed, da får man noget, som en socialrådgiver ikke kan give"* (interview med sexkunde).

Kategorien består også af de mænd, der køber sex med en intention om at tilfredsstille kvinden, fordi det skaber en følelse af at have givet noget til et andet menneske. Sexkøbet kan for nogle være en form for terapi mod eksempelvis depression. Ud fra surveyen kan man dog vurdere, at denne gruppe umiddelbart er relativt lille. Kun ca. 3 pct. angiver, at de er helt enige eller enige i, at de er afhængige af købesex.

Sexkunderne, der er drevet af psykologiske bevæggrunde, kan både opleve en følelse af glæde inden sexkøbet og kan være en smule ængstelige, nervøse eller anspændte. En sexkunde fortæller, at det kan være meget sårbart for en mand at skulle købe sig til nærkontakt, og at denne sårbarhed kan give sig udslag i en form for nervøsitet i forbindelse med købet. Denne sårbarhed og nervøsitet vurderes ikke at forekomme hos den gruppe af mænd, hvor der optræder et ønske om at tilfredsstille kvinden. Her er følelserne op til købet af sex i højere grad forbundet med en forventning til egen kunnen og at finde rette tid og sted for sexkøbet, således det også opleves som en nydelse for den prostituerede.

De fleste sexkunder i denne kategori fortæller, at de undgår at fortælle det til familien eller i de kredse, hvor de vurderer, at det vil blive opfattet negativt. Samtidigt fortæller de også, at det kan være forbundet med skam ikke at være i stand til selv at opsøge eller etablere intim kontakt til kvinder.

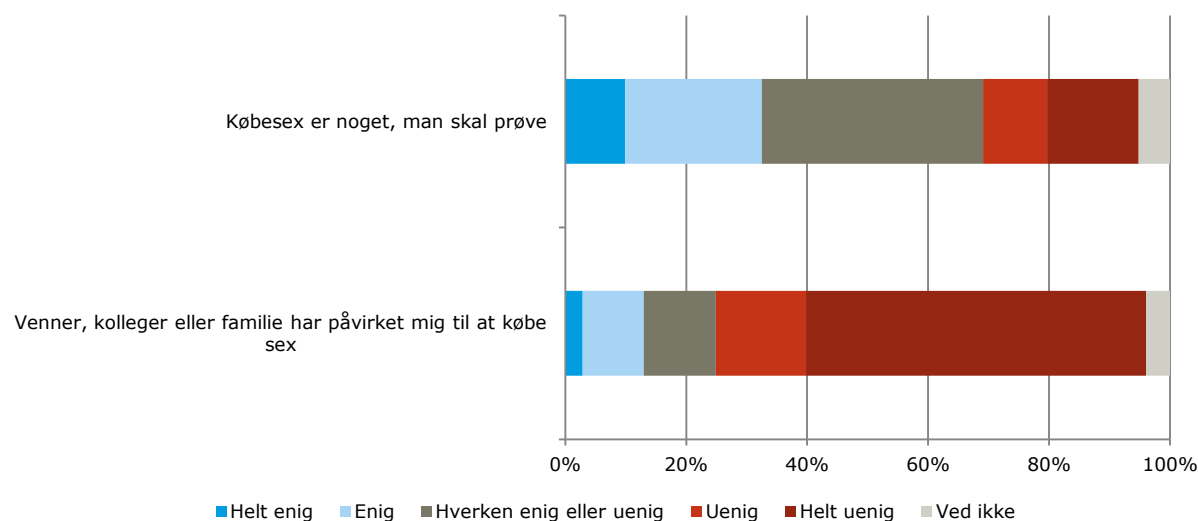
#### 4.1.3 Sociologiske bevæggrunde

I kategorien defineret ved de *sociologiske* bevæggrunde er mekanismerne omkring sexmarkedet et produkt af omgivelserne og den sociale og kulturelle kontekst. Her ses købet af sex som en del af gruppetilhørsforholdet, og som tidligere beskrevet foregår sexkøbet ofte sammen med andre, primært venner, og i forbindelse med fælles aktiviteter som eksempelvis en tur i byen.

I Figur 4-4 nedenfor ses sexkundernes udsagn i forhold til de sociologiske bevæggrunde. Figuren viser, at tre ud af ti (33 pct.) er helt enige eller enige i, at købesex er noget, man skal prøve mens omkring tre ud af ti er uenige eller helt uenige i udsagnet (26 pct.). En ud af ti (13 pct.) er helt enige eller enige i, at venner, kolleger eller familie har påvirket dem til at købe sex, mens syv ud af ti (71 pct.) er uenige eller helt uenige i samme udsagn.

Sammenfattende er billedet af de sociologiske bevæggrunde, at de – ligesom de psykologiske – betyder mindre end de biologiske bevæggrunde – ifølge sexkundernes selv vurderinger. Men fortolkningen skal igen foretages varsomt. Nogle respondenter kan tænkes at være tilbageholdende med at 'indrømme', at omgivelserne har betydning deres køb af sex. Dette afspejler sig måske også i billedet af, at det især er en norm om, at sex er noget, man skal prøve, der synes at have betydning.

Figur 4-4 Sexkunder – Sociologiske bevæggrunde for sexkøb



Anmærkninger: Bevæggrunde som teoretisk og empirisk er sociologiske, og som sexkunderne (n = 1.083) har erklæret sig enige eller uenige i.

Interviewene med sexkunderne tegner ligeledes et billede af, at bevæggrundene for denne gruppe sexkunder er funderet i en følelse af fællesskab omkring købene. Det kan være som del af en bytur eller et besøg på en striptklub, hvor de efterfølgende sexkøb ses som "en god afslutning" på en festlig aften med vennerne. Det vil som oftest være i forbindelse med en "herretur" til udlandet, i forbindelse med udstationering eller længerevarende ophold på havet, hvor diskursen bliver en anden end den derhjemme. Som mændene i denne kategori beskriver det, bliver der skabt et miljø og en kultur i disse fællesskaber, som gør købene legitime og ganske naturlige. To sexkunder fortæller følgende:

*"Alle de andre gjorde det, så gjorde jeg det også [...] Der var jo nogen, der havde snakket om det på vejen. Jeg gjorde ikke noget specielt for det, men vi var af sted 14-15 sømand, og så kom der en dame hen til mig, og så fik jeg den store tur"*  
(interview med sexkunde).

Idet denne gruppe af mænd forbinder sexkøbet med festlige lejligheder sammen med venner eller kolleger/arbejdskammerater, køber disse mænd sjældent sex i Danmark. Størstedelen af de interviewede sexkunder i denne kategori fortæller, at de ikke har købt sex i Danmark, da det ikke på samme måde virker naturligt, og at der modsat i udlandet er mindre åbenhed omkring køb af sex i Danmark.

For denne gruppe sexkunder gælder for størstedelens vedkommende, at der er alkohol indblandet. De fleste fortæller, at de ikke var ædru første gang, de købte sex, og at forventningerne derfor i højere grad er forbundet med generelle forventninger til byturen eller rejsen. Mændene beskriver, at købet ofte ikke er planlagt, men sker som et led i, at de andre i gruppen også gør det.

En stor del af interviewpersonerne i denne kategori fortæller, at deres første erfaring med køb af sex har været i udlandet. Det har været på almindelige rejser, forretningsrejser samt udsendelser fortrinsvis som soldat eller sømand. Der er flere årsager til den store del af førstegangskøb i udlandet. For det første synes der at eksistere en accept og åbenhed om køb af sex, der gør det mere legitimt og nemt at købe sex. For det andet antydes det, at det bliver nemmere at købe sex, når man træder ud af hverdagen. Der er mindre risiko for at blive afsløret, og man er væk fra den negative og stigmatiserende hjemlige diskurs over for sexkunder. Endeligt nævner flere af de interviewede sexkunder, at det i store dele af udlandet virker mere naturligt at købe sex og er lettere tilgængeligt end herhjemme.

*"[Jeg] føler, at det er helt naturligt at købe sex – især i Thailand er det en indgroet del af kulturen"* (interview med sexkunde).

Som tidligere beskrevet opleves de fleste sexkunder som meget bevidste om, hvor og i hvilke sammenhænge de kan fortælle om deres erfaringer med køb af sex. Det gælder også for denne gruppe af sexkunder. Dog indikerer interviewene, at de mænd, der har valgt at fortælle det til familien, oftest er dem, hvor sexkøbet fandt sted i forbindelse med en bytur sammen med venner, ofte i udlandet. Flere mænd fortæller, at familien hverken bifaldt eller tog afstand fra det, men at de tog det relativt afslappet. Mændene vurderer, at det er mere legitimt at dele det med andre, deriblandt familien, hvis sexkøbet er foregået i festligt lag med vennerne, idet købet ses som en del af en sjov ungdomshistorie.

#### **4.2 Sexkunders bevæggrunde til at fravælge eller stoppe med at købe sex**

I surveyen er sexkunderne blevet spurgt om, hvilke bevæggrunde der vil kunne afholde dem fra at købe sex. Der findes ikke nogen opdeling af bevæggrundene i litteraturen, som det er tilfældet med bevæggrundene for at købe sex. Endvidere har der heller ikke kunnet skabes empirisk grundlag for en meningsfuld opdeling af bevæggrunde for at fravælge sexkøb på baggrund af en faktoranalyse. Derfor behandles de forskellige bevæggrunde for at afholde sig fra sexkøb samlet i det følgende.

Som det fremgår af Figur 4-5, er den bevæggrund, der vil kunne afholde flest sexkunder fra at købe sex, en mistanke om HIV eller kønssygdomme hos den prostituerede. Ni ud af ti sexkunder (94 pct.) er enten enige eller meget enige i dette argument, mens mindre end én ud af ti er uenige eller meget uenige (2 pct.).

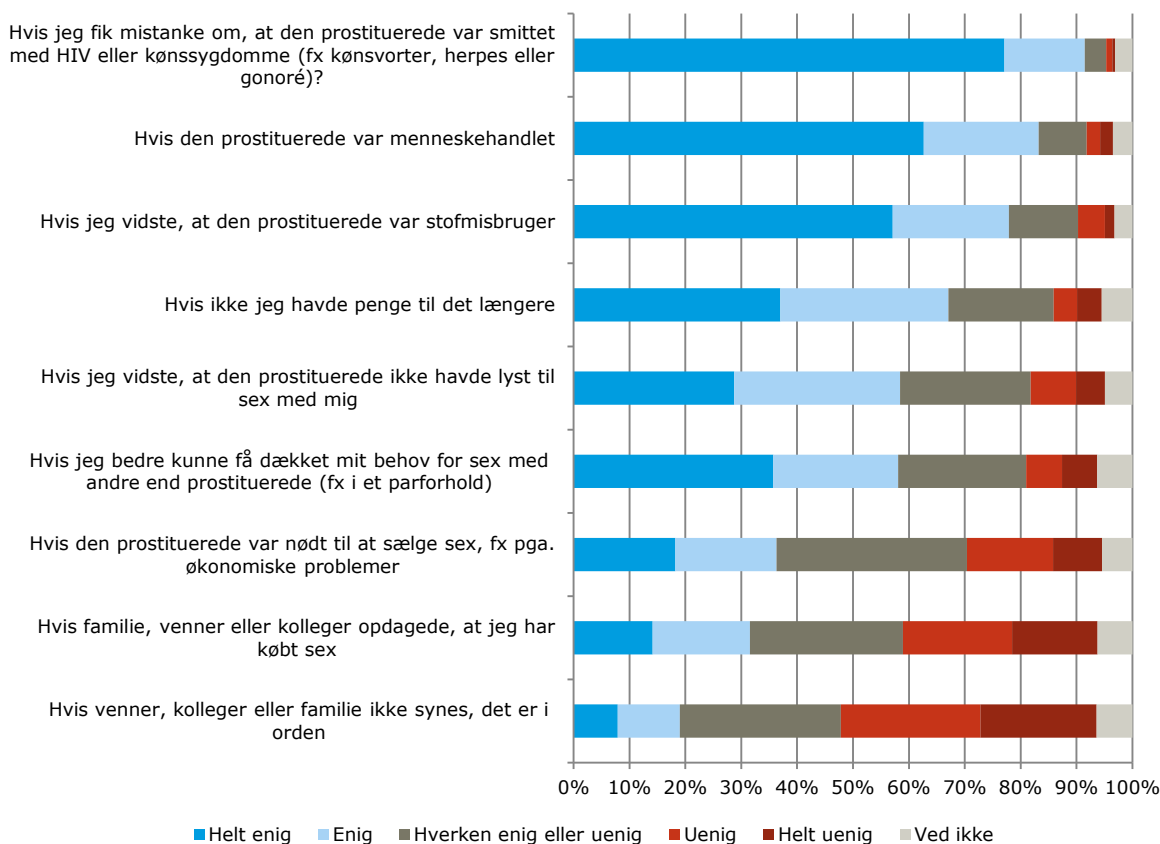
Det næstmest og tredjemest udbredte argument mod yderligere sexkøb blandt sexkunderne er et evt. kendskab til, at den prostituerede er menneskehandlet eller er stofbruger – dvs. er tvunget ind i erhvervet af nød. Det er hhv. otte og syv ud af ti meget enige eller enige i (83 og 72 pct.).

Økonomi spiller også en vigtig rolle for majoriteten af sexkunderne. Således angiver syv ud af ti (67 pct.), at de er meget enige eller enige i, at de vil afholde sig fra yderligere sexkøb, hvis de ikke havde penge til det længere. Én ud af ti (9 pct.) er uenige eller meget uenige i udsagnet.

Endelig vil majoriteten af sex kunderne afholde sig fra at købe sex, hvis de vidste, at den prostituerede ikke havde lyst til sex med dem, eller hvis de kunne få tilfredsstillet deres sexbehov på anden vis end hos prostituerede. Seks ud af ti er meget enige eller enige i såvel det ene som det andet af disse argumenter (hhv. 59 og 58 pct.), mens én ud af ti er uenig eller meget uenig i begge argumenter (13 pct.).



Figur 4-5 Bevæggrunde, der vil kunne få sexkunder til at afholde sig fra at købe sex



Sidstnævnte grund genkendes i høj grad i interviewene. Den overvejende del af sexkunderne vurderer, at det ville afholde dem fra at købe sex, hvis de kunne få dækket deres behov for sex fra andre end prostituerede (fx i et parforhold). Grunden til dette er, for de fleste mænds tilfælde, at de opfatter køb af sex i et parforhold som utroskab, hvilket de fleste tager afstand til.

*”Det, der har betydning [for at stoppe], er, hvis jeg fandt et fast parforhold. Det ville være utroskab og føles forkert over for min partner” (interview med sexkunde).*

De mænd, der vurderer, at de ville være i stand til at have et parforhold, eller som er i et parforhold samtidig med sexkøbene, fortæller om sexkøbet som noget positivt for parforholdet. En del af de mænd, der er eller var i et parforhold ved sexkøbet, ser det som et positivt element for parforholdet, idet det kan give mulighed for at afprøve en lyst, som man ikke kan få tilfredsstillt ved sin partner. Prostitution kan med andre ord være en ventil for udækkede behov.

*”Jeg tror, det påvirker forholdet godt. En elskerinde kan blive til en skilsmisse [modsat en prostitueret]. Hvis jeg er stresset eller knotten og trænger til forkælelse” (interview med sexkunde).*

Størstedelen af mændene mener generelt ikke, at hverken netværket eller medierne har betydning for deres køb af sex. Få nævner dog, at den negative debat i medierne kan have betydning. En central faktor for flere af de interviewede mænd er kriminalisering af prostitution, der peges på som betydningsfuld for et fravalg af køb af sex. En sexkunde beskriver, at han ville få det ubehageligt, hvis det blev for ”baggårdsagtigt”, hvilket for ham illustrerer, at han ville føle, at han begik en ulovlig handling og dermed handlede kriminelt. En følelse, der kunne få flere af de interviewede mænd til at stoppe med at købe sex. I tråd med dette peger en stor del af sexkunderne på, at en kriminalisering vil gøre forholdene for de prostituerede værre, end de er på nuværende tidspunkt, hvilket størstedelen af sexkunderne vil have det svært med at støtte.

### 4.3 Mænd uden erfaring med købesex: Bevæggrunde for fravalg af sexkøb

Figuren nedenfor angiver de svar, som mænd uden erfaring med købesex har givet i forhold til en række udsagn. Otte ud af ti (81 pct.) af mændene er helt enige eller enige i, at de ikke behøver købesex, da de får sex på andre måder, mens under hver tiende er uenige eller helt uenige i udsagnet (5 pct.).

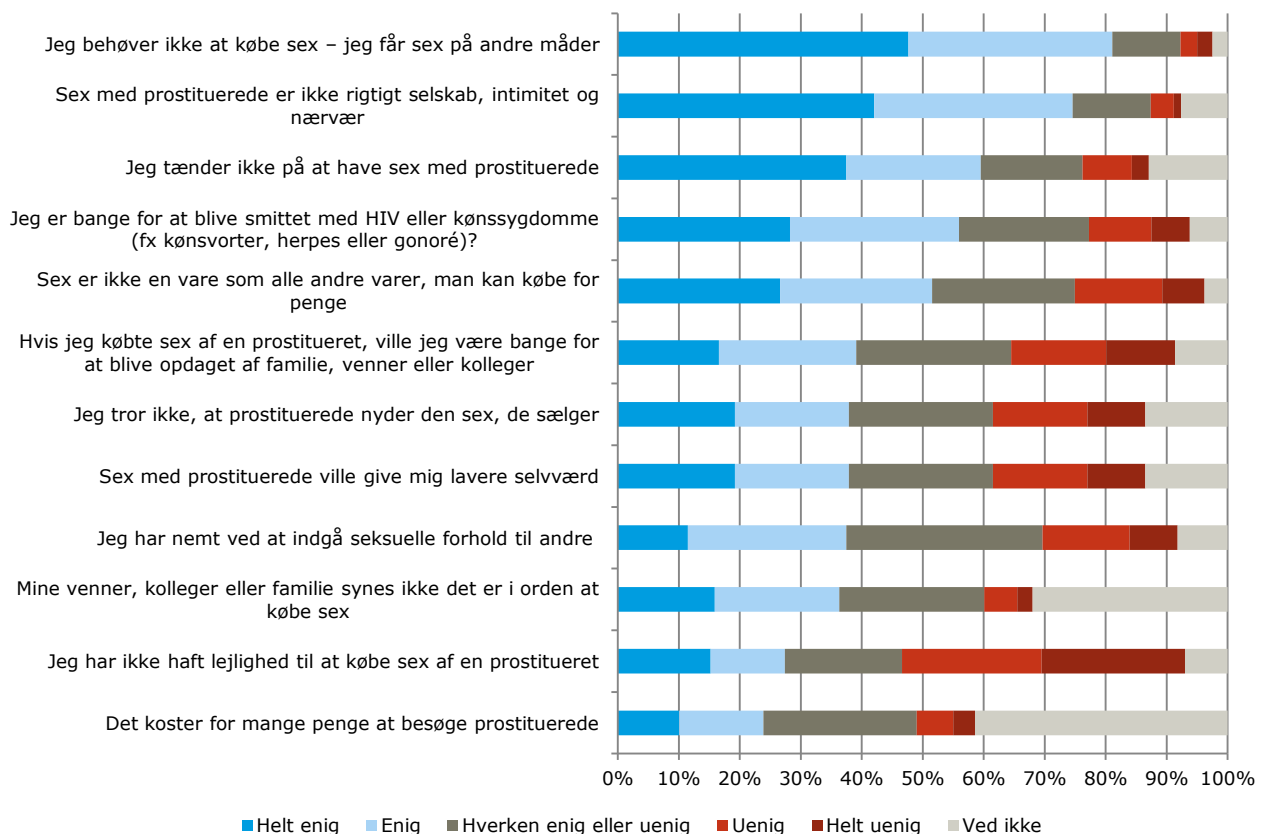
Otte ud af ti angiver, at de er helt enige eller enige i, at sex med prostituerede ikke er rigtigt selskab, intimitet og nærvær (75 pct.). Knap hver tiende svarer det modsatte (5 pct.).

Seks ud af ti (60 pct.) mænd uden erfaring med købesex er helt enige eller enige i udsagnet om, at de ikke tænder på at have sex med prostituerede. Én ud af ti er uenig eller meget uenig i udsagnet (11 pct.).

Fem ud af ti er meget enige eller enige i, at sex ikke er en vare, der kan købes for penge (51 pct.), mens to ud af ti har den modsatte holdning (21 pct.).

Den bevæggrund, som færrest tillægger betydning er økonomi. Således er to ud af ti meget enige eller enige i, at det koster for mange penge at gå til prostituerede (24 pct.). Én ud af ti har den modsatte holdning (10 pct.). Fire ud af ti svarer 'ved ikke', hvilket er meget intuitivt, da mænd uden erfaring med købesex ikke kan antages at have godt kendskab til prisniveauet.

Figur 4-6 Ikke-kunders bevæggrunde for fravalg af købesex



Anmærkning: n=6.168. Spørgsmålene er udelukkende stillet til respondenter, der har angivet ikke at have erfaring med købesex.

