
Fra Fagområde Prostitution.
Majken Wiingaard, statistisk bearbejdning Ea Busch-Petersen

Til

Vedr. Notat om prostitutionskunder

Dato 2009

Prostitutionskunden

Aktuelt udspiller der sig i Danmark en debat mellem politikere, ngo'er og interesseorganisationer om prostitution. Nævnes skal kampagnen 'Tag stilling, mand', lanceret af Dansk Kvindesamfund, der opfordrer mænd til at tage stilling mod sexkøb, og dannelsen af SIO, sexarbejdernes interesseorganisation, der blandt andet arbejder for at sexarbejdere får samme rettigheder som andre i arbejdsmarkedsrelaterede forhold.

Mindst 5.500 kvinder og mænd prostituerer sig i Danmark (Sørensen, 2007). En forudsætning for prostitution er at der er mennesker der ønsker at købe og sælge seksuelle ydelser. Skandinavisk forskning har vist større interesse for den der sælger seksuelle ydelser, end for den der køber dem. I dette notat opsummeres kort noget af den viden vi har om kunderne.

Det er altovervejende mænd der køber sex, men der findes også kvindelige prostitutionskunder. Der findes imidlertid meget lidt viden om kvindelige sexkunder hvorfor dette notat afgrænser sig til mænd der køber sex.

Hverken prostitution som begreb eller prostitutionskunden som individ kan betragtes uafhængigt af konteksten, dvs. samfundet, dets lovgivning og dets syn på prostitution. Synet på prostitutionskunden forandrer sig over tid og med variationer fra land til land. Derfor skal man være varsom når man sammenligner undersøgelser idet blot få års forskydning eller overskridelse af landegrænser kan have stor betydning. Hertil kommer at er det svært at få kontakt til kunder der vil deltage i undersøgelser om prostitution. Et generelt problem er derfor kundeundersøgelsernes validitet.

Dansk lovgivning

I Danmark er det lovligt at købe seksuelle ydelser af en person, uanset køn, såfremt denne er fyldt 18 år (Rasmussen, 2007). I 'Vejledning om seksualitet – uanset handicap' lukkes der op for at hjælpepersoner kan formidle kontakt mellem mennesker med nedsat fysisk eller psykisk funktionsevne og prostituerede (Vejledning, 2001¹). At salg af seksuelle ydelser samtidig betragtes som et socialt

¹ Ankestyrelsen fandt dog ikke at der efter servicelovens § 84 kan ydes hjælp til medudgifter ved køb af seksuelle ydelser hos en prostitueret (SM C-1-06).

problem², tydeliggør blot det uafklarede syn på prostitution i dansk politik, ligesom også områdets modsætningsfyldte lovgivning³.

Definition på prostitution

”Prostitution – som i indhold og former præges af de eksisterende samfundsforhold – foreligger når mindst to handlende parter under markedsmæssige betingelser køber, respektive sælger, fysisk adgang til en krop eller andre seksuelle handlinger.

Den ene part, køberen, køber sig således fysisk adgang til den anden parts krop eller rådighed over visse af den anden parts fysiske berøringer for egne seksuelle formål i en vis tid. Den anden part, den prostituerede, sælger fysisk adgang til sin krop eller rådighed til visse fysiske, berørende handlinger til køberens seksuelle formål i en vis tid. Den transaktion som prostitutionen indbefatter, betales sædvanligvis i penge, men andre betalingsmidler kan også forekomme” (Prostitutionen i Sverige, 1980).

Som samfundsfænomen udspiller prostitution sig på et *marked* med en *køber* og en *sælger* af seksuelle ydelser samt en række aktører der bidrager til – og profiterer af – at opretholde markedet. Sælgeren, oftest en kvinde, har traditionelt været kriminaliseret, eksponeret og stempet i samfundet, mens køberen har været usynlig (Rasmussen, 2007).

Prostitutionens omfang og former er under indflydelse af de samfundsmæssige og kulturelle forhold den udfolder sig inden for. Det indikeres blandt andet af det varierende antal kunder i forskellige lande. Kunderne opererer ikke inden for deres eget meningsunivers, men tager udgangspunkt i de fremherskende forestillinger i normalkulturen (Lautrup, 2005).

Den danske prostitutionskunde

I en dansk kundeundersøgelse udgør prostitutionskunderne et bredt udsnit af den mandlige befolkning (Lautrup, 2005). De er lige ofte gifte og ugifte, og de tilhører alle aldersgrupper omend mænd mellem 25 og 40 år dominerer. Kunderne kommer fra alle sociale lag og er typisk hverken psykisk eller fysisk handicappede (Rasmussen, 2007). Undersøgelsen tyder på at jo yngre mændene var da de gjorde deres første erfaring med købesex, jo oftere køber de sex som voksne (Lautrup, 2005). At undersøgelsen indsamlede data via internettet, kan dog betyde at undersøgelsen ikke er repræsentativ.

² I 'Vejledning om formål og andre generelle bestemmelser i serviceloven' nævnes prostituerede som en gruppe der har særlige behov.

³ Prostitution anses ikke som et lovligt erhverv samtidig med at indtægten skal beskattes. Lovgivningen omkring prostitution betyder at den der sælger seksuelle ydelser, er underlagt komplicerede og modsætningsfyldte rettigheder og pligter (Rasmussen, 2007).

