Unges oplevelser af illegale stoffers tilgængelighed – hvem får dem tilbudt og hvor?

ANALYSE NOVEMBER 2026

Jeanette Østergaard, forskningsprofessor og udviklingschef, & Halfdan Temple, student
ROCKWOOL Fonden

I den offentlige debat fremhæves det jævnligt, at illegale stoffer er blevet mere tilgængelige, og at det i dag kan være næsten lige så nemt at bestiller stoffer online, som det er at bestille en pizza. Men hvordan oplever de unge selv tilgængeligheden af stoffer?

I denne analyse undersøger vi, hvordan unge oplever at blive tilbudt stoffer, og om tilbud om stoffer primært forekommer i form af en fysisk henvendelse, typisk i forbindelse med at gå eller færdes i byen, eller om det primært foregår i digitale sammenhænge. Vi undersøger desuden, hvilke typer af stoffer de unge oplever at blive tilbudt, samt på hvilke sociale medier og digitale platforme de unge oplever at blive tilbudt at købe stoffer.

Herefter undersøger vi, hvad der kendetegner unge, som rapporterer at være blevet tilbudt stoffer, sammenlignet med unge, som aldrig er blevet tilbudt at prøve eller købe stoffer. Til sidst ser vi nærmere på, om vi kan finde forskelle på unge, som bliver tilbudt stoffer fysisk versus digitalt.

Der kan være forskellige årsager til, at unge oplever at blive tilbudt stoffer, når de færdes i for eksempel byen, eller når de færdes online. En nærmere undersøgelse af disse årsager ligger imidlertid uden for formålet med denne analyse. I sidste halvdel af analysen tager vi dog højde for en række forhold, såsom tidligere brug af illegale stoffer, som kan øge risikoen for, at unge oplever at blive tilbudt stoffer, enten fordi de færdes i sociale miljøer, hvor der er mange stoffer, eller fordi de selv opsøger tilbud om at købe stoffer.

Hovedkonklusioner

- Vi undersøger fire måder, hvorpå unge kan blive tilbudt stoffer i henholdsvis fysiske og digitale miljøer. Spørgsmålene omhandler, hvorvidt de unge er blevet tilbudt at købe stoffer af en person eller at prøve stoffer – typisk i byen – eller har oplevet at modtage tilbud om at købe stoffer online eller via SMS. Vi finder, at 47 pct. af de unge har oplevet at blive tilbudt at *prøve* stoffer fysisk, fx i byen, til en fest eller på gaden, mens 35 pct. har oplevet at blive tilbudt at *købe* stoffer fysisk af en person, fx i byen, til en fest eller på gaden. Færre unge, nemlig 19 pct., er blevet tilbudt at *købe* stoffer online, og endnu færre, nemlig 10 pct., er blevet tilbudt at *købe* stoffer via SMS.

- Over halvdelen af de 15-25-årige har oplevet at få tilbudt stoffer, men meget få unge får dem tilbudt *udelukkende* digitalt; flest unge får tilbudt stoffer fysisk eller i begge miljøer. Når de fire ovennævnte spørgsmål om, hvordan unge oplever at blive tilbudt stoffer, samles til ét mål finder vi, at 44 pct. af de unge aldrig har fået tilbudt stoffer; 34 pct. har *udelukkende* oplevet at blive tilbudt at købe eller prøve stoffer, fx i byen, dvs. i fysiske miljøer; 3 pct. af de unge har *udelukkende* oplevet at blive tilbudt at købe stoffer online eller via SMS, dvs. digitalt; 19 pct. er blevet tilbudt stoffer både fysisk og digitalt.

- Flere mænd end kvinder oplever at få tilbudt stoffer, både fysisk og digitalt. Kønsforskellen er størst i forhold til at få tilbud om at *købe* stoffer af en person, hvor 47 pct. af mændene versus 26 pct. af kvinderne har oplevet dette.

- De unge, som tilbydes stoffer – både fysisk og digitalt – oplever, at de oftest får tilbudt hash (45 pct.) efterfulgt af kokain (25 pct.). Få unge oplever at få tilbudt opioider (5 pct.).

- Blandt de unge, som har oplevet tilbud om at købe stoffer online, har vi spurgt, hvilke sociale medier, de har oplevet dette på. Her angiver 86 pct., at det er sket på Snapchat. Kun 22 pct. har oplevet det på Instagram, og 19 pct. har oplevet det på Telegram. Endnu færre (under 10 pct.) har oplevet at blive tilbudt stoffer på Messenger, WhatsApp og TikTok. Men unge, som har fået tilbudt stoffer mange gange, angiver i højere grad, at det sker på platforme som Wickr, Signal og Telegram.