Overordnet viser analyserne således, at rationelle argumenter (med udgangspunkt i den enkelte mands behov og situation) har en afgørende betydning for såvel sexkunders som ikke-kunders beslutning om hhv. køb og fravalg af køb af sex. Mændenes argumenter omfatter bl.a. tanken om at udsætte sig selv for fare (fra fx kønssygdomme eller bagmænd for prostituerede) eller risikoen for at få en 'dårlige sexkøbsoplevelse', hvor manden ikke oplever, at kvinden oprigtigt og

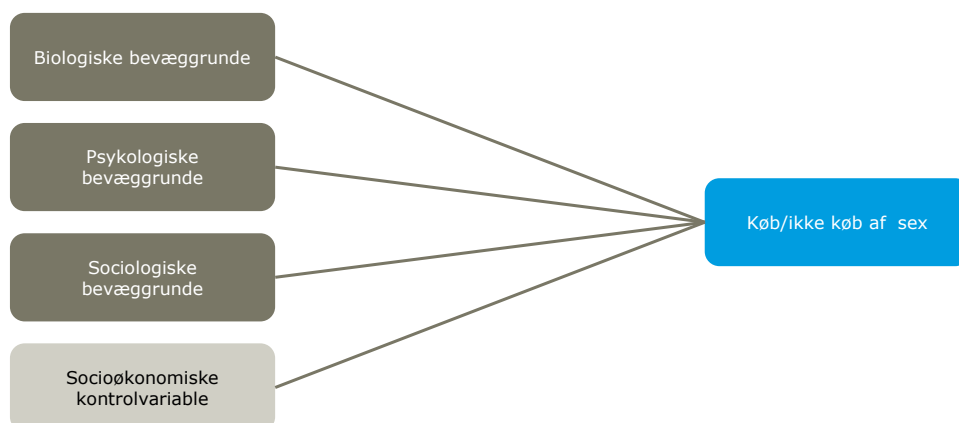
frivilligt indgår i sexhandlen. Disse argumenter udgør i den kvantitative kortlægning mændenes væsentligste bevæggrunde til ikke at købe sex, og det underbygges af de kvalitative interviews, hvor 'den personlige nytte' af sexoplevelsen bekymrer mange mænd.

#### 4.4 Betydningen af forskellige bevæggrunde for sexkøb

For at undersøge, hvilke bevæggrunde der har betydning for, om danske mænd samlet set køber sex eller ej, er der lavet en statistisk model, der baserer sig på alle mændene i stikprøven. Den afhængige variabel er 'køb eller ikke køb af sex', mens modellens forklarende variable er de forskellige bevæggrunde, der kan være biologiske, psykologiske eller sociologiske.

I surveyen har sex-kunder og ikke-kunder kunnet erklære sig enige eller uenige i udsagn om forskellige bevæggrunde for og imod købesex<sup>20</sup>. Endelig er alle socioøkonomiske oplysninger om respondenterne inkluderet i modellen, herunder uddannelse, husstandsindkomst, alder og geografi. Herved 'renses' effekten af de enkelte bevæggrunde, så man kan vurdere deres rene betydning for sexkøb. Modellens opbygning illustreres i Figur 4-7.

Figur 4-7 Illustration af statistisk model for køb eller ikke køb af sex



Af figur 4-8 fremgår resultaterne fra modellen. Den viser modellens såkaldte beta-koefficienter, men kun de koefficienter der både er statistisk signifikante og substantielt interessante. Med andre ord indeholder figuren de bevæggrunde, som har betydning for, om deltagerne i surveyen angiver at have købt sex.

Som det fremgår, indeholder figuren ingen socioøkonomiske variable, hvilket skyldes, at de enten ikke har været signifikante eller har nogen nævneværdig betydning for sexkøb. Det stemmer dog godt overens med de begrænsede socioøkonomiske forskelle, der adskiller sexkunder og ikke-kunder, som beskrevet i Kapitel 3. Samlet set er der tale om en robust statistisk model med væsentlig forklaringskraft.<sup>21</sup> Resultaterne viser for det første, at såvel biologiske, psykologiske som sociologiske bevæggrunde har betydning for, om respondenterne angiver at have købt sex. De bevæggrunde, der har størst samlet betydning for såvel sexkunders som ikke-kunders bevæggrunde for at købe eller ikke at købe sex er:

- Risiko for at blive smittet med sygdomme
- Omgangskredsens syn på prostitution
- Viden om den prostitueredes forhold.

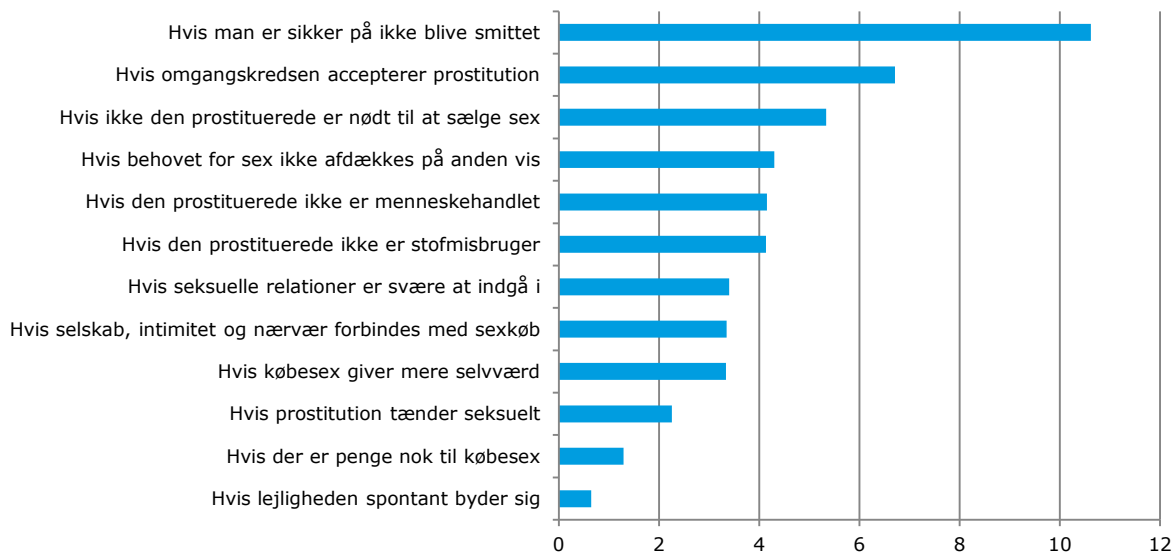
<sup>20</sup> De to grupper – sexkøbere og ikke-sexkøbere – har fået forskellige udsagn, som de har kunnet erklære sig enige eller uenige i, fordi deres situationer er grundlæggende forskellige, og at det derfor spørgeskemateknisk ikke er muligt at give dem de samme udsagn. Men de fleste af udsagnene har været mulige at omkode og samle i fælles udsagn, som altså indgår i modellen. Det er årsagen til, at bevæggrundene i modellen ikke er helt identiske med de bevæggrunde, der er afreporteret ovenfor.

<sup>21</sup> Se anmærkning til

De bevæggrunde, der betyder mest for sexkøbet i modellen, adskiller sig fra de bevæggrunde, som flest sexkunder selv er enige i, har betydning for sexkøbet. Det skyldes primært, at denne analyse dækker hele stikprøven. Men det kan også skyldes, at der kan være forskelle mellem selvvalgte vægtnings af bevæggrunde og statistiske sammenhænge.

I Kapitel 7 præsenteres modeller, der fokuserer ensidigt på henholdsvis sexkunder og ikke-kunder, og som estimerer betydningen af forskellige bevæggrunde for de gruppers sandsynlighed for at købe sex i fremtiden.

**Figur 4-8 Hvilke bevæggrunde betyder mest for køb af sex?**



Anmærkning:  $n=7.251$ . Binær logistisk regressionsmodel med en samlet signifikant F-test på  $p<0,05$ -niveau.  $R^2_{\text{Nagelkerke}}=0,91$ . Kun signifikante og substantielt interessante  $\beta$ -koefficienter for bevæggrunde rapporteres i figuren. Dermed indeholder modellen flere bevæggrunde samt alle undersøgelsens socioøkonomiske baggrundsvARIABLE som uddannelse, husstandsindkomst og alder.

## 5. HOLDNINGER TIL KØBESEX

I dette kapitel skabes et billede af det overordnede syn på prostitution blandt de danske mænd samt mere konkrete holdninger til bl.a. prostitueredes frihed, sociale vilkår og handlede kvinder i prostitution.

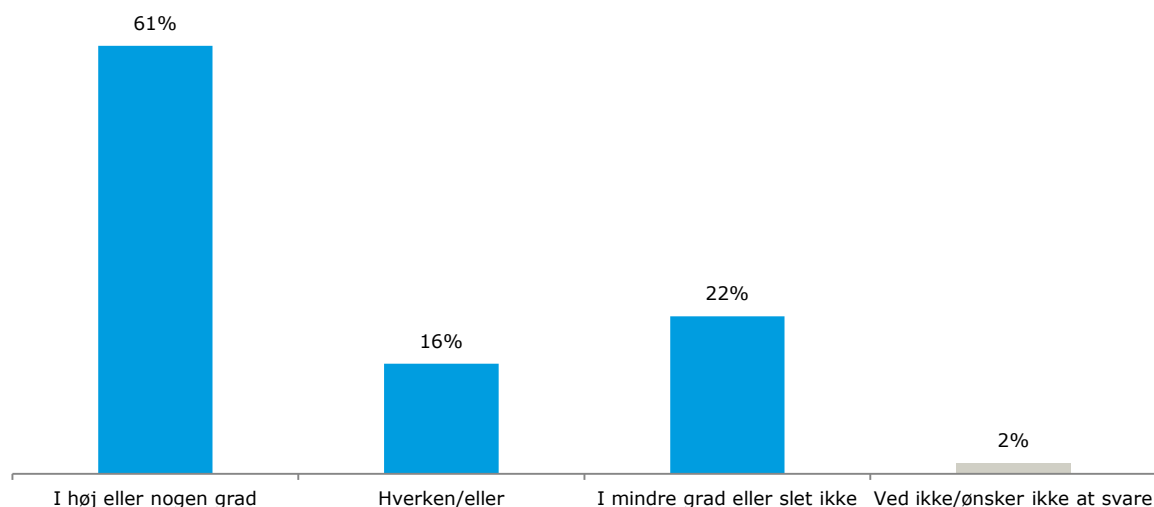
### KONKLUSION

- Flertallet af de danske mænd er meget enige eller enige i, at det alt i alt er i orden at købe sex hos en prostitueret. Dermed synes en overordnet accept af prostitution at være et udbredt fænomen.
- Holdningen til prostitution blandt danske mænd er dog ikke statisk. For de danske mænds holdning til prostitution kan – i hvert fald på kort sigt – rykkes. Deltagerne i surveyen er nemlig opdelt tilfældigt i to grupper, hvor den ene gruppe er blevet eksponeret for en casebeskrivelse af livssituationen for en prostitueret, mens den anden gruppe ikke er. Blandt mændene i gruppen, der har læst casebeskrivelsen, mener 20 procentpoint færre, at købesex er i orden end blandt den anden gruppe. Resultatet indikerer, at holdninger til prostitution kan ændres via mulighed for refleksion over emnet. Endvidere indikeres det, at vinkling af emnet kan have effekt på holdningerne hertil.
- Der er altså stor ambivalens i mænds holdninger til prostitution, der for et flertals vedkommende synes, det er i orden at købe sex, men hvor en del ændrer holdning ved eksponering for de prostitueredes livssituation.
- Effekten af at give information om prostitueredes levevilkår er den samme i gruppen af sexkøbere som i gruppen af ikke sex-købere.
- Syv ud af ti mener, at det er forkert at købe sex af handlede kvinder.
- Synet på den prostitueredes individuelle frihed synes at have betydning for den overordnede holdning til prostitution.

### 5.1 Det er i orden at købe sex, mener flertallet

I Figur 5-1 fremgår den overordnede holdning til prostitution blandt de respondenter, der tilhører kontrolgruppen i det såkaldte surveyeksperiment, der beskrives nedenfor. Fordi kontrolgruppen har angivet holdninger til prostitution i starten af deres spørgeskema, kan de antages at være 'rene' og upåvirkede af fx spørgsmål om deres faktiske sexkøb og bevæggrunde for og imod. Kontrolgruppen består af ca. halvdelen af hele stikprøven, nemlig 3.710 respondenter, hvilket stadig er et relativt stort datagrundlag, som giver grundlag for solide slutninger.

Som det fremgår, mener seks ud af ti – 61 pct. – at det i høj eller nogen grad er i orden at købe sex af en prostitueret. Modsat svarer to ud af ti – 22 pct. – at det i mindre grad eller slet ikke er i orden.

**Figur 5-1 Synes du – alt i alt – det er i orden, at købe sex hos en prostitueret?**

Anmærkning: Kontrolgruppen fra eksperimentet, der har indledt spørgeskemaet med at angive holdninger til prostitution. n = 3.710.

## 5.2 Delte meninger om prostitueredes frihed og vilkår, men markant afstandtagen fra handlede kvinder

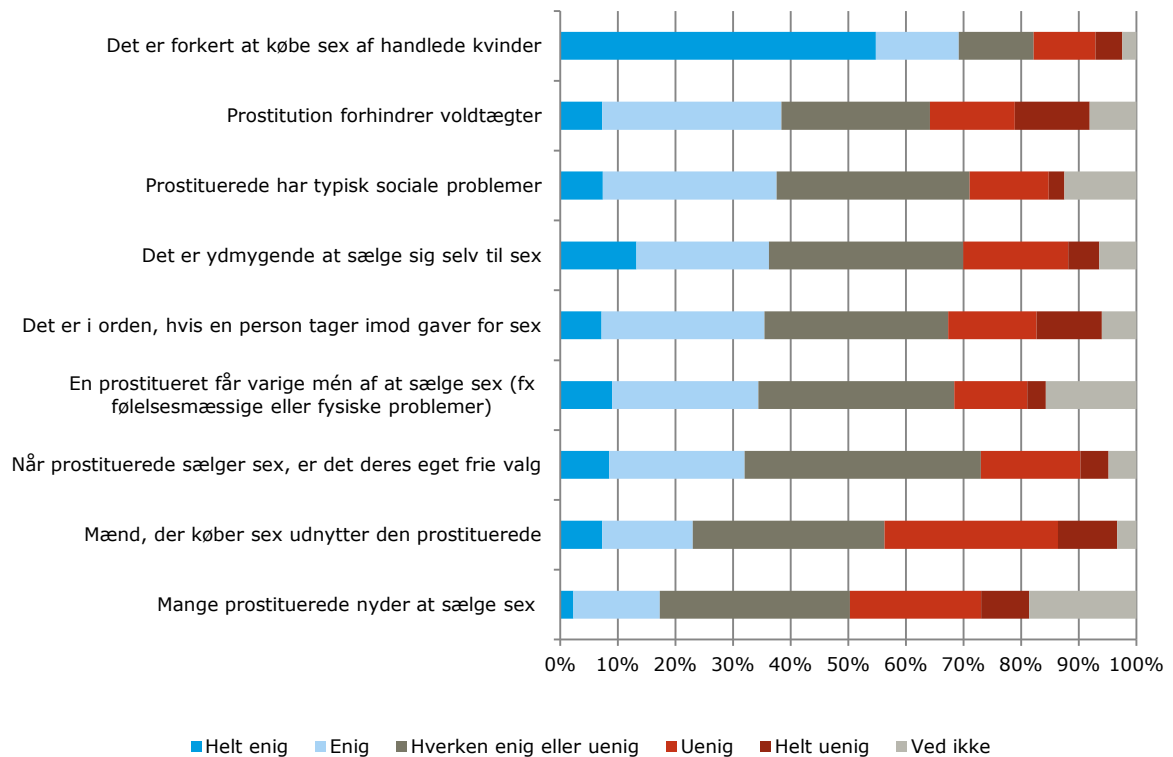
I surveyen har deltagerne kunnet erklære sig enige eller uenige i en række mere konkrete udsagn, der dækker forskellige temaer om prostitution. I forhold til de fleste af udsagnene er der en vis spredning i svarene.

Men særligt i forhold til ét emne synes en væsentlig del af respondenterne at være enige. Det drejer sig om *handlede kvinder*. Knap syv ud af ti (69 pct.) er meget enige eller enige i, at det er forkert, at købe sex af handlede kvinder, mens to ud af ti (15 pct.) er uenig eller helt uenig i udsagnet.

Samme synspunkt er i øvrigt gennemgående blandt de sexkunder, som er interviewet kvalitativt. Således tager størstedelen af interviewpersonerne markant afstand fra at købe sex af handlede kvinder. Resultatet er dog ikke så opsigtsvækkende, idet de færreste må formodes at billige en behandling af kvinder, der er kriminel.

Endvidere er væsentlige andele enige om en række konkrete emner. Herunder er fire ud af ti (38 pct.) helt enige eller enige i, at prostitution forhindrer voldtægter, mens tre ud af ti er af den modsatte holdning (28 pct.). Fire ud af ti (38 pct.) mener, at prostituerede typisk har sociale problemer, og at det er ydmygende at sælge sig selv til sex (36 pct.). To ud af ti af respondenterne er af den modsatte holdning og er uenige eller helt uenig i de to udsagn (16 og 24 pct.).

Figur 5-2 Danske mænds – Konkrete holdninger til prostitution

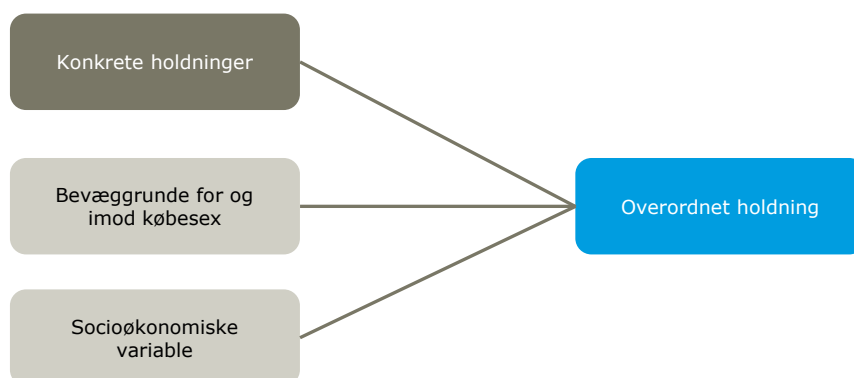


Anmærkning: Kontrolgruppen fra eksperimentet der har indledt spørgeskemaet med at angive holdninger til prostitution. n = 3.710.

### 5.3 Synet på den prostitueredes frihed har betydning for den overordnede holdning til prostitution

Hvad er med til at afgøre, om de danske mænd er enige eller uenige i, at det er i orden at købe sex? En statistisk model søger at skabe et billede af, hvad der kan være med til at forklare de overordnede holdninger til prostitution. Den indeholder de forskellige konkrete holdninger, gennemgået ovenfor, som forklarende variable. Endvidere indeholder den de tidligere behandlede bevæggrunde samt undersøgelsens forskellige socioøkonomiske informationer som kontrolvariable. Herved estimerer modellen – som er illustreret i Figur 5-3 – den rene betydning af konkrete holdninger, renset for bevæggrunde og baggrund.<sup>22</sup>

Figur 5-3 Illustration af betydningen af konkrete holdninger for det overordnede syn på prostitution



<sup>22</sup> Lineær regressionsmodel (OLS) med signifikant F-test på  $p < 0,05$ -niveau og  $R^2_{\text{justeret}} = 0,53$ , som honorerer konventionelle robusthedstests.

Der er statistisk signifikante sammenhænge mellem alle konkrete holdningsudsagn på nær et enkelt<sup>23</sup>. Men det er blot nogle få udsagn, der både er signifikante og på samme tid har substantiel forklaringskraft. Det drejer sig bl.a. om udsagnene:

- *Når prostituerede sælger sex, er det deres eget frie valg*
- *Mænd, der køber sex, udnytter den prostituerede.*

Ifølge modellen er der en positiv sammenhæng mellem at være enig i det første udsagn og en negativ sammenhæng i forhold til det andet. En måde at fortolke det på er, at forskellige syn på individuel frihed kan være med til at forklare den overordnede holdning til prostitution.

De fleste bevæggrunde og socioøkonomiske kontrolvariable er signifikante, men de har stort set ingen forklaringskraft.

#### 5.4 Holdninger i forskellige grupper

Følgende afsnit har et dobbelt sigte. For det første vil der præsenteres en indgående beskrivelse af mændenes holdninger, som de er fremkommet ved de kvalitative interview, til køb af sex, hvilke forestillinger mændene har om de typer af kvinder, som er prostituerede, deres vilkår, og hvordan man kan danne sig et indtryk af, hvordan deres vilkår er. Dernæst vil afsnittet beskrive mændenes holdning til emnet vedr. handlede kvinder, herunder hvordan mændene forholder sig til risikoen for, at de kvinder, de har været sammen med, kan være handlede kvinder.

Der har vist sig en række inkonsistente mønstre blandt mændenes holdning til køb af sex og herunder emner som omhandler handlede kvinder. Disse tendenser, hvor mændenes ambivalens fremstår som tydelige tendenser, vil løbende blive behandlet.

- 5.4.1 Mændenes holdning til de kvinder, som vælger at prostituere sig
- Der tegner sig to gennemgående tendenser i henhold til det billede, mændene tegner af de typer af kvinder, som vælger at prostituere sig. For det første er det en gennemgående tendens, at mange mænd mener, at der er flere bevæggrunde for kvinder til at prostituere sig, og at der dermed er flere typer af kvinder i prostitution. Der er dernæst mange mænd, som selv mener at have en klar fornemmelse af, hvilke typer af kvinder som vælger at prostituere sig, og kan således forholdsvist let karakterisere og identificere de grupper af kvinder, som de mener, at udgøre prostitutionsmarkedet.