Begrundelser for at købe sex

Der er forskellige begrundelser for at købe sex. Nogle mener det er deres eneste mulighed for seksuelle relationer, andre ser det som en ukompliceret måde at etablere seksuelle relationer på og atter andre ønsker at udleve sider af deres seksualitet der ikke lader sig gøre med deres partner. For nogle er selve penetrationen det væsentligste, for andre er det intimitet og kontakt. Der findes således ikke en entydig grund til at mænd køber sex.

Omvendt viste den danske kundeundersøgelse at næsten tre fjerdedele ikke ville overveje at købe sex selvom muligheden bød sig, og næsten halvdelen svarede at de aldrig havde overvejet at købe sex. Mænd der ikke har erfaring med sexkøb, har en lang række begrundelser for det, fx at de ikke 'tænder' på købesex, at de mener det er forkert at købe sex af et andet menneske eller at muligheden ikke er opstået (Lautrup, 2005; Rasmussen, 2007).

En narrativ analyse af prostitutionskunders erfaringer peger på at det første besøg hos en prostitueret kvinde ofte er sammenfaldende med en oplevelse af krise⁴, og på at forhold i mænds hele livssituation har indflydelse på om købesex inkorporeres i deres livsstruktur. Undersøgelsen er baseret på personlige interviews med 13 mænd (Lyngbye, 2000).

På venuslogen.dk er der både meget positive anmeldelser af navngivne⁵ kvinder, og kritiske, skrevet af kunder der føler de ikke fik hvad de forventede. I den danske kundeundersøgelse anså kunderne mødet med den prostituerede for en uforpligtende markedsrelation, samtidigt med at de ønskede at relationen lignede en kæresterelation, og at der var tale om gensidig seksuel nydelse. Kunderne pointerer vigtigheden af at den prostituerede sælger sex frivilligt (Lautrup, 2005).

Antallet af prostitutionskunder

Den mest omfattende undersøgelse af kunder i Danmark er udarbejdet i 2005 (Lautrup, 2005). Undersøgelsen var en internetbaseret spørgeskemaundersøgelse, suppleret med en interviewundersøgelse af 20 mænd hvoraf størstedelen købte sex regelmæssigt. Grundet undersøgelsesmetoden må der tages forbehold for dennes repræsentativitet⁶.

Undersøgelsen viser blandt andet at 14 %⁷ af de deltagende mænd havde kundeerfaring. Men da undersøgelsen er udtryk for et øjebliksbillede, dækker antallet både over mænd der har købt sex en

⁴ Krisen kan have akut karakter eller være en mere kronisk udviklingskrise i mændenes liv (Lyngbye, 2000).

⁵ Kvinderne i prostitution fremtræder stort set altid anonyme, fx med deres kunstnernavn.

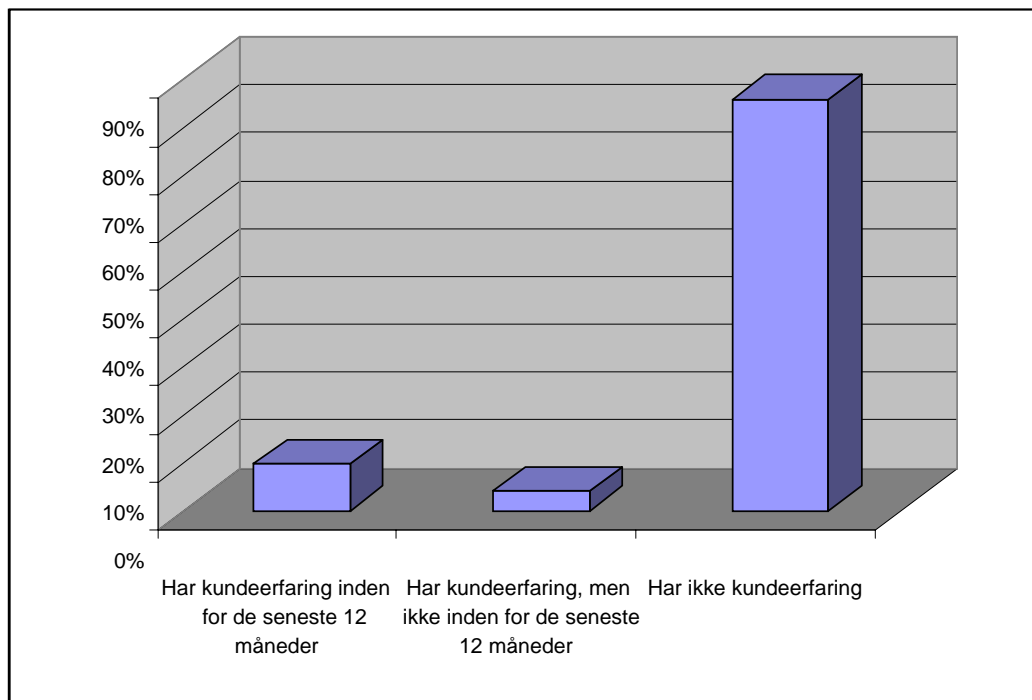
⁶ Undersøgelsens empiriske grundlag er de 6.350 besvarelser af internetspørgeskemaer om mænds erfaringer med at købe sex. I samarbejde med analysefirmaet Instant-Answer blev skemaerne sendt til et panel af i alt 8.000 mandlige respondenter. Lautrup påpeger i rapporten at det faktum at respondenterne som udgangspunkt har meldt sig til et panel, begrænser undersøgelsens repræsentativitet. Forfatteren har, hvor det har været muligt, kompenseret for dette.