*"Det er alle typer, det er gymnasietøser og højtuddannede kontordamer. Nogle gør det af nysgerrighed, og andre fordi det er af nød" (interview med sexkunde).*

*"Jeg tror, der er mange forskellige årsager. Nogle vælger det. Andre som en sidste udvej. Klart, er der også dem, som er handlede, som tror, de skal op til et andet liv. Så der er mange årsager" (interview med sexkunde).*

Der er imidlertid tre grupper eller typer af kvinder, som mændene særligt finder at kunne karakterisere kvinder, der vælger at prostituere sig. Kvinder som har et økonomisk incitament ved at kunne tjene et supplement til deres øvrige indtægt, og hvor det ikke er alvorlig gæld el lign., kvinder som har lysten og et behov som kan blive opfyldt ved at prostituere sig og endeligt kvinder som ikke frivilligt er havnet i prostitution. Blandt denne subgruppe, som mændene beskriver, som kvinder der ikke frivilligt er havnet i prostitution, synes handlede kvinder at indgå som en delmængde, foruden en række andre subgrupper, eksempelvis narkoprostituerede. Nedenfor vil disse tre grupper nærmere uddybes.

Mange mænd mener, at en stor andel af de kvinder, som prostituerer sig, har økonomiske incitamenter for at gå ind i prostitution. Mange mænd beskriver, at kvinderne kan have et behov for en ekstra indtjening, ofte som et bijob og supplement til øvrig indtægt. Mange beskriver

<sup>23</sup> Alle udsagn er signifikante på  $p < 0,05$ -niveau. Det gælder dog ikke udsagnet *En prostitueret får varige mén af at sælge sex*.



kvinderne som studerende, der har behov for lidt ekstra indtægt. En vigtig ting at holde for øje er, at det økonomiske incitament i denne gruppe ikke dækker kvinder, som har et stort økonomiske behov, eksempelvis ved gæld til bagmænd, ekstrem fattigdom eller misbrug, men udelukkende som en "ekstra luksus".

Flere mænd synes, at det gør en forskel, om den prostituerede skal bruge pengene fra sexhandlen til forbrug for at "forsøde hverdagen", eller om pengene skal bruges af nød på grund af fattigdom, misbrug, bagmænd el. lign.

*"Jeg vil have det skidt med, at hun gjorde for at give sine børn tøj på kroppen, og jeg ville være ked af det, hvis det var en skolepige, der ville have noget modetøj, men en voksen pige, der ikke gør det, fordi hun behøver, det har jeg det fint med"* (interview med sexkunde).

*"Hvis det er af egen vilje, kan jeg ikke se, det er galt, men kan se mig sur på, at nogen er i økonomisk gæld til bagmænd. Det er galt. Der er ikke noget galt i, at nogen bruger det som biindtægt. Det kan også være deres frustrationer, vil gerne har deres SU suppleret op, det gjorde Suzanne Bjerrehuus også, da hun studerede"* (interview med sexkunde).

En gennemgående tendens er, at mændene finder, at dette er et meget legitimt incitament, både i henhold til at kvinden vælger dette erhverv, men også i henhold til at legitimere brugen af prostitution for den pågældende mand.

*"Jeg har fuldt ud respekt for, at der er nogen, som ønsker at tjene deres penge på den måde"* (interview med sexkunde).

*" (...) har lige haft oplevelser med en sygeplejerske, der for tiden ikke har en kæreste og supplerer hendes løn ved at arbejde med prostitution et par aftener om måneden. Og når hun på et tidspunkt ikke er single mere, så vil hun stoppe igen. Hun har truffet et bevidst valg for at få sex og for at tjene ekstra penge"* (interview med sexkunde).

*"De par gange jeg har mødt dem, har jeg oplevet nogle, der gør det for spænding og ekstra lomme penge, men som ikke behøver"* (interview med sexkunde).

En anden gruppe af kvinder, som flere mænd peger på udgør en gruppe i prostitutionsbranchen, er kvinder, som savner spænding i hverdagen og har et behov, de selv kan få dækket ved at beskæftige sig med prostitution. Flere mænd tillægger også disse kvinder at have økonomiske incitamenter i overensstemmelse med den ovenstående gruppe af kvinder.

*"Der er nogle kvinder, som synes, de er nymfomaner, de tænder på det og samværet med mænd. De er også tiltrukket af pengene ved en begrænset indsats. Mange fridage og de kan læse og leve luksuriøst, hvis det er escortservice. De kan godt lide det lidt 'frie fugl' liv. Der er mange gentlemen, som forkæler dem"* (interview med sexkunde).

Endeligt beskriver flere mænd, at de mener, at der eksisterer en gruppe kvinder, som ikke beskæftiger sig med prostitution frivilligt. I gruppen som mange mænd beskriver som kvinder, der ikke er havnet i prostitution frivilligt, befinder de handlede kvinder sig, foruden kvinder som er havnet i prostitution af andre ufrivillige årsager end menneskehandel, eksempelvis et narkotikamisbrug eller gæld.

Der er en tendens til, at mændene ofte bruger mere krudt på at beskrive de typer af kvinder, som de mener, går ind i prostitution for at tjene lidt ekstra uden at være tvunget til det. Ved

denne gruppe sætter mændene mange ord og billeder på beskrivelsen af typen af kvinde. De øvrige grupper er mere snævert beskrevet, foruden at de ofte nævnes i den ovenstående rækkefølge, hvor de handlede kvinder er sidstnævnt. Dette kunne indikere, at mændene ofte finder det belejligt at fremhæve den gruppe af kvinder, som gør det frivilligt, enten af økonomiske årsager, møntet på forbrug og ikke gæld samt af lyst og behov, hvorimod gruppen af handlede kvinder for mange mænd er en ubehagelig tanke og derfor nedtones.

#### 5.4.2 Forestillinger om den prostitueredes livsvilkår

Der synes ikke nogen umiddelbart stærk tendens ift., om mændene forholder sig til den prostitueredes livsvilkår og gør sig forestillinger herom. Der er mænd, som eksplicit siger, at de ikke forholder sig til emnet samt mænd, der mener at gøre sig forestillinger herom.

*"Nej, jeg prøver så vidt muligt at undgå at tænke på det. Og har heller aldrig brugt de gadeprostituerede. Så jeg tænker på mig selv og at jeg gerne vil have nogle ordentlige forhold. Det eneste, jeg tænker på, er, at stedet ser nogenlunde rent og pænt ud"* (interview med sexkunde).

De mænd, som gør sig forestillinger om, hvordan den prostitueredes livsvilkår er, lægger vægt på sociale og psykiske indikatorer. Det er ofte gennem samtale, at manden mener at kunne danne sig et indtryk af kvindens livs- og levevilkår. Foruden samtalen lægger flere mænd også vægt på kvindens psykiske tilstand, om hun er påtrængende, nervøs eller bærer andet særpræg, som kan beskrive den psykiske tilstand, og som, mændene mener, kan afsløre, under hvilke vilkår kvinden færdes i prostitution.

Det er en gennemgående opfattelse blandt disse mænd, som gør sig forestillinger om de prostitueredes livskår, at de selv mener at kunne gennemskue den prostituerede og hendes vilkår, for flere mænds vedkommende endog meget let.

*"Kommer ind ad døren og snakker, man kan hurtigt mærke, om det er noget, man kan lide, eller om det er noget, som hun bare skal have overstået"* (interview med sexkunde).

### 5.5 Eksperiment: Information og refleksion har markant effekt på holdninger til købesex

Som illustreret gennem forrige afsnit giver mange mænd udtryk for en vis ambivalens i holdningen til prostitution og de prostituerede. På den ene side udtrykker flere en forståelse for de prostitueredes livssituation og den belastning, de forventer, er forbundet med det liv, og på den anden siden finder de samme mænd, at det er et oplyst valg, den prostituerede har truffet. I dette afsnit beskrives resultaterne af det holdningseksperiment, der er gennemført, hvor halvdelen af undersøgelsens mænd undervejs i skemaet har fået en casebeskrivelse omkring en handlet kvindes historie, mens den anden halvdel ikke har.

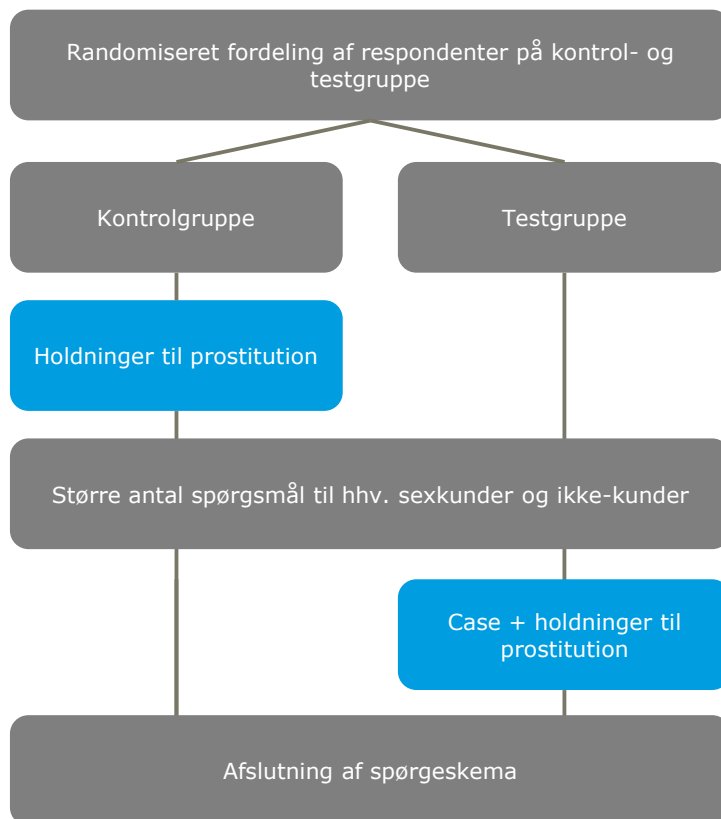
#### FAKTABOKS 4 – Eksperiment, der tester effekt af information og refleksion

Surveyens stikprøve er tilfældigt inddelt i to grupper. Dels en kontrolgruppe, der indledningsvist er blevet spurgt om deres holdninger til købesex. Dels en testgruppe, der har fået de samme spørgsmål afslutningsvist i spørgeskemaet efter at være eksponeret for en fiktiv case om den prostituerede Ivanna. Ved at sammenligne svar fra de to grupper identificeres effekten af information og refleksion på respondenternes holdninger til købesex. I hvert fald på kort sigt.

*HISTORIEN OM IVANNA: Ivanna er 28 år og har, siden hun var 24 år, solgt sex i Danmark. Hun har tidligere solgt sex på gaden, men arbejder i dag på en massageklinik med en telefondame og vagt. I sit hjemland har Ivanna en søn på 5 år, som hun var nødt til at forlade for at kunne forsørge ham, og som hun sender penge hjem til hver måned. Ivanna blev lovet et job som rengøringsassistent af de mænd, der arrangerede hendes tur til Danmark. Men da hun kom til København, fandt hun i stedet ud af, at hun var blevet solgt til bagmænd, som hun skulle afdrage en stor gæld til. Ivanna kan ikke søge et almindeligt job, da hun opholder sig illegalt i Danmark. Hun tør derfor heller ikke kontakte politiet, hvis ikke hun bliver behandlet ordentligt, fordi hun så vil blive udvist. Ivanna drømmer om, at hun en dag kan vende hjem og få et almindeligt job – og måske en uddannelse.*

Nedenstående figur viser, hvordan eksperimentet er gennemført, og illustrerer, at den eneste forskel mellem eksperimentgruppens og kontrolgruppens forløb gennem spørgeskemaet er den udarbejdede case og tidspunktet for blokken af holdningsspørgsmål. På denne måde er det muligt at isolere effekten af casen på mændenes holdninger, så eventuelle forskelle i holdninger mellem kontrolgruppe og eksperimentgruppe kan tilskrives casen.

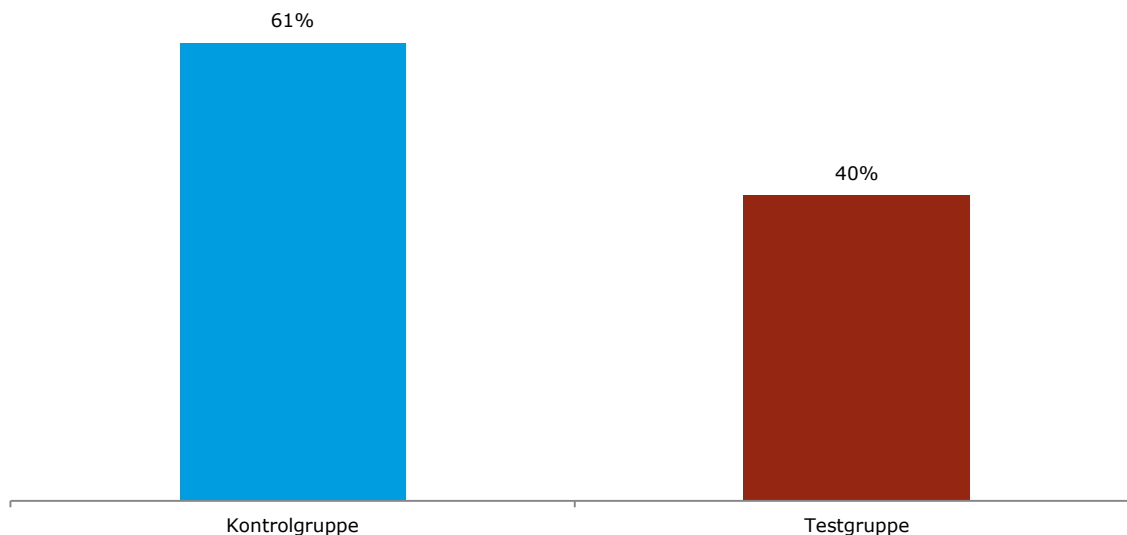
Figur 5-4 Illustration af eksperimentets struktur i spørgeskemaet



Figur 5-5 viser den generelle holdning til køb af sex blandt såvel kontrol- som testgruppen. Der er markant forskel mellem andelen af mænd i de to grupper, der mener, det er i orden at købe sex. Som tidligere nævnt er 61 pct. blandt kontrolgruppen i høj eller nogen grad enige, mens andelen blandt testgruppen er 21 procentpoint lavere, nemlig 40 pct. Figuren synliggør altså nogle entydige effekter af den modtagne information på mænds holdninger til prostitution, som

kun kan tilskrives den viden, halvdelen af mændene er blevet tilført gennem casen, samt den lejlighed de har haft til at reflektere over emnet 'prostitution' gennem spørgsmål om faktisk sexkøb samt argumenter for og imod.

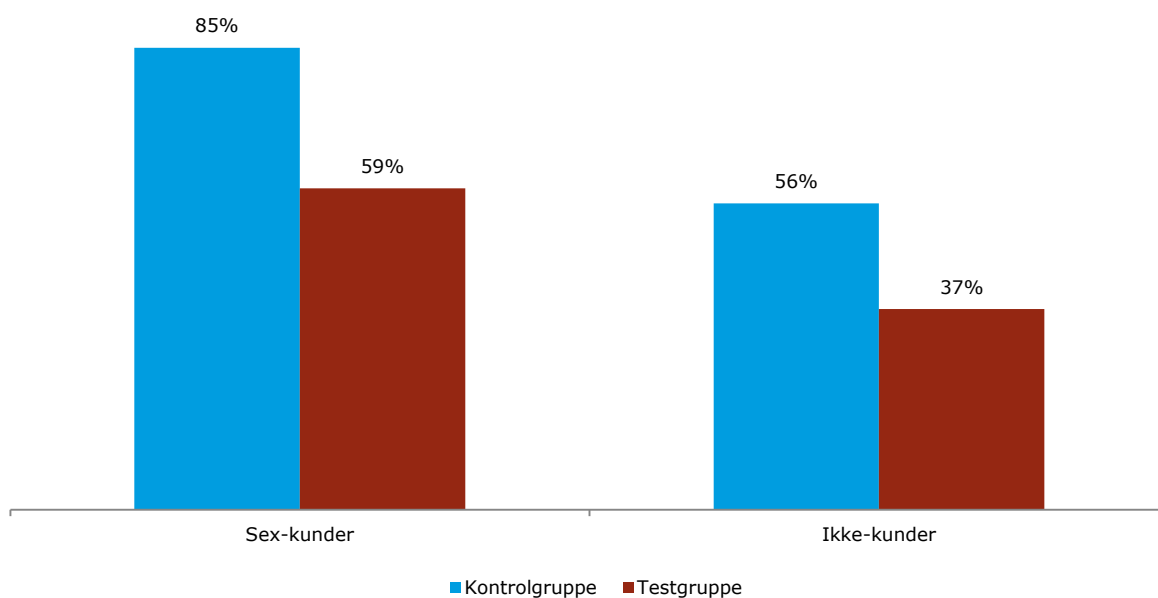
**Figur 5-5 Eksperiment – Markant mindre andel blandt testgruppen synes, det er i orden at købe sex**



Anmærkning: Andele blandt kontrolgruppe (n=3.710) og testgruppe (n=3.541), der har svaret 'I høj grad' eller 'I nogen grad' på spørgsmålet *Synes du - alt i alt - det er i orden at købe sex af en prostitueret?*

Hvor eksperimentet synliggør, at mænd kan påvirkes i deres holdninger til prostitution, kunne man have den forventning, at det ville være nemmere at ændre holdning hos de mænd, som aldrig har købt i forhold til de mænd, som har erfaring med købesex. Men som Figur 5-6 viser, lykkedes det i næsten lige så høj grad at påvirke sexkunder som ikke-kunder. Flere sex-kunder synes godt nok som udgangspunkt, at det er i orden at købe sex, men den relative ændring inden for gruppen af sexkunder er stor set lige så markant, som indenfor gruppen af ikke-kunder.

**Figur 5-6 Eksperiment – Nogenlunde lige stor effekt blandt sex-kunder og ikke-kunder**



Anmærkning: Andele, der har svaret 'I høj grad' eller 'I nogen grad' på spørgsmålet *Synes du - alt i alt - det er i orden at købe sex af en prostitueret?*  $n_{\text{kontrol, sex-kunder}}=537$ ,  $n_{\text{test, sex-kunder}}=546$ ,  $n_{\text{kontrol, ikke-kunder}}=3.173$ ,  $n_{\text{test, ikke-kunder}}=2.995$ .

## 6. HANDLEDE KVINDER

Kapitel 6 har til formål at beskrive sexkundernes holdninger til handlede kvinder. Nedenfor er de væsentligste konklusioner trukket frem.

### KONKLUSION

- Selvom flertallet af danske mænd (61 pct.) mener, at det i høj grad eller nogen grad er i orden at købe sex hos en prostitueret, er 69 pct. af de danske mænd enige eller meget enige i, at det er forkert at købe sex af handlede kvinder.
- Det vil sige, at syv ud af ti mænd mener, det er forkert at købe sex af handlede kvinder.
- Færre sexkunder, der foretrækker udenlandske prostituerede, mener, at det er forkert at købe sex af handlede kvinder.
- Færre sexkunder, der fortrækker udenlandske prostituerede, er afvisende overfor at købe sex af handlede kvinder.

Som beskrevet indledningsvist er det væsentligt at nævne, at man fra surveyforskningen ved, at respondenter typisk lægger en dæmper på deres reelle holdninger eller underdriver deres adfærdsmønstre, hvis de bliver spurgt om et emne, der er kontroversielt, ømtåleligt eller blot upopulært. Ligesom det derfor er rimeligt at antage, at en del af undersøgelsens deltagere ikke ærligt angiver et sexforbrug eller underdriver hyppigheden af forbruget, er det derfor også rimeligt at antage, at en del af undersøgelsens deltagere ikke ærligt angiver deres reelle holdninger til handlede kvinder. Det vil dog altid være et metodisk vilkår, hvorfor resultaterne, der præsenteres i dette afsnit, vurderes at være de bedst tilgængelige.

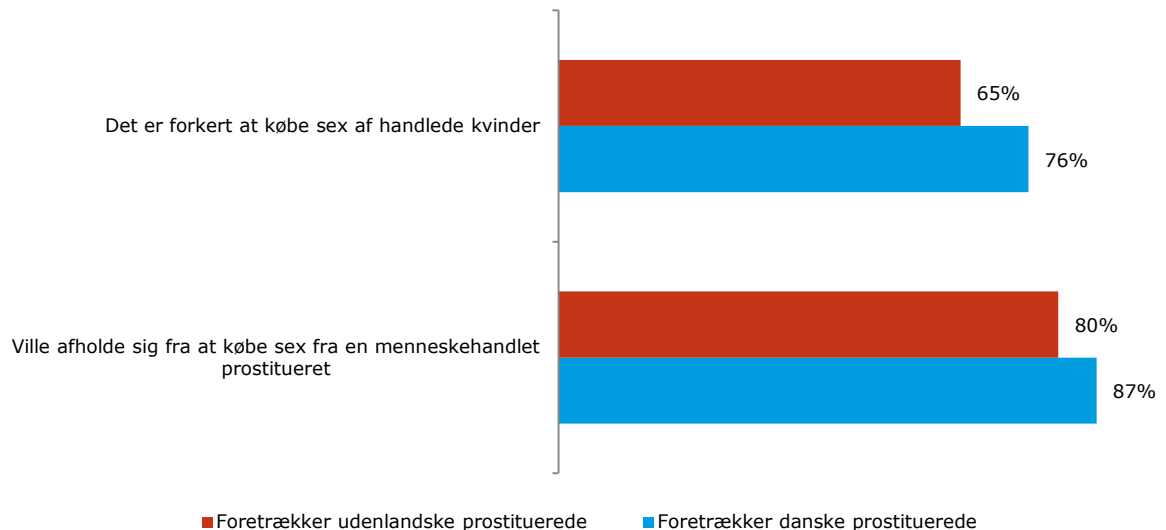
SFI's store kortlægning af prostitution i Danmark fra 2011 dokumenterede, at livssituationen for udenlandske kvinder, der arbejder inden for prostitution, adskiller sig markant negativt fra de danske prostitueredes situation. Flere har hverken opholds- eller arbejdstilladelse og konstant må de forholde sig til deres illegale tilstedeværelse. Handlen med kvinder vurderes i flere tilfælde at være organiseret af bagmænd, men med hensyn til decideret 'trafficking' har rapporten svært ved at drage konklusioner, da denne gruppe af kvinder er ekstremt svære at identificere. Rapporten finder dog indikationer på – herunder tegn på ufrivillighed og tvang – at der er handlede kvinder blandt de udenlandske prostituerede (SFI, 2011: s. 296).