⁷ Smette (2003) sammenligner tal fra forskellige lande. Her ligger Danmark på linje med Norge og Sverige hvorimod tallet fra Spanien er betydeligt højere. Tallene er af ældre dato og der kan derfor være sket forskydninger siden. De store nationale udsving indikerer at sexkøb er kulturbundet og udfolder sig forskelligt fra samfund til samfund (Lautrup, 2005).

enkelt gang for mange år siden, og mænd der vil købe sex i fremtiden. Et mere realistisk billede af mængden af prostitutionskunder får man ved at betragte antallet af mænd der har købt sex inden for de seneste 12 måneder.

Køb af seksuelle ydelser

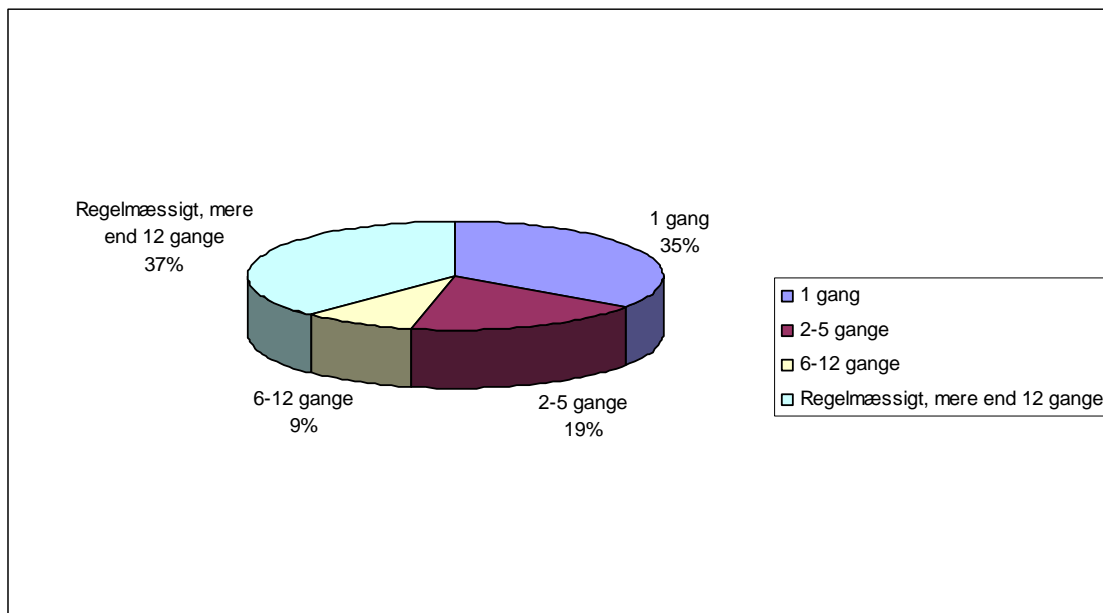
Diagram 1: Kundeerfaring



Af de 14 % mænd med kundeerfaring, havde de 10 % købt sex én eller flere gange inden for de seneste 12 måneder, 4 % havde kundeerfaring der lå længere tilbage, mens 86 % ikke på noget tidspunkt havde købt seksuelle ydelser⁸.

⁸ Tallene baserer sig på de 6.350 mænd der deltog i spørgeskemaundersøgelsen. Heraf svarede 888 at de har erfaringer med at købe sex af prostituerede.

Diagram 2: Sexkøb inden for de seneste 12 måneder



Af de mænd der havde købt sex inden for de seneste 12 måneder, havde godt en tredjedel (35%) købt sex én gang, 19 % 2-5 gange, 9 % 6-12 gange og 37 % mere end 12 gange inden for de seneste 12 måneder. I dette notat bruges begrebet *storforbruger* der er defineret ved at kunden har købt sex mindst 12 gange inden for de seneste 12 måneder⁹.

Hvis man antager at den procentvise fordeling i Lautrups undersøgelse er repræsentativ, svarer det til at ca. 200.000 mænd af den samlede befolkning på ca. 2 mio. mænd i Danmark har købt sex inden for de seneste 12 måneder; heraf ca. 18.000 6-12 gange og ca. 77.000 mænd, her defineret som storforbrugere, mere end 12 gange¹⁰. Der er således tale om en polarisering hvor en lille del, ca. 5 %, af den mandlige befolkning, står for køb af hovedparten af de seksuelle ydelser.

Forskellige kundeperspektiver

Der findes forskellige perspektiver på kunden: 1) Sexkøb er en følge af mænds normale og naturgivne seksualdrift karakteriseret som 'pludselig, eksplosiv og intensiv' (Ljung & Lennartsson, 2004); 2) Kunderne er normale mænd der handler ud fra kulturelle forventninger til deres seksualitet¹¹; 3) Køb af seksuelle ydelser er vold mod kvinder¹² (Smette, 2003).