I Danmark associeres gadeprostitution for en stor andels vedkommende med handlede kvinder, og resultaterne fra SFI's kortlægning af prostitutionsmiljøet viser, at der kan være noget om snakken. De udenlandske prostituerede er markant til stede i det danske prostitutionsmiljø, og de findes inden for de tre store prostitutionsarenaer; klinikker/bordeller, gadeprostitution og barprostitution. I rapporten fra 2011 har SFI forsøgt at lave estimater over antallet af prostituerede og herunder andelen af udlændinge. Estimaterne viser, at ca. 90 pct. af de gade prostituerede vurderes at være fra udlandet, lige som stort set alle prostituerede, der arbejder med barprostitutionen anslås at være udlændinge. På klinikker og bordeller vurderes det, at cirka halvdelen af de prostituerede indenfor den arena anslås at være udenlandske.

Blandt mændene i denne undersøgelse er holdningen til handlede kvinder ret entydig. Hovedparten af sexkunder finder det forkert at købe sex af handlede kvinder. Figuren nedenfor rummer dog en interessant nuancering af den tendens. Figuren illustrerer forskellen i holdninger til temaet mellem de mænd, som angiver, at de foretrækker udenlandske prostituerede, og de mænd som foretrækker danske kvinder. Resultaterne viser en signifikant forskel mellem de to grupper af sexkunder, hvor 76 pct. af mændene med præferencer for danske prostituerede synes, det er forkert at købe sex af handlede kvinder, så er det kun 65 pct. af de mænd, som foretrækker udenlandske kvinder, der er af samme holdning.

Forskellen mellem de to grupper af sexkunder gør sig også gældende på spørgsmålet om, hvorvidt man ville afholde sig fra at købe sex fra en menneskehandlet prostitueret – dog ikke i samme udtalte grad.

**Figur 6-1 Holdninger til handlede kvinder, alt efter foretrukken oprindelse af den prostituerede**

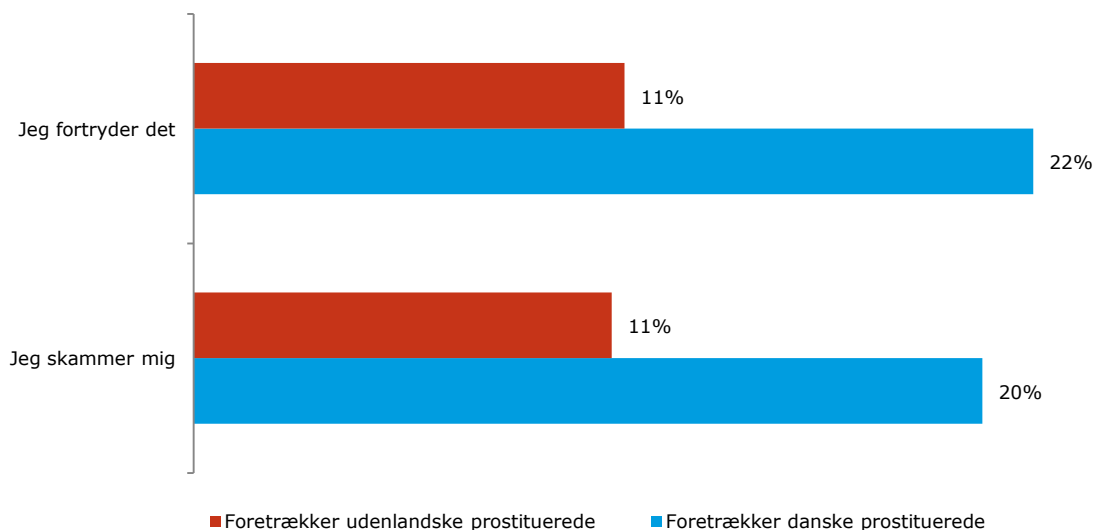


Anmærkning: Andele sexkunder (n=1.083), der 'I høj grad' eller 'I nogen grad' ville afholde sig fra at købe sex, hvis den prostituerede var menneskehandlet samt andele sexkunder i kontrolgruppen (n=537), der i høj grad eller i nogen grad er enige i, at det er forkert at købe sex af handlede kvinder.

Ser man på de samme to grupper af sexkunder – hhv. de som foretrækker udenlandske kvinder, og de som foretrækker danske – så er der også tydelig forskel på, hvordan de reagerer følelsesmæssigt på sexkøb. Blandt mænd, som foretrækker danske kvinder, er der ca. 20 pct., som efterfølgende fortryder sexhandlen, mens den samme følelse kun gør sig gældende for ca. 10 pct. af de mænd, som foretrækker udenlandske prostituerede.

Figur 6-2 illustrerer ovenstående pointe og viser også, at det samme mønster gør sig gældende i forhold til følelsen af skamfuldhed efter en sexhandel. Tallene viser altså, at der umiddelbart er mindre fortrydelse og mindre emotionel påvirkning hos de mænd, der foretrækker udenlandske kvinder.

**Figur 6-2 Typiske følelser i forbindelse med sexkøb, alt efter foretrukken oprindelse af den prostituerede**



Anmærkning: Andele sexkunder (n=1.083), der i høj grad eller i nogen grad skammer sig eller fortryder lige efter et sexkøb.

### 6.1 Generel afstandstagen til købesex med handlede kvinder

Som illustreret ovenfor, er den gennemgående tendens, at de fleste mænd mener, at det er forkert at købe sex af handlede kvinder. Dette underbygges af de kvalitative interview, hvor mange mænd er meget eksplicite omkring at tage afstand fra dette aspekt af prostitution. Mændene angiver, at de – af både moralske og fysiske grunde – ikke tror, at de ville kunne gennemføre et køb og modydelse, hvis de var bekendte med, at den prostituerede skulle være handlet. Det opfattes moralsk forkert at udnytte kvinder, som *åbenlyst* ikke selv har valgt det. I forhold til det fysiske aspekt, så foretrækker de fleste mænd – om ikke andet så i hvert en illusion om – at kvinden indgår i handlen af egen fri vilje. Der er også en udbredt opfattelse blandt mændene om, at man ville handle og fx gå til politiet, hvis man blev bekendt med sådanne forhold.

*"Det ville betyde noget for mig, hvis hun var handlet - det ville jeg have det dårligt med. Jeg ville have dårlig samvittighed, fordi hun ikke havde noget valg. [...] Jeg vil helst, at det skal være et valg, de har taget selv, og at de kan lide deres profession"* (interview med sexkunde).

Samtidig med denne stærke holdning til, at man ikke vil købe sig til sex hos handlede kvinder, er der også en række mænd fra de kvalitative interview, som i forlængelse af et sexkøb har gjort sig tanker om, hvorvidt den pågældende kvinde kunne være handlet. Det kunne være en mistanke afledt af, at kvinden åbenlyst har afleveret pengene videre efterfølgende, at kvinden har været for ivrig, ikke har været nærværende eller lignende.

Det er interessant, at flere mænd på den ene side har den stærke aversion mod at indgå i et sexkøb med handlede kvinder og regner med, at de let kan gennemskue kvindens motiver, for så efterfølgende at opleve usikkerhed omkring, hvorvidt kvinden var offer for menneskehandel. Flere mænd påpeger, at mange af de mest tydelige indikationer af, at en kvinde er handlet, først vil komme til syne efter købet.

Der opleves at være stor forskel på, i hvilket omfang frygten for at købe sex af en handlet kvinde fylder noget hos de interviewede mænd, men for langt de fleste, er det refleksioner, man i hvert fald på et eller andet tidspunkt har gjort sig.

*"Selvfølgelig tænker man på det. Det kan man ikke undgå, hvis man bare holder lidt øje med det, som skrives i medierne. Man er da bange for, at der er nogen, som er fanget i det på den grimme måde - nogen som ikke har andre udveje"* (interview med sexkunde)

Selv om de fleste mænd har tænkt tanken i forbindelse med et sexkøb, er det ikke alle, som har tillid til, at de ville kunne gennemskue det i situationen, hvis de var sammen med en handlet kvinde. For nogen mænd er det en udtalt frygt, og for andre mænd fylder usikkerheden ikke så meget.

*"Jeg skal ikke kunne sige, hvordan jeg ville have det i øjeblikket [ved mistanke om, at den prostituerede var handlet]. Men jeg ville nok ikke tænke over det midt i en fest. Måske ville jeg nok bagefter tænke lidt over det"* (interview med sexkunde).

For flere mænd er overvejelserne vedrørende handlede kvinder først blevet en bekymring i løbet af de senere år, hvilket flere tror, hænger sammen med, at medierne og omgivelserne i øvrigt har sat øget fokus på den prostitueredes vilkår – særligt med hensyn til trafficking.

De fleste mænd kan slet ikke forestille sig, at de – uden at vide det – har købt sex af en handlet kvinde, da de fleste angiver, at de kender faresignalerne. De kendetegn, som mændene forventer, at handlede kvinder vil have, er dels i kropssproget, hvis den prostituerede fremstår bange, forskræmt, presset eller afvisende for nærvær. Men det er også i forhold til hudfarve og prostitutionsarena, hvor de fleste mænd forventer, at risikoen er størst ved gadeprostitution.

*"Man kan nok ikke vurdere det, men man er forpligtet til at prøve at vurdere det. Der er ikke danske kvinder, som er handlede, derfor skal man holde fingrene fra udenlandske. Det er at spille russisk roulette med lovgivningen at gå til de udenlandske kvinder" (interview med sexkunde).*

*"Man kan ikke være sikker – kun fornemme det – når de står på et gadehjørne eller er i et escortbureau. Der er større risiko for, at dem på gadehjørnet er handlede" (interview med sexkunde).*

Generelt er de interviewede mænd meget refleksive omkring prostitution i det hele taget og også i forhold til spørgsmål relateret til køb af sex af handlede kvinder. Dog kredser refleksionerne oftere om deres egne risici ved køb af sex af handlede kvinder, bl.a. at de udfører en kriminell handling, eller at de får en dårlig oplevelse med sexkøbet.



## 7. SANDSYNLIGHED FOR FREMTIDIGT SEXKØB

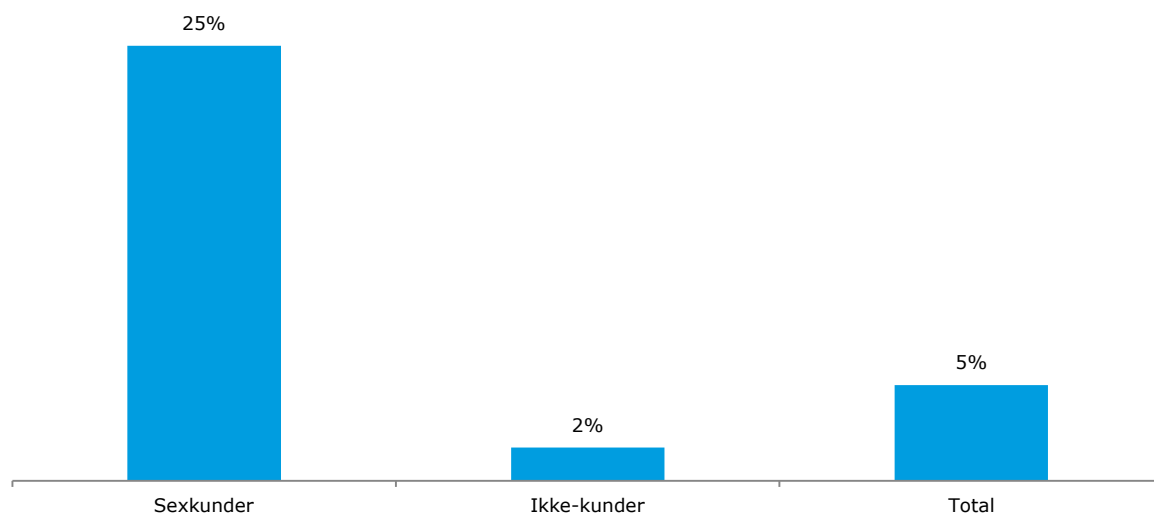
Dette kapitel handler om, hvad der påvirker sandsynligheden for, at sexkunder køber mere sex, og for at mænd uden erfaring med købesex bliver sexkunder. Dermed kaster kapitlet lys over, hvem de potentielle prostitutionskunder er. Såvel blandt sexkunder som ikke-kunder.

### KONSKLUSION

- Mænd, der har erfaring med købesex, har større sandsynlighed for at købe sex igen end mænd uden erfaring har for at købe sex for første gang. En mulig forklaring er, at det at købe sex første gang er en barriere, der skal overskrides, personlig og i forhold til sociale normer. Men har man først købt sex én gang, er det nemmere at gøre det igen.
- Storforbrugere har større sandsynlighed for at købe sex igen. Med andre ord stiger sandsynligheden for yderligere køb af sex, desto flere erfaringer med sexkøb en kunde har.
- Omvendt er købesex for nogle mænd stadig blot noget, der skal prøves en enkelt gang uden større sandsynlighed for yderligere sexkøb.
- Biologiske bevæggrunde synes at være de vigtigste drivkræfter for sexkunders fortsatte forbrug af seksuelle ydelser, om end såvel psykologiske som sociologiske også har betydning.
- For ikke-kunder synes bl.a. manglende opfyldt seksuelt behov at kunne øge sandsynligheden for at blive sexkunder.

Som det fremgår af 7-1, er det meget sandsynligt eller sandsynligt, at 5 pct. af den mandlige befolkning køber sex i fremtiden. Andelen er lavere end andelen af mænd med erfaring som sexkøbere (15,5 pct.), hvilket stemmer godt overens med, at en væsentlig del af sexkunderne udelukkende køber sex én gang.

Blandt sexkunderne angiver hver fjerde – 25 pct. – at det er meget sandsynligt eller sandsynligt, at de køber sex i fremtiden. Blandt ikke-kunder er denne andel væsentligt lavere, nemlig 2 pct. Det skaber et billede af, at er man først blevet sexkøber, så stiger sandsynligheden for, at man køber sex igen. Et billede, der bekræftes af de kvalitative interview, hvor flere interviewpersoner har fortalt om, at 'første gang' var en overvindelse, en barriere der skulle overskrides efter længere tids overvejelse, men at det herefter har været meget nemmere og virket meget mere naturligt at besøge en prostitueret, når behovet har vokset sig tilpas stort.

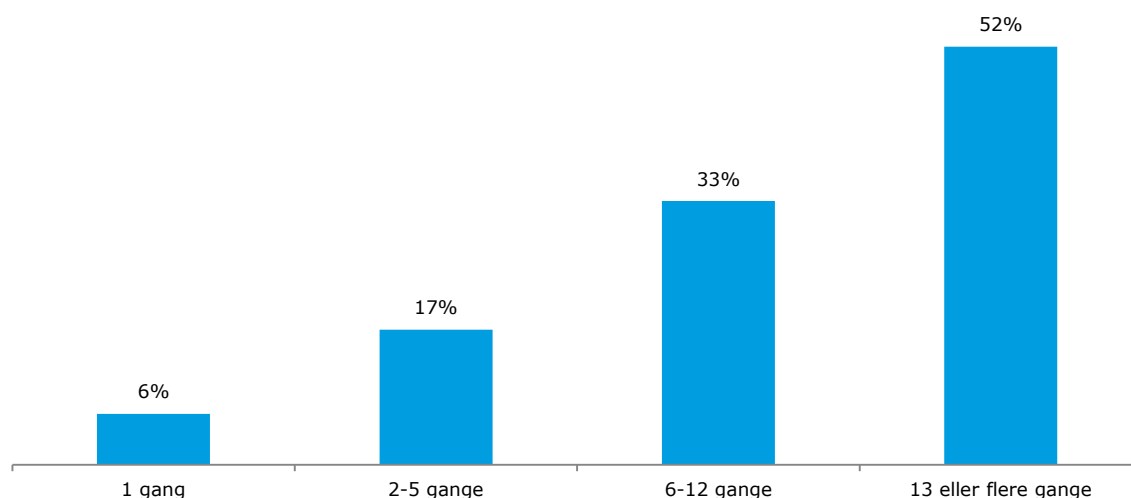
**Figur 7-1 Alle – Sandsynlighed for sexkøb i fremtiden**

Anmærkninger: n=7.251. Andele, der har svaret 'Meget sandsynligt' eller 'Sandsynligt' på spørgsmålet *Hvor sandsynligt er det, at du køber sex i fremtiden?*

### 7.1 Sexkunder – Desto flere sexkøb, desto større sandsynlighed for yderligere sexkøb

Figur 7-2 viser, at der er en entydig sammenhæng mellem mandens erfaring med sexkøb og sandsynligheden for, at manden fremadrettet vil benytte sig af muligheden for at købe sex. Blandt de mænd, som kun har ét enkelt sexkøb bag sig, vurderer 6 pct., at det er meget sandsynligt eller sandsynligt, at de fremadrettet vil købe sex igen. Hos de mænd, som har købt sex mere end 12 gange, er sandsynligheden for, at de vil købe igen mere end 50 pct. Hermed indikeres en form for inerti i sexkøbene for nogle kunder. Desto flere gange de besøger prostituerede, desto større bliver sandsynligheden for, de køber mere sex.

Udlægningen falder i tråd med enkelte interviewpersoners beretninger om, hvordan de er startet med at besøge prostituerede, måske nogle få gange om året til, at de er blevet regelmæssige sexkøbere.

**Figur 7-2 Sexkunder – Positiv sammenhæng mellem antal sexkøb og sandsynligheden for mere sexkøb**

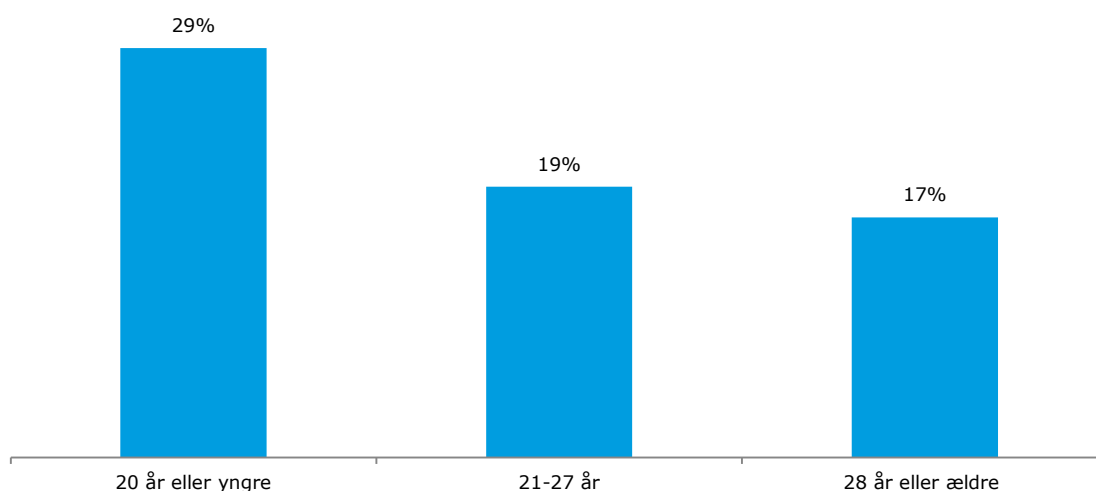
Anmærkning: n=1.083. Andele, der har svaret 'Meget sandsynligt' eller 'Sandsynligt' på spørgsmålet *Hvor sandsynligt er det, at du køber sex i fremtiden?* Svarene er fordelt på antal sexkøb i alt.

I forlængelse af ovenstående figur, er det ligeledes værd at bemærke, at der er en entydig sammenhæng mellem alderen for første erfaring med køb af sex og omfanget af erfaringer med

sekkøb. Blandt de mænd, hvor første sekkøb er foretaget i teenageårene, har omkring hver tredje (29 pct.) købt sex 13 gange eller flere, hvorimod 17 pct. af de mænd, der debuterer med sekkøb i en alder af 28 år eller ældre, har købt sex mere end 12 gange. Figuren nedenfor illustrerer sammenhængen mellem tidlig debut med sekkøb og omfanget af senere sekkøb.

Resultaterne viser altså ikke alene, at omfanget af erfaringer med sekkøb har en væsentlig betydning for den fremtidige sandsynlighed for at købe sex, de viser også, at der er en positiv sammenhæng mellem, hvor tidligt de første erfaringer med sekkøb er gjort og omfanget af de erfaringer, mændene senere gør sig.