⁹ Beregningen er foretaget på baggrund af statistik fra Lautrup (2005).

¹⁰ Sammenligningsgrundlaget er her tal fra Danmarks Statistik (jan. 2007) hvor det fremgår at der i alt boede 2.074.563 mænd over 18 år i Danmark.

¹¹ Uanset at prostitution kan betragtes som strukturel undertrykkelse af kvinder, er magtforholdet på aktørplan mere nuanceret. Kunderne kan afvises af kvinderne og på anden måde opleve afmagt (Lautrup, 2005).

Dermed bliver køb af sex i høj grad et moralsk spørgsmål for den enkelte.

Fælles for de to førstnævnte perspektiver er at de definerer kundens adfærd som *normal*, bestemt af enten biologiske eller kulturelle faktorer. Her overfor står navnlig svensk kundeforskning der betragter kunden som afviger på et psykologisk plan, en der ikke evner at etablere dybe og nære relationer (ibid). Kunden risikerer at blive afhængig af købesex og kan have behov for terapi og behandling¹³. Dermed patologiseres den normale – men måske amoralske – sexkøber. Han bliver en der har behov for samfundsmæssig hjælp (Kulick, 2007).

Synet på prostitution svinger dermed mellem to poler (Lautrup, 2005):

- Prostitution er et symbol på samfundets maskuline dominans og kunden er krænker af nogle af samfundets mest sårbare kvinder
- Prostitutionskunderne er mænd med psykiske problemer og behov for terapi og hjælp

De forskellige syn på prostitution afspejles i de nationale lovgivninger. I Sverige blev køb af seksuelle ydelser kriminaliseret i 1999 og Norge er på vej med en tilsvarende lovgivning.

Den skandinaviske prostitutionskunde

En norsk undersøgelse opstiller følgende kundetyper (Prieur & Taksdal, 1989):

- Kunder der ikke har anden mulighed for seksuelle kontakter
- Ægtemænd hvor konen ikke længere ønsker seksuelt samvær
- Yngre ægtemænd som ikke får de seksuelle handlinger de ønsker, sammen med deres ægtefælle, eller som ikke får tilstrækkelig megen sex hjemme

Mændene i første kategori spænder bredt – fra sømænd til mænd der har svært ved at skabe kontakt til kvinder. I en svensk kundeundersøgelse anføres at mange mænd opfatter sig som ikke-attraktive, kompleksfyldte og generte og at de har svært ved at nærme sig kvinder (Andersson-Collins, 1990).

Mændene opsøger prostituerede af forskellige grunde. Nogle ønsker at købe seksuelle handlinger de ikke kan opleve sammen med deres ægtefælle¹⁴, andre ønsker at opleve sex med nye kvinder. For nogle har spændingen størst betydning. Spændingen er ikke alene knyttet til den seksuelle akt, men også til prostitutionsmiljøet med dets 'forbudte' og 'eksotiske' konnotationer. Endelig er der en gruppe for hvem købesex er en letkøbt og uforpligtende løsning hvor de kan bibeholde deres uaf-

¹² Fx mener Reden at kunden bør gøres ansvarlig for de sociale og psykiske skadevirkninger kvinder i prostitution udsættes for.

¹³ I Göteborg har man med KAST-projektet etableret et tilbud om terapeutisk behandling til prostitutionskunder.

¹⁴ Af undersøgelsen fremgår det at der ofte er tale om handlinger som oralsex og forskellige samlejestillinger; handlinger som forfatterne selv finder er helt almindelige og udrådte indslag i et seksuelt samliv.

hængighed. Især for kunder med få prostitutionserfaringer var der tale om at sexkøb var en oplevelse der skulle prøves (Prieur & Taksdal, 1989).

I førnævnte svenske kundeundersøgelse (Andersson-Collins) fremhæves kundens mulighed for kontrol. Dels er han sikker på at mødet vil føre til sex, i modsætning til møder med kvinder på diskoteker o. lign, dels bestemmer han selv hvem han har sex med¹⁵, hvornår de har sex samt hvilken type seksuel aktivitet der er tale om¹⁶.

Undersøgelser påviser hvad der gør kunden tilfreds med den seksuelle service han har købt. Oplevelse af nærhed, varme, forståelse og samtale vægtes højt, ligesom typen af seksuelle handlinger kvinden yder. Derimod spiller kvindens udseende og tidsforbrug ikke så stor en rolle (Prieur & Taksdal, 1989). En norsk undersøgelse peger på at det er vigtigt for kunden at kvinden indlever sig i det seksuelle samvær. Kunderne gav udtryk for at de ikke troede kvinderne havde et seksuelt udbytte generelt og at det ikke var en forudsætning for en positiv oplevelse. Hvis bare skuespillet er godt nok til at kunden tror det er ægte, er han tilfreds (Smette, 2003). Nogle kunder oplever deres køb af sex som et personligt nederlag fordi de har en negativ opfattelse af sig selv og deres mulighed for at blive eftertragtet og elsket af en kvinde (Andersson-Collins, 1990).

Det er kendt at kvinder i prostitution stigmatiseres, men dette gælder i høj grad også køberen. Uanset at sexkøb anses for mere legitimt i nogle erhverv end i andre, vil mange mænd der køber sex, repræsentere en mandeskikkelse som mænd nødtigt vil associeres med (Lautrup, 2005; Stenvoll I: Jessen, 2007). Navnlig i Sverige bliver prostitutionskunden opfattet som en speciel person, moralsk set, en person der har brudt med den moralske orden (Hydén, 1990)¹⁷.

Kompetencecenter Prostitutions kunderådgivning

I forbindelse med regeringens handlingsplan på prostitutionsområdet, 'Et andet Liv', er der under Kompetencecenter Prostitution etableret en telefonrådgivning til kunder. Formålet med kunderådgivningen er at kunne henvise kunderne til relevante sociale og behandlingsmæssige tilbud i det omfang sådanne tilbud eksisterer. Rådgivningen kan endvidere danne grundlag for en videnopsamling om kundernes problemstillinger og afdække deres behov for hjælp (Videns- og Formidlingscenter for Socialt Udsatte, 2005).

Kompetencecenter Prostitutions anonyme telefonrådgivning blev etableret i 2006 og har åbent for prostitutionskunder to dage om ugen a seks timer. Rådgivningen tager afsæt i rådsøgerens spørgsmål. Hvor der ønskes svar på faktuelle spørgsmål, fx om sikker sex, besvares disse. Men i rådgivningssituationen kan også opstå et *rum for refleksion* hvor rådsøgeren begynder at overveje sin situation og sine problemer og de ønsker om forandring der måtte være til stede.

¹⁵ Nogle kunder anfører at de ikke på anden måde har mulighed for at knytte kontakt med kvinder så fysisk attraktive som dem de kan finde i prostitutionsmiljøet.

¹⁶ Kunden er dog underlagt de typer af ydelser den enkelte kvinde udbyder.

¹⁷ Dette understreges af vanskeligheden med at få kunder til at deltage i en svensk undersøgelse fra 1994 (før kriminaliseringen) (Lantz, 1994).

Kunderådgivningen bemannes på skift af fire medarbejdere. Det betyder at kunden kan opsøge den samme rådgiver og at der kan gennemføres korte samtaleforløb hvilket nogle kunder benytter sig af. Antallet af opkald om ugen svinger, bl.a. betinget af Kompetencecenter Prostitutions annoncering af rådgivningen og omfanget af eventuel medieomtale. I efteråret 2006 afviklede Københavns Kommune en kampagne rettet mod prostitutionskunder. Det påvirkede eksempelvis antallet af henvendelser.

Det er vigtigt at pointere at de kunder der henvender sig til rådgivningen, ikke er repræsentative for prostitutionskunder generelt, men at der her netop er tale om mænd der har haft en form for bekymring omkring køb af sex. Derudover er registreringen foretaget på baggrund af antallet af henvendelser, ikke personer. Derved kan man ikke tage højde for at den samme person kan have henvendt sig til rådgivningen flere gange.

Hvor den rådsøgende har givet samtykke, registrerer Kompetencecenter Prostitution en række data fremkommet i forbindelse med rådgivningen, bl.a. køn, alder og civilstatus. Dataindsamlingen har lavere prioritet end selve rådgivningen. Derfor er de oplysninger der registreres, kun dem der naturligt kommer frem i løbet af rådgivningen, så at sige. Data fra kunderådgivningen skal derfor tages med dette forbehold og tolkes forsigtigt.

Tabel 1: Tilsagn, intet tilsagn¹⁸ og rørlægger¹⁹

	Frekvens	Procent
Intet tilsagn	89	22,6
Samtykke	240	60,9
Rørlægger	65	16,5
Total	394 ²⁰	100,0

Der har i perioden ultimo februar 2006 til medio 2008 været i alt 398 opkald til rådgivningen. Af disse har 240 (60,9 %) givet tilsagn om at Kompetencecenter Prostitution bruger deres oplysninger.

Den typiske henvendelse til rådgivningen er fra en mand mellem 21 og 50 år (75,9 %). Over halvdelen er gift eller samlevende. Kun mænd har henvendt sig til rådgivningen. De rådsøgende er jævnt fordelt geografisk.

Tabel 2: Rådsøgendes alder i intervaller

¹⁸ Kategorien dækker både over rådsøgende der ikke er blevet spurgt om oplysninger måtte registreres, og rådsøgende der ikke har villet give tilsagn til at medvirke i undersøgelsen.

¹⁹ Med 'rørlægger' menes en opringning hvor personen afslutter samtalen uden at have sagt noget forinden.

²⁰ Derudover er der fire opkald der ikke er oplysninger på.