**Figur 7-3 Sexkunder – Positiv sammenhæng mellem tidlig debut og mange sekkøb**

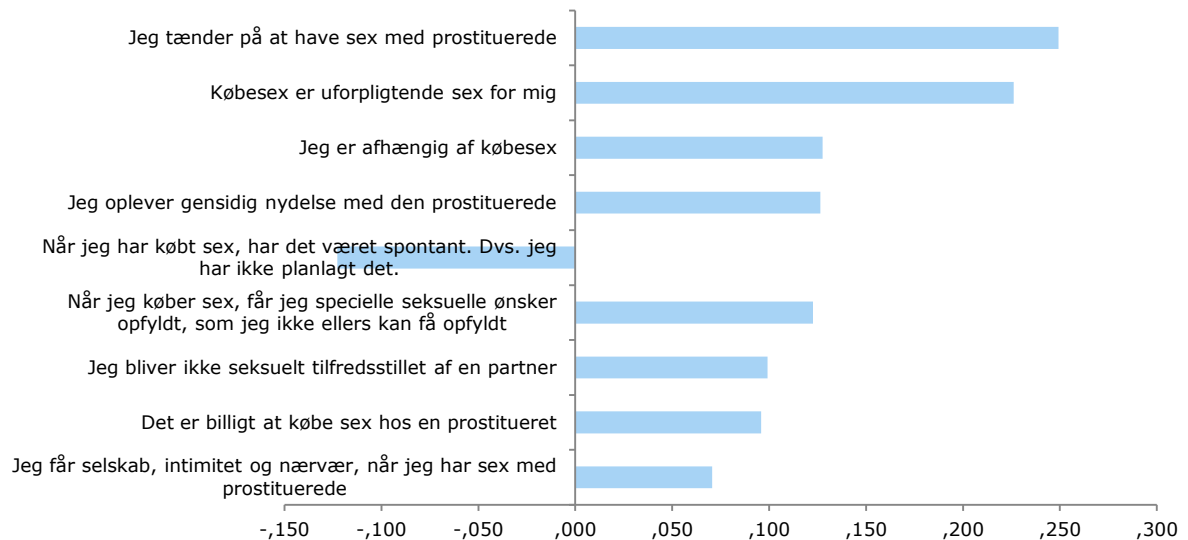


Anmærkning: n=1.083. Andel indenfor hver aldersgruppe, der har købt sex 13 eller flere gange.

## 7.2 Sexkunder – Det øger sandsynlighed for at købe mere sex

Der er som nævnt en tendens til, at mens nogle mænd blot skal prøve købesex en enkelt eller nogle få gange, så er der andre mænd, som fortsætter med at købe sex. Men hvad har betydning for, om en mand, der har prøvet købesex, fortsætter med yderligere besøg hos prostituerede? For at undersøge dette, er der lavet en statistisk model, der indeholder de forskellige biologiske, psykologiske og sociologiske bevæggrunde for sekkøb.

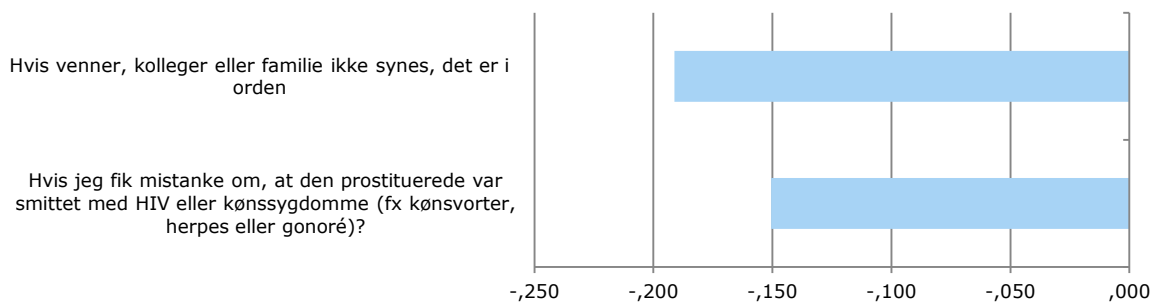
Nedenstående figur viser, hvilke bevæggrunde der statistisk har betydning for sexkundernes sandsynlighed for at købe yderlige seksuelle ydelser. Her fremgår det således, at prostitueredes seksuelle tiltrækning af sexkunderne, købesex' uforpligtende natur og kundernes afhængighed af købesex er de bevæggrunde der har væsentligst betydning. Således er de mest betydningsfulde bevæggrunde for eksisterende kunders fortsatte sekkøb af biologisk art, om end modellen også indeholder psykiske og sociologiske bevæggrunde. Dermed indikeres alle tre dimensioner at spille en rolle for fremtidigt sekkøb.

**Figur 7-4 Sexkunder – Betydningen af forskellige bevæggrunde for yderligere sexkøb**

Anmærkning: n=1.083. Lineær regressionsmodel (OLS) med signifikant F-test på  $p < 0,05$ -niveau og  $R^2_{\text{justeret}} = 0,42$ , som honorerer konventionelle robusthedstests. Kun signifikante og substantielt interessante  $\beta$ -koefficienter for bevæggrunde rapporteres i figuren. Dermed indeholder modellen flere bevæggrunde samt alle undersøgelsens socioøkonomiske baggrundsvariable som uddannelse, husstandsindkomst og alder.

### 7.3 Sexkunder – Det mindsker sandsynlighed for at købe mere sex

Ser man omvendt på, hvilke faktorer der mindsker sandsynligheden for at købe sex, så er der to faktorer, der har statistisk betydning. Den ene er omgangskredsens syn på købesex. Den anden er oplevelsen af sundhedsmæssige risici forbundet med sexkøbet.

**Figur 7-5 Sexkunder – Betydningen af forskellige bevæggrunde imod yderligere sexkøb**

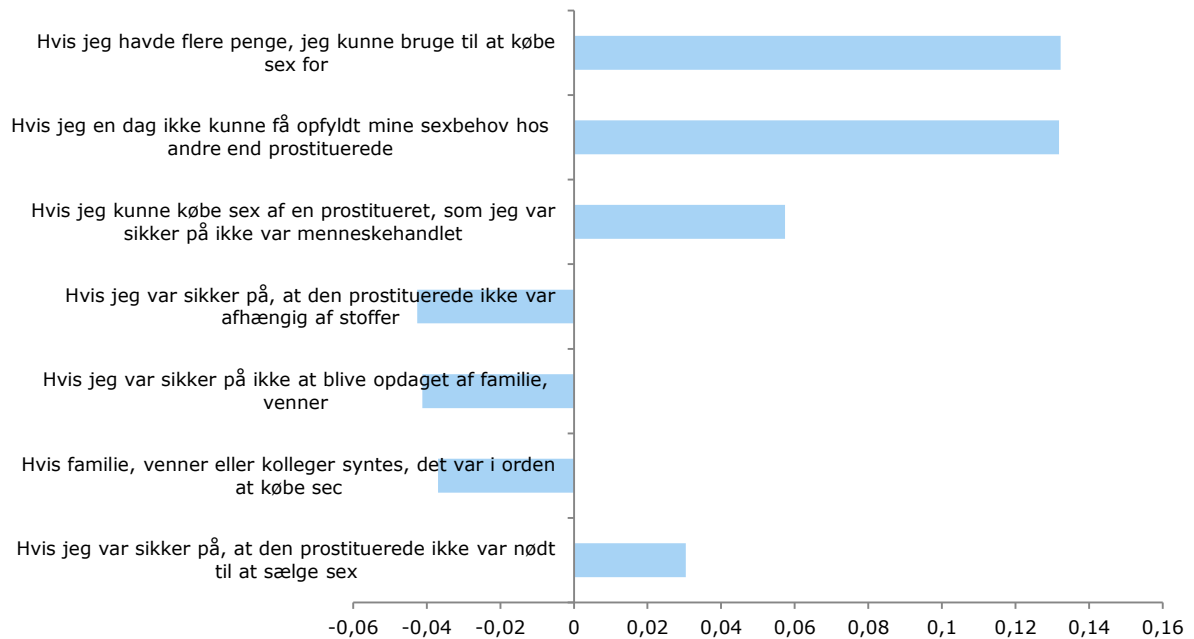
Anmærkning: n=1.083. Lineær regressionsmodel (OLS) med signifikant F-test på  $p < 0,05$ -niveau og  $R^2_{\text{justeret}} = 0,16$ , som honorerer konventionelle robusthedstests. Kun signifikante og substantielt interessante  $\beta$ -koefficienter for bevæggrunde rapporteres i figuren. Dermed indeholder modellen flere bevæggrunde samt alle undersøgelsens socioøkonomiske baggrundsvariable som uddannelse, husstandsindkomst og alder.

Når sexkunders forskellige bevæggrunde mod køb af sex analyseres *samtidig* i en statistisk model, har viden om, at den prostituerede er handlet, altså ikke signifikant betydning for yderligere sexkøb. Det samme fremgår af de kvalitative interview, hvor sexkunderne giver udtryk for at tage afstand fra sex med handlede kvinder, men ikke at handlede kvinder får dem til at stoppe med at købe sex i det hele taget.

### 7.4 Ikke-kunder – Det øger sandsynlighed for at købe sex

Blandt mænd uden erfaring med købesex viser resultaterne, at der er en række bevæggrunde, der kan øge sandsynligheden for, at de bliver sexkunder. Prisen på købesex er tilsyneladende et forhold, som betyder noget, men også angsten for at købe sex af en prostitueret, der er offer for menneskehandel har en betydning. Derudover kan manglende seksuel behovsindfrielse have øge sandsynligheden for, at en ikke-kunde køber sex for første gang.

Figur 7-6 Ikke-kunder – Betydningen af forskellige bevæggrunde for købesex

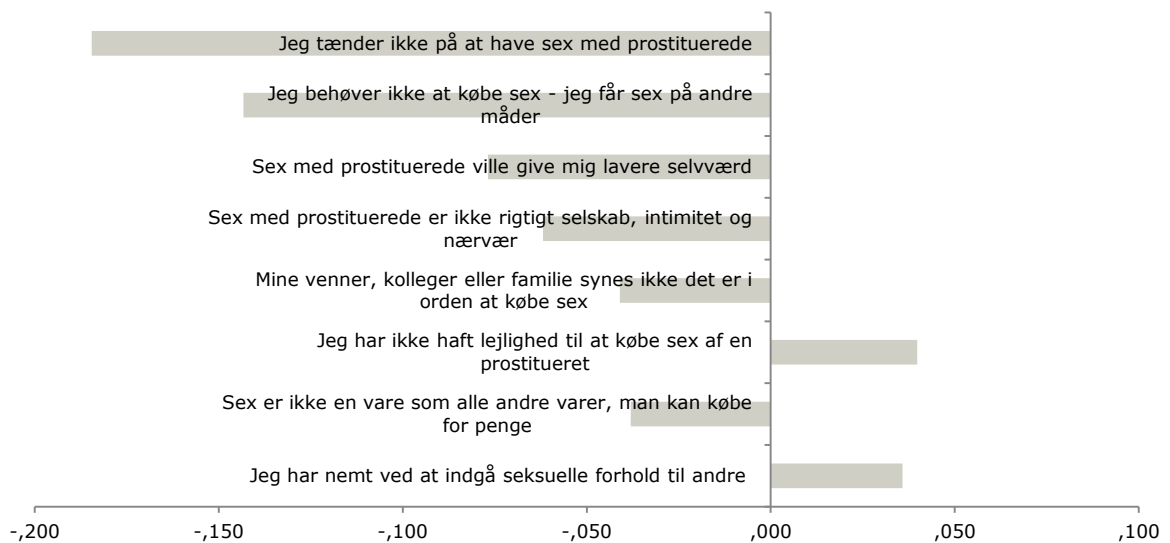


Anmærkning: n=1.686. Ikke-kunder, der har givet andre svar end 'Meget usandsynligt' på spørgsmålet *Hvor sandsynligt er det, at du køber sex i fremtiden?* Lineær regressionsmodel (OLS) med signifikant F-test på  $p < 0,05$ -niveau og  $R^2_{\text{justeret}} = 0,16$ , som honorerer konventionelle robusthedstests. Kun signifikante og substantielt interessante  $\beta$ -koefficienter for bevæggrunde rapporteres i figuren. Dermed indeholder modellen flere bevæggrunde samt alle undersøgelsens socioøkonomiske baggrundsvariable som uddannelse, husstandsindkomst og alder.

## 7.5 Ikke-kunder – Det mindsker sandsynlighed for at købe sex

Muligheden for at få indfriet sit behov på anden vis end gennem køb af sex er med til at mindske sandsynligheden for mænd uden erfaring med købesex. Derudover har det grundlæggende en negativ betydning for sandsynligheden for at købe sex, hvis man ikke tænder på købesex.

Figur 7-7 Ikke-kunder – Betydningen af forskellige bevæggrunde imod købesex



Anmærkning: n=6.168. Lineær regressionsmodel (OLS) med signifikant F-test på  $p < 0,05$ -niveau og  $R^2_{\text{justeret}} = 0,26$ , som honorerer konventionelle robusthedstests. Kun signifikante og substantielt interessante  $\beta$ -koefficienter for bevæggrunde rapporteres i figuren. Dermed indeholder modellen flere bevæggrunde samt alle undersøgelsens socioøkonomiske baggrundsvariable som uddannelse, husstandsindkomst og alder.

## **BILAG 1 DETALJERET METODEBESKRIVELSE**

## OVERORDNET METODISK DESIGN – KOMBINATION AF METODER

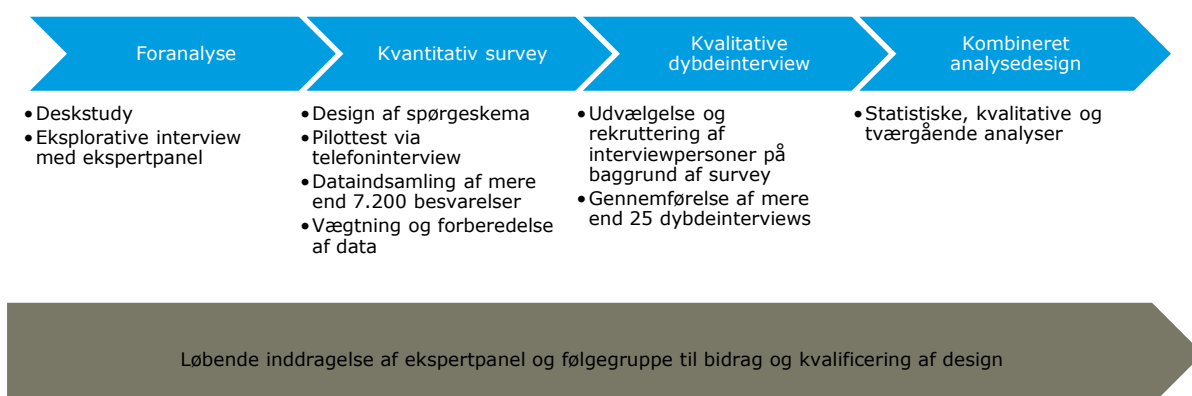
Dette bilag indeholder en detaljeret beskrivelse af kortlægningens metodiske design.

Kortlægningen indeholder en række forskellige elementer, hvoraf nogle primært belyses kvantitativt – fx estimering og socioøkonomiske beskrivelser – mens de fleste andre behandles såvel kvantitativt som kvalitativt, fx analyserne af årsagsforklaringer. På baggrund heraf består det metodiske design af følgende elementer: *For det første* en foranalyse og etablering af grundlaget for kortlægningens design via litteraturreview og eksplorative interview med ekspertpanel. *For andet* en kvantitativ survey med godt 7.200 repræsentative besvarelser fra danske mænd. *For det tredje* kvalitative interview med mere end 25 sexkunder. *For det fjerde* en analyse, der kombinerer de kvantitative og kvalitative data.

Det metodiske design er udviklet af Rambøll, men gennem kortlægningen har ekspertpanelet samt en tilknyttet følgegruppe løbende været inddraget for at bidrage til og kvalificere designet.

Designets forskellige elementer fremgår af nedenstående figur og beskrives udførligt hver for sig efterfølgende i bilaget.

**Bilagsfigur 1 Oversigt over det metodiske design**



## FORANALYSE OG ETABLERING

### Litteraturreview

Med henblik på at skabe et solidt fundament for surveyens spørgeskema, spørgeguiden til de kvalitative interviews samt i øvrigt skabe en tilstrækkelig indsigt i feltet er der først gennemført et litteraturreview af nogle af de væsentlige danske og internationale publikationer inden for området. Af tabellen nedenfor fremgår de titler, der har haft størst betydning for kortlægningen.

#### Bilagstabel 1 Anvendt litteratur

Cauduro, A. (2009) *Review of the Research Studies on the Demand for Prostitution in the European Union and Beyond I*  
Di Nicola et al. *Prostitution and Human Trafficking – Focus on the Clients*

Drenth J. & Slob A. (2004) "Netherlands and the Autonomous Dutch Antilles," i Eds. Francoeur & Noonan *Continuum Complete International Encyclopedia of Sexuality*

Hughes, D. et al. (2004) *Best Practices to Address the Demand Side of Sex Trafficking*

Järvinen, M. (1991) *Skal prostitution forebygges?*

Lyngbye (2000) *Mænd, der betaler kvinder*

Lautrup, C. (2005) *Det skal ikke bare være en krop mod krop-oplevelse. En sociologisk undersøgelse om prostitutionskunder*

Monto, M. (2000) *Focusing on the Clients of Street Prostitutes: A Creative Approach to Reducing Violence Against Women*

Månsson S. (2004) "Men's Practices in Prostitution and Their Implications for Social Work," i Sven-Axel Månsson and Clotilde Proveyer Cervantes (red.) *Social Work in Cuba and Sweden: Achievements and Prospects*

Regeringen (2011) *Handlingsplan til bekæmpelse af menneskehandel 2011-2014*

SFI (2011) *Prostitution i Danmark. En kortlægning.*

Shively, M, et al. (2012) *A National Overview of Prostitution and Sex Trafficking DEMAND Reduction Efforts*

Servicestyrelsen (2007) *Unge holdninger til prostitution*

Hertil kommer diverse artikler og kronikker

### Rekruttering af ekspertpanel og eksplorative interview med medlemmerne

På baggrund af litteraturreview og input fra følgegruppen er der rekrutteret et ekspertpanel bestående af fire eksperter, der beskæftiger sig professionelt med problemstillinger forbundet med prostitution, såvel forskningsmæssigt som praktisk. De fire eksperter – der fremgår af nedenstående tabel – har indledende deltaget i eksplorative interview, der har været med til at kvalificere spørgeskema og spørgeguide, som de også efterfølgende har kommenteret. Endvidere har ekspertpanelet kommenteret et udkast til rapporten samt deltaget i en workshop i forlængelse af rapporten om resultaterne og deres fremadrettede anvendelse på området.

#### Bilagstabel 2 Ekspertpanel

**Astrid Højgaard**, ledende overlæge med speciale i klinisk sexologi, gynækologi m.m., Aalborg Sygehus og lektor, Aalborg Universitet

**Gert Hald**, aut. Psykolog, ph.d., Institut for Folkesundhedsvidenskab, Enhed for medicinsk psykologi, Københavns Universitet

**Marianne Gutte**, sexolog, bl.a. med speciale i afhængighed af sexkøb, socialfaglig medarbejder, Competencecenter Prostitution, Socialstyrelsen

**Marco Vega**, Kompetenscenter Malmö



## KVANTITATIV SURVEY

### Udvikling af Spørgeskema

Udover at tage udgangspunkt i udbudsmaterialet og gennem dialog med ministeriet er spørgeskemaet udviklet med afsæt i litteraturreview samt input fra ekspertpanel og følgegruppe, der endvidere har kommenteret udkast af spørgeskemaet.

Det indeholder omkring 30 spørgsmål, der handler om kortlægningens forskellige temaer – sexkøb og karakteristik heraf, fremtidigt sexkøb, bevæggrunde for og imod sexkøb, behov for rådgivning samt holdninger til prostitution. Derudover måles deltagernes socioøkonomiske karakteristika og personlige forhold. Det maksimale antal af spørgsmål er fastlagt med henblik på, at lægge et loft over den samlede besvarelsestid for respondenterne, da lange spørgeskemaer som oftest leder til et væsentligt frafald under besvarelsen. Endvidere aftager kvaliteten af respondenternes svar løbende gennem et spørgeskema, desto længere det er.

Der er primært anvendt spørgsmål med lukkede svarkategorier – og i mange tilfælde graduerede svarskalaer. Som det fremgår nedenfor, skyldes dette et ønske om at skabe nogle indikatorer på et så højt måleniveau, at de kan anvendes i forskellige kvantitative analyser, herunder statistiske modeller.

En forsimplet oversigt af spørgeskemaets struktur og rutestyring fremgår af Bilagsfigur 2, mens de samlede spørgsmål samt deres svarfordelinger fremgår af Bilag 2 som frekvensfordelinger.

Når respondenter besvarer en survey, påvirkes deres svar af *konteksteffekter*, hvilket er de konkrete spørgsmålsformuleringer og introtekster, som respondenterne eksponeres for i deres rute gennem spørgeskemaer. For at sikre de mest hensigtsmæssige konteksteffekter i nærværende survey, er strukturen designet, så respondenterne indledningsvis har svaret på de spørgsmål, der kræver 'rene' eller upåvirkede svar fra. Efterfølgende har respondenterne besvaret spørgsmål, hvor der enten er antaget, at respondentens svar ikke har været påvirket af forudgående spørgsmål, eller hvor der er taget højde for, at der har været konteksteffekter.

Som en del af Bilagsfigur 2 er der fire forskellige ruter af spørgsmål gennem skemaet, dels afhængig af om den enkelte respondent er udvalgt til at være i kontrol- eller testgruppen for et såkaldt survey-eksperiment – som beskrives i det følgende – og dels afhængig af, om respondenterne har angivet at have erfaring med sexkøb eller ej.