	Frekvens	Procent
0 til 20 år	3 ²¹	1,5
21 til 30 år	53	27,2
31 til 40 år	54	27,7
41 til 50 år	41	21,0
51 til 60 år	27	13,8
61 til 70 år	16	8,2
71 -	1	0,5
Total	195	99,9

(Uoplyste og 'rørlæggere' er sorteret fra)

Tabel 3: Civilstatus

	Frekvens	Procent
Enlig	83	39,5
Fraskilt	7	3,3
Samlever/gift	105	50,0
Kæreste	15	7,1
Total	210	99,9

(Uoplyste og 'rørlæggere' er sorteret fra)

Blandt de rådsøgende er en overhyppighed af mænd der lever i faste parforhold (57,1 %). Enlige udgør 42,8 %. Dette svarer til Lautrups undersøgelse der viste at parforhold ikke har en dæmpende funktion hos mænd der regelmæssigt køber sex. På den anden side kan fordelingen mellem enlige og ikke-enlige mænd også forklares ved en antagelse af at det navnlig er mænd i faste parforhold der finder det problematisk at de køber seksuelle ydelser.

²¹ Henvendelser fra en 13-årig, en 18-årig og en 20-årig.

Tabel 4: Geografi

	Frekvens	Procent
Storkøbenhavn	62	30,7
Sjælland og øer	38	18,8
Fyn	10	5,0
Jylland	92	45,5
Total	202	100,0

(Uoplyste og 'rørlæggere' er sorteret fra)

Den geografiske fordeling i henvendelserne stemmer nogenlunde overens med den geografiske fordeling i befolkningen. Fynboerne bruger kunderådgivningen mindre, sjællænderne mere²².

Tabel 5: Har købt sex inden for de seneste 12 måneder

	Frekvens	Procent
Nej	8	5,3
1 gang	6	4,0
2-5 gange	29	19,3
6-12 gange	40	26,7
Regelmæssigt, mere end 12 gange	67	44,7
Total	150	100,0

(Uoplyste og 'rørlæggere' er sorteret fra)

I forhold til definitionen på side 5 er 44,7 % af dem der har henvendt sig, storforbrugere.

²² Dansk Statistik viser følgende demografiske fordeling af befolkningen: Storkøbenhavn: 30,1 %; Sjælland og øer: 14,9 %. Fyn: 8,8 %. Jylland: 46,2 %.

Tabel 6: Alder ved første sexkøb i intervaller

	Frekvens	Procent
0-20 år	19	19,0
21-30 år	51	51,0
31-40 år	18	18,0
41-50 år	10	10,0
51-60 år	2	2,0
Total	100	100,0

(Uoplyste og 'rørlæggere' er sorteret fra)

Lige over halvdelen af mændene købte sex første gang da de var i tyverne.

Erfaringer fra kunderådgivningen

Nedenfor refereres nogle af de erfaringer der er fremkommet via Kompetencecenter Prostitutions kunderådgivning. Udover at de kunder der ringer, som tidligere nævnt ikke er repræsentative, er det også metodisk usikkert alene at støtte sig til erfaringsbaserede udsagn da de ikke kan undgå at påvirkes af den kontekst de er erhvervet i. Det betyder ikke at erfaringer er uvæsentlige, men blot at de skal håndteres under hensyntagen til den måde hvorpå de er fremkommet.

Erfaringen fra kunderådgivningen peger på at mænd der benytter rådgivningen, på den ene side ofte har konkrete spørgsmål omkring kønssygdomme o. lign., men på den anden side ofte også virker som om de bruger disse spørgsmål som en indgang til kontakten – en adfærd der også er kendt fra andre rådgivningstilbud. I løbet af samtalen flyttes fokus ofte over på at kunden oplever skam over at købe seksuelle ydelser. Kundens skyld- og skamfølelse er typisk koblet sammen med hensynet til ægtefællen, og temaerne kan være utroskab og løgne omkring pengeforbruget til sexkøb. Hvis mændene oplever at deres ægtefælle ikke længere ønsker et seksuelt samvær med dem, reducerer det deres skamfølelse. Mænd, navnlig de yngre, der har et aktivt sexliv med deres ægtefælle, er derimod angste for at det kan føre til skilsmisse hvis deres ægtefælle får viden om at de køber seksuelle ydelser.

Derudover modtager kunderådgivningen også opringninger fra mænd der påtænker at købe sex i fremtiden og deres overvejelser i den forbindelse.

For nogle af de kunder der har benyttet rådgivningen, gør det sig gældende at det ikke er selve den seksuelle ydelse kunden har købt, men snarere forventningerne, spændingen og det der foregår forud for købet, der har størst betydning. For andre er det udlevelsen af særlige seksuelle lyster som de ikke kan udleve i deres parforhold, der er årsagen til deres sexkøb. Endelig spiller det en central rolle for en del kunder at blive behandlet med omsorg i forbindelse med sexkøbet.

Samlet har kunderådgivningen erfaret at de mænd der ringer, søger rådgivning omkring komplekse og følelsesmæssige spørgsmål og sjældent om faktuelle forhold, som eksempelvis kondombrist. For mange indtager sexkøb en betydelig del af deres hverdagsliv.

Prostitutionsafhængighed

Det er vigtigt at pointere at ikke alle anser det for et problem at nogle mennesker vælger at købe sex hos prostituerede, og at kunder kan betragte deres sexkøb som en uproblematisk del af deres liv. Der er imidlertid også kunder der oplever problemer i forbindelse med deres brug af købesex.

At nogle mænd oplever de er afhængige af købesex, er et fænomen der har tiltrukket sig blandt andet mediernes interesse. Fænomenet beskrives både i både dansk, norsk og svensk kundeforskning (Lautrup, 2005; Smette, 2003; Lantz, 1994), men er forskningsmæssigt uudforsket²³, bl.a. er det usikkert om kunden er afhængig af selve den seksuelle akt, eller om det er det spændingskick nogle forbinder med at købe sex, der opleves som det væsentligste. For kunder der primært motiverer deres sexkøb med ønsket om spænding, er det Kompetencecenter Prostitutions opfattelse at spændingskicket over tid kan medføre at han køber stadig mere avancerede seksuelle ydelser.

Erfaringen fra psykoterapeutisk behandlingsarbejde rettet mod mænd der køber sex, peger på at de har haft en emotionel vanskelig opvækst præget af tab, separation og overgreb. Derudover har mændene manglet rollemønstre for hvordan man etablerer gode relationer (Boman & Green, 2004). Forfatterne betragter mændenes sexkøb som et forsøg på at løse en indre konflikt mellem på den ene side et stærkt behov for en partner, og på den anden side angsten for afhængighed. Den svenske undersøgelse, baseret på 30 psykoterapeutiske forløb med mænd, peger på en sammenhæng mellem vanskelige opvækstvilkår og sexkøb for netop disse mænd, men kan ikke sandsynliggøre at dette er et generelt kendetegn hos mænd der køber sex.

Når man vil forstå prostitutionsafhængighed, er det nærliggende at skele til fænomenet sexafhængighed. Nogle begrunder dette som et biologisk fænomen, betinget af kemiske stoffer i hjernen der udløses ved sex (promis.dk)²⁴, andre mener at der er tale om en psykisk afhængighedsproblematik (netdoktor.dk). De to perspektiver, henholdsvis et funktionalistisk og et psykologisk, er parallelle med nogle af de forskellige perspektiver på kundeforståelsen jf. ovenstående²⁵.

Som nævnt tidligere kan den enkeltes oplevelse af at være, eller ikke være, afhængig af købesex, ikke adskilles fra omgivelsernes og den enkeltes egen forståelse af hvorvidt sexkøb er en moralsk legal eller ikke-legal handling. Hydén anfører at kunden fører en stadig moralsk kamp mod sine – moralske set – 'dårligere sider'. At ophøre med at købe sex bliver en dramatisk kamp mellem to mo-

²³ I forbindelse med notatet er der i 2007 foretaget en litteratursøgning. Det har ikke været muligt at finde bøger eller artikler der specifikt omtaler afhængighed af købesex. Derimod er der fundet litteratur om afhængighed af sex.

²⁴ Promis er et behandlingstilbud for blandt andre ludomaner og mennesker der er afhængige af sex.

²⁵ Også fænomenet ludomani kan være en inspirationskilde til at forstå prostitutionsafhængighed. De fleste anser pengespil som en harmløs fritidsforøjelse, men for nogle bliver det en lidenskab der dominerer deres liv på bekostning af sociale, arbejdsmæssige og familiemæssige værdier og forpligtelser. Når spilleomfanget tiltager i hyppighed og pengeforbrug, og der opstår skadesvirkninger på én selv og ens omgivelser, er der tale om ludomani (Bonke, 2006).

ralske holdninger hos manden. For dem hvor sexkøb var en stor del af deres liv, kan ophøret af købesex føre til en tomhed (Hydén, 1990).

Den samfundsmæssige stigmatisering af købesex kan dermed bidrage til at forstå hvorfor nogle kunder betragter sig selv som afhængige. For på denne måde kan de, på et ubevidst plan, retfærdiggøre deres (i egne og andres øjne) amoralske og kvindeundertrykkende adfærd ved at fremhæve hvordan de selv, med deres særlige psykologiske konstituering, er ofre, fx for problemer i barndommen²⁶.

Der findes ingen tal på prostitutionsafhængighedens udbredelse. Og uanset at den enkelte kunde kan opleve en afhængighed, kan selve italesættelsen af prostitutionsafhængighed betyde at fænomenet bliver overdimensioneret.

Tilbud til kunder

Kompetencecenter Prostitution tilbyder anonym telefonrådgivning til kunder. Den radsøgende er velkommen til at kontakte rådgivningen flere gange, men kan ikke tilbydes længerevarende samtaleforløb. Siden kunderådgivningen åbnede, har der været et rimeligt stabilt antal henvendelser, og i det forløbne år blev i alt 150 samtaler gennemført²⁷. I gennemsnit bliver det knap 3 samtaler om ugen eller 1,4 samtaler pr. rådgivningsdag. Kompetencecenter Prostitution vurderer selv at mange kunder profiterer af muligheden for at kontakte en rådgivning hvor det er legitimt at tale om dét at købe sex. I forbindelse med telefonrådgivningen kan Kompetencecenter Prostitution informere om andre relevante telefonrådgivninger, fx Rigshospitalets sexologiske klinik, Aidslinjen eller Sexlinjen.

Udover landets sexologiske klinikker kan borgere der oplever at de er afhængige af købesex, søge hjælp hos privatpraktiserende psykologer og sexologer der tilbyder behandling til denne gruppe. Endelig er der eksempler på misbrugsbehandlingscentre der også tilbyder hjælp til denne problematik. Udover Kompetencecenter Prostitutions kunderådgivning er tilbuddene ikke specielt rettet mod prostitutionskunder.