### Survey-eksperimentet

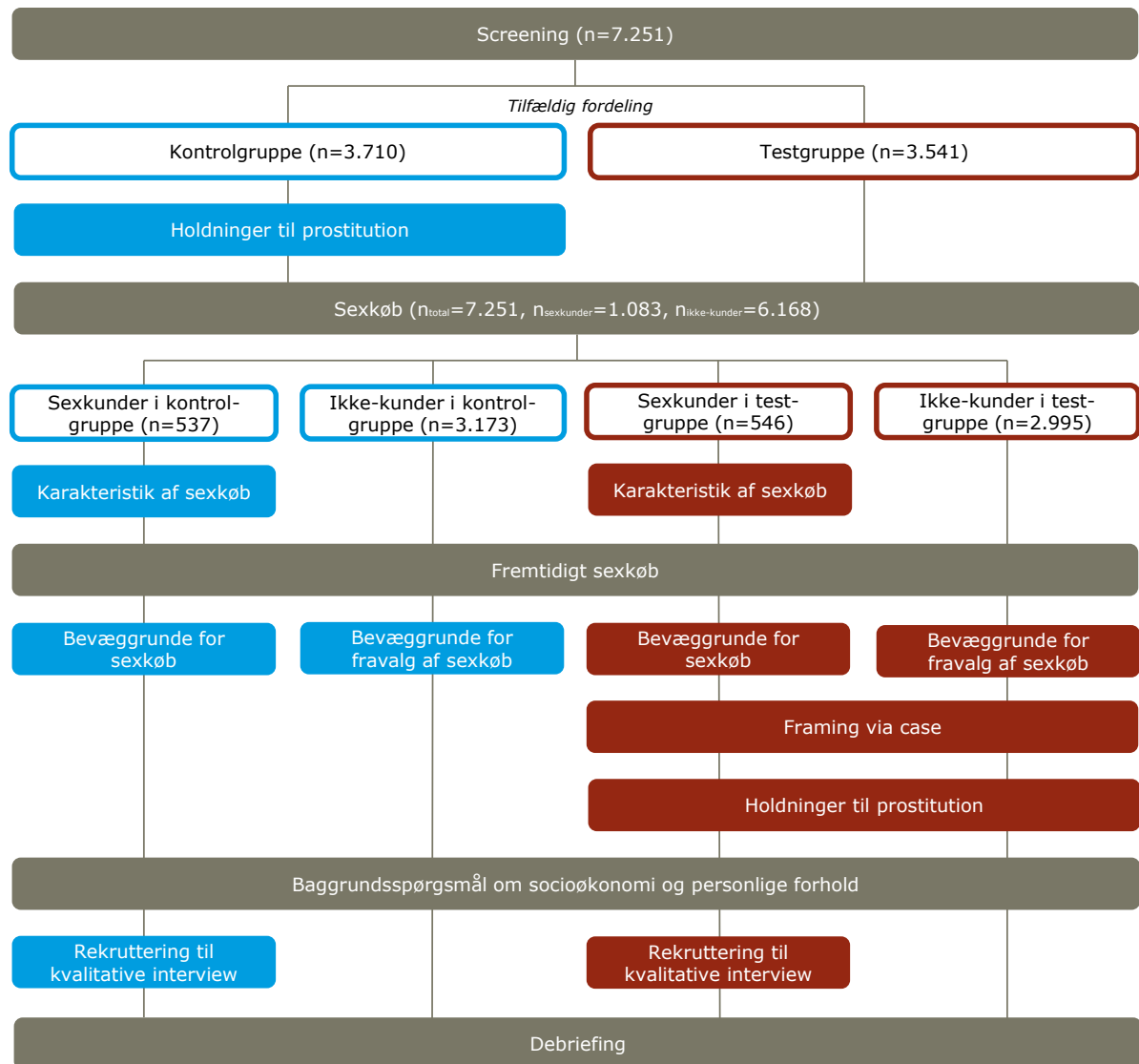
Survey-eksperimentet består i, at kontrolgruppen i starten af spørgeskemaet er blevet spurgt om deres overordnede syn på prostitution samt deres holdninger til købesex på en række mere konkrete områder, mens testgruppen først har fået spørgsmålene afslutningsvist i spørgeskemaet – efter de er præsenteret for følgende case:

*"Ivanna er 28 år og har, siden hun var 24 år, solgt sex i Danmark. Hun har tidligere solgt sex på gaden, men arbejder i dag på en massageklinik med en telefondame og vagt. I sit hjemland har Ivanna en søn på 5 år, som hun var nødt til at forlade for at kunne forsørge, og som hun sender penge hjem til hver måned. Ivanna blev lovet et job som rengøringsassistent af de mænd, der arrangerede hendes tur til Danmark. Men da hun kom til København, fandt hun i stedet ud af, at hun var blevet solgt til bagmænd, som hun skulle afdrage en stor gæld til. Ivanna kan ikke søge et almindeligt job, da hun opholder sig illegalt i Danmark. Hun tør derfor heller ikke kontakte politiet, hvis ikke hun bliver behandlet ordentligt, fordi hun så vil blive udvist. Ivanna drømmer om, at hun en dag kan vende hjem og få et almindeligt job – og måske en uddannelse."*

Ved at sammenligne svarene på holdningsspørgsmålene i analysen har det været muligt at måle den samlede effekt af to ting: For det første betydningen af at respondenterne har haft lejlighed til at reflektere over emnet prostitution ved at besvare en række spørgsmål, dvs. konteksteffekter. For det andet betydningen af den manipulation eller framing af respondenternes svar, der skabes ved at eksponere respondenterne for casen.

Resultaterne fra surveyeksperimentet fortæller derved noget om, hvorvidt mænds holdninger til prostitution kan ændres – i hvert fald på kort sigt – hvis de får lejlighed til at reflektere over emnet og på samme tid får stimuli.

Bilagsfigur 2 Forsimpleret Oversigt over spørgeskemaets struktur og rutestyringen af stikprøven



Kvaliteten af spørgeskemaet er testet gennem en række pilotinterview med sexkunder, rekrutteret gennem den ene af medlemmerne fra ekspertpanelet. Interviewene har indeholdt alle spørgsmål fra spørgeskemaet. Under pilotinterviewene er spørgsmålsformuleringer, spørgeskemaets struktur og undersøgelsens relevans blevet diskuteret. Pilotinterviewene har derved givet anledning til at lave en række præciseringer i spørgsmålsformuleringer eller introtekster, der antageligvis har bidraget til at øge validiteten af besvarelserne samt begrænset frafaldet af respondenter undervejs i spørgeskemaet.

### *Dimensionering af stikprøvestørrelse*

Antallet af respondenter er dimensioneret til at skabe et solidt datagrundlag for kortlægningens kvantitative analyser. Mere konkret sigter dimensioneringen på, at datagrundlaget gør det muligt at identificere statistisk sikre resultater for de fleste spørgsmål og forskelle på svarfordelinger mellem forskellige undergrupper. Endvidere sigter dimensioneringen på, at der er tilstrækkeligt mange respondenter til at lave robuste statistiske modeller. For at honorere disse krav, er der opstillet en målsætning om minimum 1.000 gennemførte interview med sexkunder.

På grundlag af litteraturreview og navnlig Lautrups undersøgelse fra 2005 – der såvel som denne bygger på panelsurvey – har antagelsen været, at 14 pct. af de danske mænd har erfaring med sexkøb. På grundlag af antagelsen om denne andel og ønsket om 1.000 svar fra sexkunder, har dataindsamlingen skullet resultere i ca. 7.150 svar ((1.000 svar/14 pct.) x 100 pct.). Som det fremgår af afsnittet om datafangsten, blev der indsamlet lidt flere svar, nemlig 7.251. Således viste antagelsen om andelen af sexkunder at være rigtig og valideres således af den nye survey.

### *Dataindsamling på internetpanel og udtrækning af stikprøve*

Dataindsamlingen er gennemført som webbaseret survey på et repræsentativt internetpanel. Nærmere betegnet er data indsamlet af analyseinstituttet Userneeds via udsendelse af spørgeskemaet på deres Danmarkspanel<sup>24</sup> i perioden 19. december 2012 til den 21. januar 2013. Af formidlingsmæssige årsager dateres dataindsamlingen til 2013 i rapporten, ligesom data antages at være fra 1. januar 2013 i beregninger, hvor andele ekstrapoleres op til faktiske antal i den mandlige befolkning under anvendelse af populationstræk fra Danmarks Statistik.

Motivationen for at indsamle data via et panel frem for eksempelvis en telefonisk dataindsamling består *for det første* i et ønske om at give respondenterne mulighed for at fortælle om meget personlige forhold på en diskret måde på valgfrie tidspunkter og uden at skulle gøre det direkte til en anden person. Det ville ellers være tilfældet, hvis data eksempelvis skulle indsamles via telefoninterview. Endvidere ville telefoninterview – ligesom spørgeskemaer udsendt til husstandsadresser – ikke kunne garantere diskretion i besvarelsessituationen. Hvis en respondent skal besvare spørgeskemaet pr. telefon, er der risiko for, at samtalen overhøres af resten af familien, og hvis en respondent modtager spørgeskemaet postalt, er der risiko for, at husstandens opdager det.

*For det andet* er valget af panelundersøgelse begrundet i et ønske om sammenlignelighed med Lautrups undersøgelse, der i lighed er gennemført på et panel.

*For det tredje* har ønsket om omkostningseffektiv dataindsamling vægtet.

Panelundersøgelser som denne har dog ikke udelukkende fordele i forhold til repræsentative undersøgelser. I forhold til telefoniske, postale og kombinerede dataindsamlinger er helt unge, ældre samt lavt uddannede typisk underrepræsenterede i webpaneler. De socioøkonomiske fordelinger på de indsamlede data har dog været relativt pæne, hvorfor det har været muligt at korrigere, så data kan betragtes som repræsentative (se mere herom nedenfor).

Undersøgelsen er gennemført blandt et repræsentativt udsnit af tilfældigt udvalgte 18-65 årige danske mænd på Userneeds' anbefaling. Det kunne have været valgt ikke at have nogen øvre aldersbegrænsning, men da der stort set ikke er nogen medlemmer over 65 år i de danske webpaneler, kunne deres – få – svar potentielt skævvride data relativt meget og herved skade repræsentativiteten væsentligt.

I dataindsamlingen er der tilstræbt en høj grad af deltagelse gennem en rykkerprocedure og monitorering af dataindsamlingens fremdrift. De personer, der er blevet inviteret til at deltage i undersøgelsen, men som ikke har besvaret den inden for en bestemt periode, har modtaget en påmindelse om vigtigheden af deres deltagelse i undersøgelsen. Grundet emnets sensitive karakter, understreges det derfor både i invitationsmailen og i spørgeskemaet, at man ved deltagelse i undersøgelsen er fuldkommen anonym. Dette for at tilstræbe højere deltagelse. Der er desuden blevet udloddet en iPad til deltagerne i håbet om at skabe et større incitament til at deltage – ikke mindst blandt de unge. Under dataindsamlingen er der observeret en under-

<sup>24</sup> Userneeds Danmarkspanel har eksisteret siden 2003 og indeholder 136.000 panelister

repræsentation af unge mellem 18 og 34 år, hvorfor denne gruppe har fået en ekstra påmindelsesmail.

### *Datafangst*

Userneeds har oplyst, at 10.175 respondenter har påbegyndt spørgeskemaet. Heraf honorerede 350 respondenter ikke screeningskriterierne til målgruppen og blev derfor frascreenet, hvilket fx skyldes, at de i spørgeskemaets første spørgsmål har angivet enten at være kvinder eller bo i udlandet. 1.381 af deltagerne blev frascreenet grundet fyldte kvoter. 1.193 gennemførte ikke besvarelsen, hvilket betyder, at der var et frafald på 11,7 pct. Tilbage er de 7.251 respondenter, der har besvaret spørgeskemaet i sin helhed, og som derfor udgør undersøgelsens samlede datagrundlag. Ud af de 7.251 er der 1.083 af respondenterne, der har angivet at have købt sex og dermed lever gruppen op til den forventede andel af sexkunder. Forskellige fuldførelsesrater er udregnet for undersøgelsen, hvilket giver et fornuftigt resultat på hhv. 71 pct. (kun gennemførte) og 88 pct. (alle der går i gang og afslutter, inklusiv kvotefuld og screenout).

Det store datagrundlag giver basis for, at man med relativt stor statistisk sikkerhed kan identificere forskelle mellem andele på de enkelte spørgsmåls svarfordelinger samt forskelle mellem sexkunder og ikke-sexkunder. Eksempelvis er den statistiske usikkerhed omkring en andel på 50 pct.  $\pm$  1,2 procentpoint og usikkerheden omkring en andel på 15,5 – svarende til den vægtede andel af sexkunder – er  $\pm$  0,8. Det var netop hensigten med dimensioneringen.

Af Bilagsfigur 2 fremgår en oversigt over sammensætningen af datagrundlaget.

### *Repræsentativitet og vægtning af data*

Userneeds har gennemført en frafaldsanalyse, der viser, at der ikke er nogen systematik i, hvilke personer der fravælger eller stopper en besvarelse. Men fordi unge og lavtuddannede er underrepræsenterede i de indsamlede data<sup>25</sup>, er der korrigeret for disse skævheder gennem en vægtning af data<sup>26</sup>, så repræsentativiteten i data ikke kompromitteres.

Mere konkret har Userneeds beregnet en vægt til data efter en metode, kaldet marginalvægtning, der foregår som en iterativ proces, hvor data vægtes på en variabel indtil stikprøven og populationen er identiske. Processen gentages, indtil der er konvergens mellem stikprøven og populationen på alle de ønskede variable, og indtil der er fundet en vægt til alle variable.

Webpaneler kritiseres, foruden underrepræsentationen af lavtuddannede, for, at de ikke indeholder rigtige arbejdere. Derfor har Userneeds leveret stamoplysninger på fagforeningsmedlemskab for en væsentlig del af deltagerne i surveyen. Medlemskab af fagforening er herefter grupperet efter Danmarks Statistiks hovedgruppering i LO-, FTF- og AC-medlemsskaber og sammenlignet med populationsfordelingen. Konklusionen er, at LO-medlemsskaber forventeligt er underrepræsenteret, men at de trods alt er pænt repræsenteret med 34 pct. af stikprøven. Endvidere er bekymringen om manglede deltagelse af rigtige arbejdere analyseret ved at gennemgå besvarelestidspunkterne for de lavtuddannede ud fra en antagelse om, at hvis alle besvarelsener er inddateret mellem fx 08.30 og 16.00 på hverdage, så er der formentlig ikke så god dækning blandt arbejdere, der typisk ikke har adgang til pc og internet i dagtimerne. Billedet er, at der er en jævn fordeling på dag- og aftentimer samt hverdage og weekender. Det understøtter tilstedeværelsen af arbejdere blandt de lavtuddannede.

Sammenfattende vurderes de vægtede data at udgøre et solidt grundlag for generelle konklusioner om den danske mandlige befolkning.

<sup>25</sup> At der er tale om underrepræsentation, er afgjort ved at sammenligne de indsamlede data med populationsfordelinger fra Danmarks Statistik på en række baggrundsvariable, herunder ved brug af  $\chi^2$ -tests. fordelingen for de indsamlede data på baggrundsvariable

<sup>26</sup> Her er der benyttet data fra Danmarks Statistik og følgende tabel er anvendt til at generere populationsfordelingerne: KRHFU1: Befolkningens højeste fuldførte uddannelse efter område, herkomst, uddannelse alder og køn.

### Faktoranalyse

I surveyen måles betydningen af en række bevæggrunde for, at sexkunder køber sex. På baggrund af litteraturen er de konkrete bevæggrunde operationaliseret inden for tre dimensioner – biologiske, psykologiske og sociologiske bevæggrunde. For at validere denne inddeling er der gennemført en faktoranalyse til at fastlægge den empiriske dimensionalitet blandt bevæggrundene. Konkret er der anvendt en såkaldt principal-komponentanalyse med oblik rotation, og der er udelukkende udtrukket dimensioner – eller faktorer – med Eigenvalues over 1, ligesom der kun er medtaget bevæggrunde med faktorloadings på over 0,4.

### Klyngeanalyse

For at afgrænse nogle få homogene grupper af respondenter i data til beskrivelsen af sexkunder og til målretning af rekrutteringen af kvalitative interviewpersoner gennemføres en klyngeanalyse af typen Two-Step Cluster. Den udtrækker dog ikke stærke klynger, hvilket er et tegn på, at sexkunderne ikke er så stærkt segmenterede. De adskiller sig statistisk ikke væsentligt fra hinanden.

### Statistiske modeller

Foruden deskriptive analyser er der specificeret en række statistiske modeller til at analysere forskellige sammenhænge i data. De estimerer den *samtidige* betydning af nogle sammenhænge – fx mellem bevæggrunde for/imod sexkøb og faktisk sexkøb – *kontrolleret* for socioøkonomiske baggrundsfaktorer. Herved skaber de et billede af nogle 'rene' sammenhænge, der ikke blot skyldes socioøkonomiske forhold. Mere konkret er der anvendt to typer modeller:

Ved analyser af kategoriske afhængige variable, fx sexkunde/ikke-kunde, er der anvendt binære logistiske regressionsmodeller, der kan beskrives ved følgende formel:

---

Ved analyser af antaget intervallskalerede afhængige variable, fx sandsynligheden for fremtidigt sexkøb, er der anvendt multiple lineære regressionsmodeller, estimeret via OLS, som kan beskrives ved følgende formel:

De lineære modellers robusthed er testet for følgende modelantagelser for at sikre holdbare estimater:

- *Linearitet i parametrene* (der skal forekomme en rimelig grad af linearitet i sammenhængene mellem den afhængige og hver af de uafhængige variable)
- *Normalfordelte standardfejl*
- *Homoskedasticitet* (standardfejlene skal have konstant varians på de uafhængige variable)
- *Multikolaritet* (Der må ikke forekomme en stærk indbyrdes sammenhæng mellem de uafhængige variable)

I analysen af statistiske modeller er der anvendt et signifikansniveau på  $\alpha=0,05$ .

## KVALITATIV INTERVIEWUNDERSØGELSE BLANDT SEXKUNDER

### *Design af spørgeguide*

Overordnet er tilgangen i den kvalitative dataindsamling inspireret af den såkaldte biografiske metode, hvor interviewsituationen skaber rammerne for, at interviewpersonerne fortæller om de dele af deres livshistorie, der knytter sig til sexkøb. Ved at fokusere på det biografiske arbejde og de copingstrategier, interviewpersonerne benytter sig af i interviewsituationen, gives mulighed for at nå de bagvedliggende årsagerne til den enkelte informants brug af prostituerede samt at belyse og søge forklaringer på de tanker og holdninger, informanten har til sexkøb generelt og specifikt i forhold til handlede kvinder.

Spørgguiden er udviklet med udgangspunkt i litteraturreview samt input fra ekspertpanel og følgegruppe, som efterfølgende også har kommenteret den. Endvidere er spørgguiden pilottestet gennem nogle få interview med sexkunder, hvilket har givet anledning til mindre tilpasninger.

### *Udvælgelse og rekruttering af interviewpersoner*

Rekrutteringen af sexkunder til de dybdegående kvalitative interviews er foregået gennem den gennemførte survey. Ved afslutningen af surveyen har sexkunder haft mulighed for at tilkendegive interesse for at deltage i et telefoninterview. Blandt de 1.083 sexkunder har 120 mænd udvist interesse for deltagelse i et interview samt angivet kontaktoplysninger, tidsrum for mulig kontakt mm.

Udvælgelsen af de 28 interviewpersoner, der har deltaget i kvalitative interview, har taget udgangspunkt i en segmentering af sexkunderne i få grupper, der er homogene i forhold til deres sexkøb og en række baggrundsforhold.

Afgrænsningen af segmenterne bygger i første omgang på eksisterende viden om forskellige typer af prostitutionskunder, hvorudfra vi har udledt en række faktuelle variable, der kan beskrive forskellige typer af prostitutionskunder. Det drejer sig om:

- *Hyppighed af sexkøb*  
Resultater af Claus Lautrups undersøgelse viste bl.a. en polarisering mellem kunder med få sexkøb og kunder med mange sexkøb (Lautrup, 2005<sup>27</sup>).
- *Civilstatus*  
Derudover identificerede Lautrup tre kundetyper med forskellige bevæggrunde for at købe sex: De *eksperimenterende* mænd som den store gruppe af mænd, der har købt sex én eller få gange. Mændene i kundekategorierne *storforbrugere/parforhold* lever i parforhold og køber sex på regelmæssig basis. *Storforbrugere/enlige*, der lever alene og køber sex regelmæssigt.
- *Socioøkonomiske baggrundsvariable (uddannelse, indkomst, beskæftigelse)*  
Endvidere dokumenterede undersøgelsen også, at der blandt sexkøberne i Danmark er en vis overrepræsentation af faglærte og ufaglærte samt selvstændige.

Dernæst er der fortaget en empirisk afgrænsning af segmenteringen på baggrund af analyser af ovenstående variable i de 1.083 besvarelser fra sexkunder. Mere konkret er der gennemført en gennemgang af svarfordelinger blandt sexkunder samt en statistisk klyngeanalyse<sup>28</sup>. Klyngeanalysen har udtrukket fire klynger af sexkunder, der ligner hinanden. Statistisk set er segmenterne dog ikke stærke. Men de to variable, der betyder mest for udtrækningen af klyngerne, er hhv. hyppigheden af sexkøb og civilstatus. Dermed er der klare paralleller mellem udtrækningen af klynger og de tre kundetyper, som Claus Lautrup identificerede i sin undersøgelse, nemlig *storforbrugere/parforhold*, *storforbrugere/enlige* og *eksperimenterende med én eller få kundeerfaringer*.

<sup>27</sup> Undersøgelsen: *Det skal ikke bare være en krop mod krop oplevelse*.

<sup>28</sup> Der er anvendt en såkaldt twostep cluster analysis, der udtrækker det antal klynger af respondenter, der er mest homogene i forhold til deres svar eller værdier på en række specificerede variable.

Afgrænsningen af segmenter er pragmatisk og retter sig mod en praktisk mulig rekruttering af interviewpersoner. Segmenteringen – som fremgår af Bilagstabel 3 – resulterer i fire segmenter, som har struktureret rekrutteringen til interviewene.

**Bilagstabel 3 Fordeling af respondenter på de fire segmenter**

		Civilstatus	
		Samlevende/gift	Enlig
Hyppighed for sexkøb	Ofte	Segment 1 n=6	Segment 3 n=6
	Sjældent	Segment 2 n=9	Segment 4 n=7

Anmærkning: Ofte er defineret ved seks eller flere sexkøb, mens sjældent er defineret ved fem eller færre sexkøb.

Foruden en fordeling på Lautrups segmenter er der tilstræbt en vis variation på flere andre relevante baggrundsvariable (herunder informantens alder, alder ved første sexkøb, landsdel for bopæl, uddannelse, beskæftigelse, indkomst og arena for sexkøb).

Dette forholdsvist høje antal baggrundsvariable med krav om spredning inden for hver er medtaget med henblik på at undgå, at tendenser kan tilskrives et særlig karakteristika hos respondenterne eller m.a.o. at undgå systematiske skævheder blandt de udvalgte respondenter.

#### *Særligt om interviewpersonernes alder*

Gennemsnitsalderen er forholdsvis høj blandt de respondenter, som har tilkendegivet interesse for at deltage i det kvalitative interview. Dette kan skyldes, at man med alderen bliver mere komfortabel og afslappet omkring de valg, man har taget i livet og dermed også lettere kan tale åbent herom. En anden mulighed er, at de yngre kan have svært ved at finde lejlighed til at gennemføre et interview eller føler sig mere stigmatiseret. For at imødekomme denne om end svage skævhed, er der udvalgt er par respondenter primært på baggrund af deres unge alder, og sekundært på baggrund af øvrige baggrundsvariable som tidligere beskrevet.

#### *Fleksibilitet ved interview*

For at imødekomme de barrierer, som kan forhindre en bred rekruttering af respondenter, har respondenterne selv kunne vælge en række omstændigheder for interviewet, som de måtte finde bejlige og komfortable i henhold til deltagelse.

For det første har respondenterne kunne vælge, om de ville interviewes af en mand eller kvinde. At kunne vælge køn på interviewer imødekommer de barrierer, som kan være forbundet med kønsrelaterede forhold, som eksempelvis fordomme ved at tale om følelser med andre mænd eller trygheden ved at tale med en af eget køn. For det andet er der tilbudt to fleksible kontaktmuligheder. Respondenterne har kunnet vælge imellem at blive ringet op på et angivet nummer, på et aftalt tidspunkt eller modtage et nummer på den pågældende konsulent, respondenterne selv kunne kontakte. Sidstnævnte tjener tre formål. For det først er det en måde at være imødekommende og indrette sig efter respondentens omgivelser. Det andet formål er et tilbyde en høj grad af anonymitet ved at respondenterne ikke skal opgive et nummer. Det tredje formål er at imødekomme det forhold, at emnet kan være kontroversielt, hvilket kan medføre, at det kan være særligt hensigtsmæssigt, at respondenterne selv kan styre, hvornår interviewet præcist skal finde sted og ikke skal risikere at "blive fanget på et forkert tidspunkt". Af samme årsag har nogle interview fundet sted i arbejdstiden, mens andre interview har fundet sted om aftenen.

#### *Temaer i interview*

Det kvalitative interview har, som tidligere nævnt, til hensigt gå i dybden med de udvalgte mænds fortællinger, bevæggrunde og holdninger til køb af sex. Herved ønskes også at søge

forklaringer på de kvantitative mønstre og at komme bag om deres syn på prostituerede og dermed opnå indsigt i hvilke faktorer, der kan påvirke dem til at købe sex eller fremover undlade at købe sex. Derfor er interviewet tilrettelagt som et semistruktureret interview. Det semistrukturerede interview gør det muligt både at analysere tendenser på tværs og samtidig ikke afskære muligheden for at respondenterne kan præge interviewet med egne erfaringer og dermed ikke miste individuelle forhold og særlige omstændigheder.

Interviewguiden er således designet med henblik på at opnå ovenstående mål, men også at imødekomme mulige barrierer og fejlkilder, som er forbundet med det kvalitative analysedesign. Interviewet indledes med en speak, hvor respondenterne sættes ind i baggrunden for interviewet; at udarbejde en kortlægning af prostitutionsefterspørgslen i Danmark. Respondenten bliver oplyst om, at der hidtil ikke forelægger meget dokumenteret viden på feltet, herunder hvem som køber sex, hvorfor og hvilke tanker kunden gør sig om prostitution, hvorfor Rambøll ønsker at få indblik i, hvilke tanker og holdninger der ligger til grund for respondentens valg om at købe sex. Det gøres klart for respondenterne, at interviewerene ikke har noget moralsk standpunkt og blot ønsker at få indblik i de forhold, som berøres i interviewet og dermed opnå ny viden på området. Endeligt understreges det, at interview vil være anonymt og behandles med høj diskretion.

#### *Den indledende fortælling/den narrative fortælling*

Selve interviewet er tilrettelagt således, at respondenterne indledningsvis bliver bedt om at beskrive første gang, vedkommende traf beslutningen om at købe sex. Denne narrative tilgang skal henlede respondenterne på at give en fortælling om sexkøbet ved brug af egne begreber, ord og billeder. Dernæst er denne tilgang fordelagtig, idet respondenterne kan give upåvirkede svar, da øvrige spørgsmål endnu ikke har haft mulighed for at influere på respondentens svar. Efter respondentens indledende fortælling om sexkøbet går interviewet over til mere konkrete spørgsmål.

#### *Interviewereffekt*

Ved dette komplekse og for nogen kontroversielle emne har forhold vedrørende interviewereffekt været nødvendige at overveje. Interviewereffekten kan i værste fald påvirke undersøgelsesresultaterne på en negativ måde, hvorfor denne påvirkning må tilstræbes at minimeres.

Rækkefølgen på spørgsmålene i interviewet er tilrettelagt med henblik på at begrænse interviewereffekten. Også derfor indledes interviewet med respondentens indledende fortælling. De spørgsmål, som har størst risiko for at påvirke respondenternes svar ved at have normative eller meget personlige elementer, stilles som nævnt sidst i interviewet.

Alle interview er gennemført som telefoninterview, hvilket i sig selv begrænser en effekt sammenlignet med et interview, hvor mødet er fysisk. Dernæst medfører telefoninterviewet færre konteksteffekter, ved at respondenterne selv befinder sig i vante omgivelser, foruden respondenterne i sig selv har mulighed for at se interviewerene og vurdere deres person. Respondenternes mulighed for at vælge køn hos interviewerene er særligt vigtigt for dette emne fundet vigtigt i henhold til at begrænse en interviewereffekt. Fem mænd har benyttet mulighed for at blive interviewet af en kvinde, mens de øvrige har givet udtryk for, at kønnet på interview ikke havde relevans. Ingen har valgt, at interviewet skulle foretages af en mand. Ca. halvdelen af interviewene er fortaget af en kvinde, mens den øvrige halvdel er fortaget af en mand. Der er i analysen ikke indikationer på, at der skal være systematiske forskelle i de svar, som respondenterne oplyser afhængigt af interviewerens køn.



### Bilagstabel 4 Segment 1

Anmærkning: Data er angivet i forbindelse med surveyen. Uddannelser er operationaliseret som følger: Lang videregående uddannelse (fx gymnasielærer, økonom eller læge), Mellemlang videregående eller professionsbachelor (fx lærer, diplomingeniør eller sygeplejerske), Kort videregående (fx datamatiker, markedsføringsøkonom eller laborant), Bachelor (fx første del af en lang videregående uddannelse), Erhvervsfaglig (fx tømrer, frisør eller kontorassistent), Grundskole (folkeskole, privatskole, efterskole). Samme anmærkning gælder.

	Sex købt i alt	Alder, år	Region	Uddannelse	Beskæftigelse	Hvor det første købt er fundet sted	Debutalder, år
IP 1	6-12	51+	Sjælland	Lang videregående uddannelse	Selvstændig	Både i DK og udlandet	18
IP 2	13-50	51+	Syddanmark	Grundskole	Arbejdsløs	Kun i udlandet	17
IP 3	51-100	36-50	Syddanmark	Erhvervsfaglig	Faglært arbejder	Både i DK og udlandet	18
IP 4	101-200	51+	Sjælland	Lang videregående uddannelse	Højere funktionær	Kun i DK	28
IP 5	13-50	36-50	Midtjylland	Erhvervsfaglig	Højere funktionær	Både i DK og udlandet	40
IP 6	13-50	36-50	Syddanmark	Mellemlang videregående eller professionsbachelor	Faglært arbejder	Både i DK og udlandet	22

### Bilagstabel 5 Segment 2

	Sex købt i alt	Alder, år	Region	Uddannelse	Beskæftigelse	Hvor det første købt er fundet sted	Debutalder, år
IP 7	1	18-35	Sjælland	Gymnasium, HF eller studenterkursus	Ufaglært arbejder	Kun i DK	22
IP 8	2-5	51+	Hovedstaden	Lang videregående uddannelse	Selvstændig	Både i DK og udlandet	50
IP 9	2-5	51+	Nordjylland	Lang videregående uddannelse	Lavere funktionær	Kun i DK	22
IP 10	2-5	36-50	Hovedstaden	Bachelor	Selvstændig	Både i DK og udlandet	24
IP 11	2-5	51+	Hovedstaden	Grundskole	Pensionist, efterlønsmodtager, førtidspensionist eller lignende	Kun i udlandet	Missing
IP 12	1	51+	Midtjylland	Mellemlang videregående eller professionsbachelor	Højere funktionær	Kun i udlandet	30
IP 13	2-5	51+	Syddanmark	Kort videregående	Under uddannelse	Kun i DK	28
IP 14	2-5	18-35	Hovedstaden	Gymnasium, HF eller studenterkursus	Under uddannelse	Både i DK og udlandet	22
IP 15	1	28	Midtjylland	Mellemlang videregående eller professionsbachelor	Faglært arbejder	Kun i DK	21

Bilagstabel 6 Segment 3

	Sex købt i alt	Alder, år	Region	Uddannelse	Beskæftigelse	Hvor det første købt er fundet sted	Debutalder, år
IP 16	6-12	36-50	Nordjylland	Mellemlang videregående eller professionsbachelor	Højere funktionær	Kun i DK	32
IP 17	6-12	36-50	Syddanmark	Kort videregående	Lavere funktionær	Både i DK og udlandet	27
IP 18	6-12	18-35	Hovedstaden	Mellemlang videregående eller professionsbachelor	Lavere funktionær	Både i DK og udlandet	22
IP 19	13-50	36-50	Hovedstaden	Erhvervsfaglig	Ufaglært arbejder	Kun i udlandet	25
IP 20	6-12	51+	Hovedstaden	Kort videregående	Lavere funktionær	Både i DK og udlandet	Missing
IP 21	51-100	36-50	Hovedstaden	Erhvervsfaglig	Ufaglært arbejder	Kun i udlandet	20

Bilagstabel 7 Segment 4

	Sex købt i alt	Alder(år)	Region	Uddannelse	Beskæftigelse	Hvor det første købt er fundet sted	Debutalder(år)
IP 22	2-5	51+	Midtjylland	Erhvervsfaglig	Pensionist, efterlønsmodtager, førtidspensionist eller lignende	Kun i DK	57
IP 23	2-5	36-50	Syddanmark	Mellemlang videregående eller professionsbachelor	Faglært arbejder	Kun i udlandet	21
IP 24	2-5	51+	Sjælland	Lang videregående uddannelse	Højere funktionær	Kun i DK	22
IP 25	2-5	51+	Hovedstaden	Erhvervsfaglig	Pensionist, efterlønsmodtager, førtidspensionist eller lignende	Kun i udlandet	18
IP 26	2-5	51+	Midtjylland	Erhvervsfaglig	Faglært arbejder	Kun i DK	32
IP 27	1	36-50	Syddanmark	Bachelor	Arbejdsløs	Kun i udlandet	21
IP 28	1	36-50	Hovedstaden	Erhvervsfaglig	Pensionist, efterlønsmodtager, førtidspensionist eller lignende	Kun i udlandet	Missing

**BILAG 2**  
**TABELRAPPORT MED SVARFORDELINGER FRA SURVEY**

I dette bilag rapporteres svarfordelingerne fra alle spørgsmål i kortlægningsens kvantitative survey. Fordelingerne er vægtede, mens antal besvarelser er uvægtede.<sup>29</sup>

## SCREENING

Tabel 1.1 Spørgsmål 1.b: I hvilket år er du født? (pct.)	
18-34 år	31,2
35-49 år	35,0
Over 50 år	33,7
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

Tabel 0.2 Spørgsmål 1.c: Hvilken region er du bosat i? (pct.)	
Region Hovedstaden	29,7
Region Sjælland	15,2
Region Syddanmark	21,2
Region Midtjylland	23,2
Region Nordjylland	10,7
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

## SEKKØB [ALLE]

Tabel 0.3 Spørgsmål 4: Har du betalt for seksuelle ydelser af en prostitueret? (pct.)	
Ja	15,5
Nej	84,5
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

## KARAKTERISTIK AF SEKKØB [SEKKUNDER]

Tabel 0.4 Spørgsmål 5: Hvor mange gange har du købt sex af en prostitueret inden for de sidste 12 måneder? (pct.)	
Jeg har <b>ikke</b> købt sex inden for de seneste 12 måneder	72,4
1 gang	11,9
2-5 gange	10,1
6-12 gange	2,5
13-50 gange	1,5
Mere end 50 gange	0,9
Husker ikke	0,7
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Tabel 0.5 Spørgsmål 6: Hvor mange gange har du i alt købt sex af en prostitueret? (pct.)	
1 gang	28,1
2-5 gange	32,2
6-12 gange	13,7
13-50 gange	12,4
51-100 gange	4,4
101-200 gange	1,4
201-500 gange	1,3
Mere end 500 gange	1,0
Husker ikke	5,6
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

<sup>29</sup> Beskrivelse af vægtning fremgår af i bilag 1.

Tabel 0.6 Spørgsmål 7: Hvor gammel var du, første gang du købte sex? (pct.)	
0-17 år	6,4
18-34 år	73,7
35-49 år	9,7
50-65 år	1,4
Husker ikke/ønsker ikke at svare	8,8
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Anmærkning: Respondenterne har kunnet angive deres eksakte alder, som efterfølgende er kategoriseret.

Tabel 0.7 Spørgsmål 8: Hvordan foregik det første gang, du købte sex? (pct.)	
Jeg opsøgte selv en prostitueret	55,0
Det blev arrangeret af venner	3,8
Jeg købte sex <i>sammen med</i> venner, der også købte sex	24,1
Den prostituerede tog kontakt til mig	11,4
Andet, notér: _____	4,6
Husker ikke/ønsker ikke at svare	1,1
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Tabel 0.8 Spørgsmål 9: Hvor har du købt sex? (pct.)	
Kun i Danmark	44,2
Både i Danmark og i udlandet	28,6
Kun i udlandet	27,0
Husker ikke/ønsker ikke at svare	0,2
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Tabel 0.9 Spørgsmål 10: Hvor har du søgt information om de prostituerede, du har købt sex hos? (fx om den prostitueredes nationalitet, seksuelle ydelser mv.) (pct.)	
Jeg har ikke søgt information	46,2
På Internettet	31,3
I aviser eller blade (fx Ekstra Bladet)	29,8
Jeg har taget telefonisk kontakt	14,4
Jeg har udvekslet erfaringer med andre sexkunder	5,8
Andet, notér: _____	4,2
Husker ikke/ønsker ikke at svare	3,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Anmærkning: Respondenterne har kunnet angive flere svar.

Tabel 0.10 Spørgsmål 11: Hvordan er du kommet i kontakt med prostituerede, når du har købt sex? (pct.)	
På en massageklinik eller et bordel	57,9
På gaden	26,6
På en bar	26,0
Via internettet (fx Escort, chat eller sociale medier)	17,4
På en sexklub eller lignende	16,3
Andet, notér: _____	4,6
Husker ikke/ønsker ikke at svare	2,7
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Anmærkning: Respondenterne har kunnet angive flere svar.

Tabel 0.11 Spørgsmål 12: Hvor kommer de prostituerede fra, som du har købt sex af? (pct.)	
Danmark	56,2
Asien	35,2
Østeuropa	23,7
Afrika	20,2
Sydamerika	15,5
Andre steder, notér: _____	12,0
Ved ikke/ønsker ikke at svare	7,2
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Anmærkning: Respondenterne har kunnet angive flere svar.

Tabel 0.12 Spørgsmål 13: Hvor foretrækker du, at den prostituerede kommer fra? (pct.)	
Danmark	47,8
Østeuropa	4,2
Afrika	1,5
Asien	11,5
Sydamerika	3,7
Andre steder, notér: _____	3,2
Ved ikke/ønsker ikke at svare	28,1
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Tabel 0.13 Spørgsmål 14: Hvilke prostituerede har du købt sex af? (pct.)	
Kvindelige prostituerede	98,3
Transvestitter eller transseksuelle prostituerede	1,9
Mandlige prostituerede	1,6
Ved ikke/ønsker ikke at svare	0,5
<i>Antal</i>	<i>1.083</i>

Anmærkning: Respondenterne har kunnet angive flere svar.

## FREMTIDIGT SEXKØB [BÅDE SEXKUNDER OG IKKE-KUNDER]

Tabel 0.14 Spørgsmål 15: Hvor sandsynligt er det, at du køber sex i fremtiden? (pct.)	
Meget sandsynligt	1,9
Sandsynligt	3,6
Hverken sandsynligt eller usandsynligt	10,3
Usandsynligt	17,5
Meget usandsynligt	65,5
Ved ikke/ønsker ikke at svare	1,2
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

## BEVÆGGRUNDE [KUN SEXKUNDER]

Tabel 0.15 Spørgsmål 16: Hvorfor har du købt sex af prostituerede? (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal
For mig er sex en vare som alle andre varer, man kan købe for penge	8,5	21,3	26,7	18,6	20,8	4,0	100,0	1.083
Når jeg har købt sex, har det været spontant. Dvs. jeg har ikke planlagt det.	29,3	33,2	19,8	10,2	5,7	1,9	100,0	1.083
Det er billigt at købe sex hos en prostitueret	3,1	9,8	32,3	24,3	21,6	8,8	100,0	1.083
Købesex er uforpligtende sex for mig	27,2	46,2	14,6	3,4	4,7	4,0	100,0	1.083
Når jeg køber sex, får jeg specielle seksuelle ønsker opfyldt, som jeg ikke ellers kan få opfyldt	8,9	18,2	26,5	16,8	25,5	4,1	100,0	1.083
Jeg tænker på at have sex med prostituerede	5,0	21,3	29,6	17,7	23,2	3,3	100,0	1.083
Sex med en prostitueret giver mig bedre selvværd	1,8	7,5	25,7	22,6	38,0	4,5	100,0	1.083
Jeg er afhængig af købesex	1,7	1,4	9,0	15,7	69,6	2,6	100,0	1.083
Jeg får selskab, intimitet og nærvær, når jeg har sex med prostituerede	5,6	19,2	22,5	18,4	29,8	4,4	100,0	1.083
Jeg oplever gensidig nydelse med den prostituerede	3,2	16,3	34,1	19,1	20,5	6,8	100,0	1.083
Købesex er min eneste mulighed for at få sex	2,9	6,3	11,2	13,4	63,0	3,2	100,0	1.083
Jeg har svært ved at indgå seksuelle forhold	2,8	7,8	13,6	20,7	51,2	3,9	100,0	1.083
Jeg bliver ikke seksuelt tilfredsstillet af en partner	3,9	7,1	15,9	19,6	49,5	4,0	100,0	1.083
Når jeg køber sex, er det mig der bestemmer	8,6	26,8	34,1	12,3	13,1	5,1	100,0	1.083
Venner, kolleger eller familie har påvirket mig til at købe sex	2,9	10,1	11,9	14,9	56,2	4,0	100,0	1.083
Købesex er noget, man skal prøve	9,9	22,6	36,5	10,6	15,1	5,2	100,0	1.083

Tabel 0.16 Spørgsmål 17: Hvordan har du det typisk, lige efter du har købt sex? (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal
Jeg føler fuld mig af selvtillid	4,1	14,5	47,3	18,2	11,5	4,4	100,0	1.083
Jeg føler, mig godt tilpas	10,9	44,2	26,1	9,4	6,3	3,1	100,0	1.083
Jeg føler tomhed	4,4	12,0	29,9	28,7	21,4	3,6	100,0	1.083
Jeg skammer mig	5,6	10,8	23,5	27,1	30,0	3,0	100,0	1.083
Jeg fortryder det	6,6	12,0	23,2	25,1	29,9	3,1	100,0	1.083

Tabel 0.17 Spørgsmål 18: Hvad kunne afholde dig fra at købe sex? (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal

			eller uenig					
Hvis den prostituerede var menneskehandlet	62,7	20,6	8,6	2,4	2,3	3,5	100,0	1.083
Hvis jeg bedre kunne få dækket mit behov for sex med andre end prostituerede (fx i et parforhold)	35,7	22,3	22,9	6,4	6,3	6,3	100,0	1.083
Hvis jeg fik mistanke om, at den prostituerede var smittet med HIV eller kønssygdomme (fx kønsvorter, herpes eller gonoré)?	77,1	14,4	3,8	1,1	0,5	3,1	100,0	1.083
Hvis ikke jeg havde penge til det længere	37,0	30,1	18,8	4,2	4,4	5,5	100,0	1.083
Hvis familie, venner eller kolleger opdagede, at jeg har købt sex	14,1	17,4	27,4	19,5	15,3	6,2	100,0	1.083
Hvis venner, kolleger eller familie <i>ikke</i> synes, det er i orden	7,9	11,1	28,8	25,0	20,8	6,4	100,0	1.083
Hvis den prostituerede var nødt til at sælge sex, fx pga. økonomiske problemer	18,2	18,1	34,0	15,4	8,8	5,4	100,0	1.083
Hvis jeg vidste, at den prostituerede ikke havde lyst til sex med mig	28,8	29,7	23,4	8,1	5,2	4,9	100,0	1.083
Hvis jeg vidste, at den prostituerede var stofmisbruger	57,1	20,8	12,4	4,8	1,7	3,2	100,0	1.083

### BEHOV FOR RÅDGIVNING [KUN SEXKUNDER]

Tabel 0.18 Spørgsmål 19: Hvem har du talt med om, at du har købt sex? (pct.)	
Venner	57,4
Jeg har ikke talt med nogen om mit køb af sex	32,4
Kolleger	23,7
Familie	16,2
Professionelle (fx psykologer, sexologer, Kompetencecenter Prostitution)	2,7
Andre, notér: _____	2,6
Ønsker ikke at svare	2,7
<i>Antal</i>	1.083

Anmærkning: Respondenterne har haft mulighed for at angive flere svar.