Sammenfatning

Dansk prostitutionsforskning og social praksis har primært beskæftiget sig med udbyderen af seksuelle ydelser. Da prostitution udfoldes på markedslignende vilkår, kan det også være relevant at få kundedelen yderligere belyst, herunder kundens incitament til at købe sex samt sexkøbets økonomiske og sociale konsekvenser.

En kundeundersøgelse viser at 86 % af danske mænd over 18 år ikke har erfaringer med at købe sex. Hos de resterende 14 % er der imidlertid en polarisering mellem erfaring med *et enkelt køb* og *hyppige køb* af seksuelle ydelser (Lautrup, 2005). Erfaringer fra blandt andet Kompetencecenter

²⁶ Se i øvrigt Hydén (1990) for en diskussion af kundens brud med den moralske orden.

²⁷ I perioden 1.8.2007-31.7.2008 var der i alt 189 henvendelser, men heraf var de 39 'rørlæggere'.

Prostitutions kunderådgivning peger på at nogle prostitutionskunder oplever at de har et u hensigtsmæssigt forhold til køb af seksuelle ydelser. Ud fra det foreliggende materiale er det ikke muligt at anslå hvor mange mænd der er afhængige af at købe sex. Der eksisterer forskellige rådgivnings- og behandlingstilbud som også kan benyttes af prostitutionskunder.

Der er organisationer og interessegrupper, der arbejder på at begrænse prostitution ved at svække efterspørgslen på købesex. Andre, f.eks. Sexarbejdernes interesseorganisation, arbejder for en legalisering. Der er tale om en igangværende diskussion af holdninger og moral, som foregår på et overordnet plan.

Litteratur m.v.

Andersson-Collins, Gunnel (1990). *Solitärer*. FoU-rapport nr. 124. Socialtjänsten, Stockholm.

Boman, Suzanna & Elisabeth Green (2004). *Sex på köpet – en rapport om prostitution utifrån ett individperspektiv*. Rapport nr. 040604, Riksförbundet för sexuell upplysning, Sverige.

Bonke, Jens og Karen Borregaard (2006). *Ludomani i Danmark*. Socialforskningsinstituttet.

Hydén, Lars-Christer (1990). *De osynliga männen – en socialpsykologisk studie av manliga prostitutionskunder*. FoU-rapport nr. 122, Stockholms Socialförvaltning.

Jessen, Liv (2007). *Det ideelle offer – andre tekster om prostitusjon*. Koloritt Forlag, Norge.

Kulick, Don (2007). *Skabelsen af en ny slags syg person: Sexkøberen*. I: Dansk Sociologi, 2007:1

Lantz, Inger (1994). *Torsken i flickstrimmet*. Citysektionen, Socialtjänsten, Stockholm.

Lautrup, Claus (2005). *Det skal ikke bare være en krop mod krop-oplevelse....* VFC Socialt Udsatte.

Ljung, Anne og Rebecka Lennartsson (2004). *Mannen utan egenskaber – kulturella perspektiv på maskuliniteter i vardande*. I: Kvinnovetenskaplig tidskrift, 2004: 1-2, Sverige.

Lyngbye, Poul (2000). *Mænd der betaler kvinder – om brug af prostitution*. Roskilde Universitetsforlag.

Prieur, Annick og Arnhild Taksdal (1989). *Å sette pris på kvinner*. Pax Forlag, Norge.

Projektbeskrivelse for etablering af Kompetencecenter om Prostitution (2005). Videns- og Formidlingscenter for Socialt Udsatte.

Prostitutionen i Sverige. Del I og II (1980). I: DsS, 1980:9, Socialdepartementet, Stockholm. Liber Förlag/Allmänna Förlag.

Rasmussen, Nell (2007). *Prostitution i Danmark*. Servicestyrelsen. Socialministeriet.

Smette, Ingrid (2003). *Den seksuelle slavestand? – ein rapport om kundar i prostitusjon*. Pro Sentret, Norge.

Sociale Meddelelser SM C-1-06. Ankestyrelsen

Sørensen, Mogens Holm (2007) *Prostitutionens omfang og former*. Servicestyrelsen, Socialministeriet.

Vejledning om formål og andre generelle bestemmelser i serviceloven. VEJ nr. 93 af 05/01/2006. Socialministeriet.

Vejledning om seksualitet – uanset handicap (2001). VEJ nr. 36 af 28/02/2001. Socialministeriet.

www.hedomax.com

www.NetDoktor.dk

www.promis.dk

www.reden.dk/koebenhavn

www.s-i-o.dk

www.tagstillingmand.dk

www.venuslogen.dk

Bilag

Oversigt over hyppighed af sexkøb de seneste 12 måneder

	Frekvens	Procent	Procent i alt
1 gang	218	3,43	
2-5 gange	118	1,86	
6-12 gange	56	0,88	
Regelmæssigt, mere end 12 gange (storforbrugere)	237	3,73	
Har kundeerfaring inden for de seneste 12 måneder			9,89
Har kundeerfaring, men ikke inden for de seneste 12 måneder	265		4,17
Har ikke kundeerfaring	5.462		86,02
I alt adspurgte	6.350		100

(Lautrup, 2005)