Tabel 0.19 Spørgsmål 20: I hvilken grad har du haft behov for at tale med nogen om, at du har købt sex? (pct.)	
I høj grad	2,3
I nogen grad	7,7
Hverken/eller	11,4
I mindre grad	16,0
Slet ikke	61,9
Ved ikke/ønsker ikke at svare	0,8
Total	100,0
<i>Antal</i>	1.083



## BEVÆGGRUNDE [KUN IKKE-KUNDER]

Tabel 0.20 Spørgsmål 21: Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn om, hvorfor du ikke har købt sex? (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal
Sex er ikke en vare som alle andre varer, man kan købe for penge	26,6	24,9	23,4	14,3	6,9	3,8	100,0	6.168
Jeg har ikke haft lejlighed til at købe sex af en prostitueret	15,2	12,2	19,2	22,9	23,5	7,0	100,0	6.168
Det koster for mange penge at besøge prostituerede	10,1	13,8	25,1	6,0	3,6	41,4	100,0	6.168
Jeg er bange for at blive smittet med HIV eller kønssygdomme (fx kønsvorter, herpes eller gonoré)?	28,2	27,7	21,3	10,2	6,3	6,2	100,0	6.168
Jeg tænder ikke på at have sex med prostituerede	37,5	22,0	16,7	8,1	2,8	12,9	100,0	6.168
Sex med prostituerede er <i>ikke</i> rigtigt selskab, intimitet og nærvær	42,0	32,5	12,8	3,8	1,2	7,6	100,0	6.168
Sex med prostituerede ville give mig lavere selvværd	19,2	18,7	23,6	15,5	9,5	13,5	100,0	6.168
Jeg tror ikke, at prostituerede nyder den sex, de sælger	26,0	31,2	25,0	5,0	1,7	11,1	100,0	6.168
Jeg behøver ikke at købe sex – jeg får sex på andre måder	47,6	33,4	11,2	2,7	2,5	2,5	100,0	6.168
Jeg har nemt ved at indgå seksuelle forhold til andre	11,5	26,0	32,2	14,3	7,9	8,2	100,0	6.168
Hvis jeg købte sex af en prostitueret, ville jeg være bange for at blive opdaget af familie, venner eller kolleger	16,6	22,5	25,4	15,6	11,3	8,6	100,0	6.168
Mine venner, kolleger eller familie synes <i>ikke</i> det er i orden at købe sex	15,9	20,4	23,8	5,4	2,5	32,0	100,0	6.168

Tabel 0.21 Spørgsmål 22: Hvad kunne få dig til at overveje at købe sex? (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal
Hvis jeg kunne købe sex af en prostitueret, som jeg var sikker på ikke var menneskehandlet	22,4	37,6	22,4	6,8	4,8	6,1	100,0	1.686
Hvis jeg en dag <i>ikke</i> kunne få opfyldt mine sexbehov hos andre end prostituerede	17,8	47,5	19,7	5,7	2,7	6,5	100,0	1.686
Hvis jeg var sikker på ikke at blive smittet med HIV eller kønssygdomme (fx kønsvorter, herpes eller gonoré)?	18,8	35,2	25,8	9,7	4,8	5,7	100,0	1.686
Hvis jeg havde flere penge, jeg kunne bruge til at købe sex for	5,6	18,9	30,3	23,6	15,4	6,2	100,0	1.686
Hvis jeg var sikker på ikke at blive opdaget af familie, venner eller kolleger	5,9	18,9	37,1	19,3	12,3	6,5	100,0	1.686
Hvis familie, venner eller familie syntes, det var i orden at købe sex	2,2	11,6	39,4	24,0	14,6	8,1	100,0	1.686
Hvis jeg var sikker på, at den prostituerede ikke var nødt til at sælge sex, fx pga. økonomiske problemer	11,7	32,9	32,4	10,5	6,1	6,5	100,0	1.686
Hvis den prostituerede <i>selv</i> havde lyst til sex med mig	11,5	38,5	30,2	9,0	5,1	5,7	100,0	1.686
Hvis jeg var sikker på, at den prostituerede ikke var afhængig af stoffer	20,4	38,0	22,6	8,5	5,4	5,1	100,0	1.686

Anmærkning: Antallet svarer til ikke-sekskunder, der har svaret andet end "meget usandsynligt" til spørgsmål 15.

## HOLDNINGSEKSPERIMENT

Tabel 0.22 Spørgsmål 2: Synes du – alt i alt – det er i orden, at købe sex hos en prostitueret [Kontrolgruppe] (pct.)	
I høj grad	16,8
I nogen grad	43,8
Hverken/eller	15,6
I mindre grad	12,3
Slet ikke	10,0
Ved ikke/ønsker ikke at svare	1,5
Total	100,0
Antal	3.710

Anmærkning: Spørgsmålet er stillet som det første spørgsmål til kontrolgruppen. Svarerne er derfor rene og upåvirkede af konteksteffekter.

Tabel 0.23 Spørgsmål 3: Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn om prostitution? [Kontrolgruppe] (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal
Når prostituerede sælger sex, er det deres eget frie valg	8,5	23,5	41,0	17,3	4,9	4,8	100,0	3.710
Prostitution forhindrer voldtægter	7,3	31,1	25,8	14,7	13,0	8,1	100,0	3.710
Mænd, der køber sex udnytter den prostituerede	7,3	15,7	33,3	30,1	10,3	3,3	100,0	3.710
Det er forkert at købe sex af handlede kvinder	54,8	14,4	13,0	10,7	4,7	2,4	100,0	3.710
Prostituerede har typisk sociale problemer	7,4	30,2	33,5	13,7	2,7	12,5	100,0	3.710
En prostitueret får varige mén af at sælge sex (fx følelsesmæssige eller fysiske problemer)	9,0	25,4	34,0	12,7	3,2	15,7	100,0	3.710
Det er i orden, hvis en person tager imod gaver for sex	7,2	28,3	31,9	15,4	11,3	6,0	100,0	3.710
Det er ydmygende at sælge sig selv til sex	13,2	23,0	33,7	18,2	5,4	6,4	100,0	3.710
Mange prostituerede nyder at sælge sex	2,3	15,0	33,0	22,8	8,3	18,6	100,0	3.710

Anmærkning: Spørgsmålet er stillet som det andet spørgsmål til kontrolgruppen. Svarerne er derfor rene og upåvirkede af konteksteffekter.

Tabel 0.24 Spørgsmål 23: Synes du – alt i alt – det er i orden, at købe sex hos en prostitueret? [Testgruppe] (pct.)	
I høj grad	10,5
I nogen grad	29,9
Hverken/eller	17,9
I mindre grad	17,4
Slet ikke	21,4
Ved ikke/ønsker ikke at svare	2,9
Total	100,0
Antal	3.541

Anmærkning: Spørgsmålet er stillet til testgruppen efter eksponeringen af casen om den handlede kvinde, så svarerne er derfor påvirkede af konteksteffekter.

Tabel 0.25 Spørgsmål 24: Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn om prostitution? [Testgruppe] (pct.)								
	Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke	Total	Antal
Når prostituerede sælger sex, er det deres eget frie valg	4,3	14,3	43,1	21,3	8,9	8,2	100,0	3.541
Prostitution forhindrer voldtægter	6,8	25,3	27,4	15,5	13,2	11,8	100,0	3.541
Mænd, der køber sex udnytter den prostituerede	11,0	19,0	36,4	20,0	7,6	6,0	100,0	3.541
Det er forkert at købe sex af handlede kvinder	58,2	18,4	13,2	4,4	2,4	3,5	100,0	3.541
Prostituerede har typisk sociale problemer	9,0	31,7	30,7	8,4	2,3	17,9	100,0	3.541
En prostitueret får varige mén af at sælge sex (fx følelsesmæssige eller fysiske problemer)	13,9	27,6	29,9	7,4	1,7	19,4	100,0	3.541
Det er i orden, hvis en person tager imod gaver for sex	7,2	20,8	34,4	15,8	13,1	8,7	100,0	3.541
Det er ydmygende at sælge sig selv til sex	17,7	25,2	30,6	13,1	4,2	9,3	100,0	3.541
Mange prostituerede nyder at sælge sex	1,5	10,3	28,0	26,2	13,1	20,9	100,0	3.541

Anmærkning: Spørgsmålet er stillet til testgruppen efter eksponeringen af casen om den handlede kvinde, så svarerne er derfor påvirkede af konteksteffekter.

## BAGGRUNDSSPØRGSMÅL [ALLE ]

Tabel 0.26 Spørgsmål 26: Hvad er husstandens samlede årlige bruttoindkomst, dvs. før skat? (pct.)	
Indtil 99.999 kr.	3,6
100.000-199.999 kr.	9,0
200.000-299.999 kr.	10,0
300.000-399.999 kr.	13,3
400.000-499.999 kr.	11,4
500.000-599.999 kr.	10,6
600.000-699.999 kr.	9,3
700.000-799.999 kr.	8,9
800.000-899.999 kr.	5,4
900.000-999.999 kr.	3,1
1 mio. kr. eller derover	4,7
Ved ikke/ønsker ikke at svare	10,8
Total	100,0
Antal	7.251

Tabel 0.27 Spørgsmål 27: Hvad er din højeste gennemførte uddannelse? (pct.)	
Grundskole (folkeskole, privatskole, efterskole)	24,0
Gymnasium, HF eller studenterkursus	10,4
Erhvervsgymnasium (HHX eller HTX)	6,6
Erhvervsfaglig (fx tømrer, frisør eller kontorassistent)	31,2
Kort videregående (fx datamatiker, markedsføringsøkonom eller laborant)	4,6
Mellemlang videregående eller professionsbachelor (fx lærer, diplomingeniør eller sygeplejerske)	7,8
Bachelor (fx første del af en lang videregående uddannelse)	3,5
Lang videregående uddannelse (fx gymnasielærer, økonom eller læge)	7,5
Forskeruddannelse (fx Ph.d.)	0,6
Andet	3,8
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

Tabel 0.28 Spørgsmål 28: Hvad er din nuværende beskæftigelse? (pct.)	
Ufaglært arbejder	12,5
Faglært arbejder	13,6
Lavere funktionær	15,1
Højere funktionær	17,6
Selvstændig	5,9
Medhjælpende ægtefælle	0,0
Under uddannelse	14,1
Hjemmegående	0,2
Arbejdsløs	6,0
Pensionist, efterlønsmodtager, førtidspensionist el. lign.	12,3
Andet	2,8
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

Tabel 0.29 Spørgsmål 29: Hvad er din civile status? (pct.)	
Bor med samlevende	19,7
Bor med ægtefælle eller registreret partner	44,7
Bor alene	27,1
Bor sammen med forældre	5,0
Andet	2,9
Ønsker ikke at svare	0,6
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>7.251</i>

Tabel 0.30 Spørgsmål 30: Er du i et parforhold, eller er du single? [Ikke samlevende eller gifte] (pct.)	
Jeg er i et parforhold	21,2
Jeg er single	77,1
Ønsker ikke at svare	1,8
Total	100,0
<i>Antal</i>	<i>2.009</i>

Anmærkning: Det er kun respondenter der har svaret enten: "bor alene", "bor sammen med forældre", "andet" eller "ønsker ikke at svare" til spørgsmål 29, som får stillet dette spørgsmål.

<b>Tabel 0.31 Spørgsmål 31: Hvor mange børn under 18 år bor der i din husstand? (pct.)</b>	
Notér antal _____	33,1
Ingen	66,0
Ønsker ikke at svare	1,0
Total	100,0
<i>Antal</i>	7.251

<b>Tabel 0.32 Spørgsmål 32: Hvordan fungerer dit og din partners sexliv? (pct.)</b>	
Meget godt	26,3
Godt	39,7
Hverken godt eller dårligt	21,3
Dårligt	7,4
Meget dårligt	2,7
Ved ikke/ønsker ikke at svare	2,6
Total	100,0
<i>Antal</i>	5.699

Anmærkning: Antallet svarer til respondenter der har enten har svaret: "bor med samlevende", "bor med ægtefælle" til spørgsmål 29 eller "jeg er i et parforhold" til spørgsmål 30. Det vil sige det er kun respondenter der er i et forhold, som får stillet spørgsmål 32.

<b>Tabel 0.33 Spørgsmål 33: Hvad er din seksuelle orientering? (pct.)</b>	
Heteroseksuel	92,7
Homoseksuel	2,1
Biseksuel	2,5
Ved ikke/ønsker ikke at svare	2,7
Total	100,0
<i>Antal</i>	7.251

<b>Tabel 0.34 Fagforeninger</b>	
LO	42,5
FTF	12,1
AC	11,3
Andre	34,1
<i>Antal</i>	3.031

Anmærkning: Baggrundsinformation fra panelet, som kun har været tilgængelig for 3.031 ud af de 7.251 respondenter. Kodet i de tre hovedgrupper som Danmarks Statistik anvender.

## **BILAG 3 KVALITATIV SPØRGEGUIDE**

## INDLEDNING

1. *Præsentation af interviewer.*
2. *Baggrunden for interviewet:* Rambøll Management er i gang med at udarbejde en kortlægning af prostitutionsefterspørgslen i Danmark. Årsagen er, at der ikke er særlig meget dokumenteret viden på området, hvilket betyder, at vi ikke ved nok om, hvem der køber sex, hvorfor, og hvilke tanker de gør sig om prostitution.

Formålet med interviewet er derfor at få et indblik i, hvilke tanker og holdninger der ligger til grund for dit valg om at købe sex. Det er vigtigt at understrege, at vi som analytikere ikke har noget moralsk standpunkt eller nogen holdning til, om prostitution er rigtigt eller forkert. Vi er udelukkende interesserede i at få ny viden på området - ved at høre nærmere om den del af din livshistorie, der knytter sig til køb af sex.

Først vil vi først spørge lidt åbent ind til dine tanker i forhold til dit sexkøb, hvorefter vi bliver mere konkrete og vil spørge ind til hvor, hvornår og hvorfor du har købt sex. Interviewet vil selvfølgelig være 100 pct. anonymt, og referatet af interviewet vil blive slettet, når vi er færdige med analysen.

Har du nogle spørgsmål interviewet inden vi går videre?

## RESPONDENTENS INDLEDENDE FORTÆLLING OM SEXKØBET

3. Kan du prøve at beskrive den første gang, du traf beslutningen om at købe sex?
  - Hvad fik dig til at træffe den beslutning (tilfældigt, pres, kedsomhed)?
  - Kan du huske, om der skete noget særligt i dit liv på det tidspunkt?
  - Hvordan havde du det efterfølgende?
4. Hvor mange gange har du købt sex inden for det seneste år? Hvor køber du sex? Og hvilke typer prostituerede køber du sex hos?
5. I hvilke situationer køber du primært sex

## HOLDNINGER TIL / BEVÆGGRUNDE FOR KØB AF SEX

6. Kan du prøve at beskrive, hvorfor du køber sex?
  - Udfylder det nogle behov hos dig? Hvis ja, Hvilke [sex, nærhed, spænding?
  - Er der noget ud over sex, som du oplever du kan få opfyldt?
  - Hvordan har du det lige op til, du køber sex?
7. Har dit netværk, medier eller andre betydning for, om du køber sex? Hvorfor/hvorfor ikke?



8. Er der noget ved den prostituerede, som er særligt vigtigt for dig, når du køber sex? Hvis ja, Hvorfor er det vigtigt?
9. Har du været i et forhold samtidig med, at du har købt sex?
- Hvis ja: Hvad var årsagen til, at du valgte at købe sex? (fx utilfredshed, forskellige behov eller præferencer)?
  - Hvis ja: Hvordan påvirker dit sexkøb dit parforhold?
  - Hvis nej: Ville du være i stand til at have et parforhold samtidig med, at du køber sex? Hvorfor/hvorfor ikke?
10. Er der nogen gange, du har lyst til at stoppe med at købe sex?
- Hvorfor/hvorfor ikke (forbehold for sexkøb, hvorvidt de prostitueredes livsvilkår spiller en rolle, jeg er afhængig mv.)?
  - Hvis ja: Hvad tænker du så, der skulle til.
  - Hvilken hjælp ville du have brug for?
  - Hvis nej; Hvad kunne gøre, at du ville overveje at stoppe med at købe sex?

### KARAKTERISTIK AF SEXKØB

11. Kan du fortælle lidt om, hvordan det praktisk foregår, fra du har besluttet dig for at købe sex, til du har gennemført det?
- Hvordan kommer du typisk i kontakt med den prostituerede (på gaden, internetsider, kontaktannoncer mv.)? Hvorfor?
  - Er det altid den samme kvinde eller forskellige kvinder? Hvorfor? (fx nærhed, tillid)
12. Hvad er vigtigt for dig, når du køber sex (fx kvindens udseende, anonymitet, at det er den samme kvinde)?
13. Foretrækker du, at de prostituerede har en bestemt nationalitet? Hvorfor/hvorfor ikke?
14. Har du fortalt nogen i din omgangskreds, at du køber sex?
- Hvis ja: Hvordan reagerede de?
  - Hvis nej: Hvorfor har du besluttet ikke at fortælle dine omgivelser om dit køb?
15. Hvordan påvirker dine venner eller kolleger dig i forhold til at købe sex?
16. Hvordan tror du, at de prostituerede oplever dig som kunde? [fx ren forretning for de prostituerede, eller kan de også godt nyde at have sex med kunden]?
17. Hvordan vil du beskrive dit forhold til den prostituerede (vare/kærlighed/venskab/fremmed)?

### GENERELLE HOLDNINGER TIL KØB AF SEX / BRUG AF PROSTITUERED

18. Hvad tror du, det er for nogle kvinder, der vælger at prostituere sig? Hvad tænker du om dem?
- Gør du dig nogle forestillinger om den prostitueredes livsvilkår og hvem den prostituerede er? [Hvis nej, hvorfor ikke?]
  - Hvordan danner du dig et indtryk af, hvordan det er at være prostitueret?  
- Hvis IP svarer negative følgevirkninger: Har du et medansvar for de prostitueredes følgevirkninger (psykiske mén mv.)?
19. Har du nogensinde været sammen med en kvinde, hvor du efterfølgende har tænkt, at hun måske var handlet?
- Hvis ja: Hvad vurderer du det ud fra? Hvordan havde du det med det?
  - Hvis nej: Hvad ville det betyde, hvis du vidste, at hun var handlet?
  - Hvordan kan du se forskel på kvinder, der er handlede, og kvinder, der sælger selv vælger at sælge sex?
20. Hvilke overvejelser gør du dig ift., at de kvinder, du er sammen med, kan være handlede?

#### INFORMATION OM INFORMANTEN / AFRUNDING

**Følgende spørgsmål stilles kun til informanter, der er rekrutteret uden for internetpanelet.**

21. Til sidst vil jeg gerne stille dig nogle generelle baggrundsspørgsmål, som udelukkende skal bruges til at sammenligne dine svar med de øvrige mænds. Vil du fortælle mig:
- Hvilket år er du født?
  - Hvad er din højest gennemførte uddannelse? (grundskole, gymnasium, erhvervsfaglig, kort-, mellemlang- eller lang videregående uddannelse, forsker)
  - Hvad er din beskæftigelse?
  - Hvad er din civilstatus?
  - Hvad er din seksuelle orientering?

Inden vi runder interviewet af, vil jeg først og fremmest sige mange tak, fordi du tog dig tid til at deltage i interviewet. Det sætter vi stor pris på. Afrapporteringen af denne kortlægning kommer til at ske i foråret 2013, og vi forventer også, at noget af rapporten bliver offentliggjort i denne forbindelse. Men som jeg sagde indledningsvist, så er din deltagelse 100 pct. anonym, så ingen vil kunne genkende dig eller dine svar.

Har du nogen spørgsmål her til sidst – eller noget du mangler at fortælle?