- Blandt unge, som får tilbudt stoffer digitalt (på sociale medier eller sms), er der 35 pct., som siger ja til at de har købt stoffer digitalt. Ser vi nærmere på netop disse 35 pct., viser det sig, at andelen, der har købt stoffer digitalt, er markant højere blandt unge med erfaring med hash (51 %), kokain (67 %) og andre hårde stoffer (64 %) sammenlignet med unge uden erfaring med de respektive stoftyper (henholdsvis 15 %, 27 % og 25 %). Resultaterne peger således på, at stoferfaring er tæt forbundet med unges køb af stoffer via digitale kanaler.

- Vi finder på baggrund af en regressionsanalyse, at man som 15-25-årig har en højere sandsynlighed for at få tilbudt stoffer, hvis man er en mand, er mellem 22 og 25 år, ofte går i byen, har drukket sig fuld i en tidlig alder og ofte drikker sig fuld. Når vi medtager, hvorvidt de unge har stoferfaring, er disse ovennævnte fem faktorer fortsat signifikante, om end de

reduceres i betydning. Tidlig stoferfaring, og det om man har prøvet hash eller kokain, viser sig at være afgørende for, om man er blevet tilbudt stoffer, men de betyder mindre end at have været fuld i en tidlig alder.

- Vi finder på baggrund af endnu en regressionsanalyse, at digitale stoftilbud forekommer oftere blandt de yngste unge, og unge som p.t. er i gang med eller kun har afsluttet folkeskolen eller FGU/STU end unge, som går i eller har afsluttet gymnasiet. Digitale tilbud om stoffer opleves også i højere grad af unge bosat i Region Midtjylland og Region Syddanmark end i Region Hovedstaden. Omvendt er fysiske tilbud om at købe eller prøve stoffer i højere grad forbundet med, at de unge er ældre, at de har et højt socialt medieforbrug, og at de har drukket sig fuld som 14-årig eller ældre. Der er ikke nogen signifikant forskel på, hvorvidt man tilbydes stoffer fysisk eller digitalt, hvis man er mand, går ofte i byen, har fuldskabsdebut som 13-årig eller tidligere, har prøvet stoffer i en tidlig alder eller har prøvet stoffer som cannabis og kokain.

Indledning

Det er relevant at undersøge tilbud om at købe eller prøve stoffer, også kaldet tilgængelighed, som et muligt første led i forståelsen af unges møde med illegale stoffer. For det første er tilgængelighed forudsætningen for, at unge kan få adgang til stoffer.[1] For det andet kan tilgængelighed have betydning for unges vurdering af risikoen forbundet med stofbrug. Hvis et illegalt stof opleves som meget tilgængeligt og udbredt, kan det opleves som mindre farligt.[2]

Tilgængelighed af stoffer handler dog ikke om, hvorvidt et illegalt stof faktisk kan anskaffes, men om de unge *oplever* at blive eksponeret for at blive tilbudt stoffer, og hvor de oplever at blive tilbudt stoffer. I denne analyse skelner vi kun mellem, hvorvidt unge oplever at få tilbudt stoffer fysisk, dvs. typisk i byen, versus digitalt. Det gør vi af flere årsager. For det første peger internationale og europæiske undersøgelser på, at stofmarkedet er under forandring.[3] I dag foregår en stor del af handlen på de sociale medier, hvor krypterede platforme kan fungere som kanaler for kontakt mellem sælgere og potentielle købere.[4] En dansk undersøgelse af sociale mediers rolle i stofhandel fra 2025 fandt eksempelvis, at Snapchat i den undersøgte periode gav relativt let adgang til kontakt med aktive stofsælgere, mens adgangen via Facebook og Instagram fremstod mere begrænset.[5] For det andet peger nationale undersøgelser på, at stoffer som fx kokain er blevet langt mere udbredt blandt unge, som går meget i byen i dag.[6] Hvis stofferne i højere grad er tilgængelige, når de unge går i byen, kan det øge risikoen for, at de unge faktisk også prøver dem. For det tredje er der national forskning, som peger på, at den øgede stoftilgængelighed og øgede brug af sociale medier tilvejebringer nogle helt nye måder at få adgang til stoffer på.[7] Det er vigtigt at understrege, at det fortsat er uklart, hvad der fylder mest – er det fysisk eller via digitale miljøer, at de unge oftest bliver tilbudt stoffer, og hvem bliver typisk tilbudt stoffer disse to steder. Er det den samme gruppe af unge, eller er de forskellige. Det er de spørgsmål, vi sætter os for at undersøge i denne analyse.

---

[1] Gillespie, N. A., Neale, M. C., & Kendler, K. S. (2009). *Pathways to cannabis abuse: A multi-stage model from cannabis availability, cannabis initiation and progression to abuse*. *Addiction, 104*(3), 430-438.

[2] Järvinen, M. & Østergaard, J. (2011). "Dangers and pleasures: Drug attitudes and experiences among young people." *Acta Sociologica*, 54(4), 333-350.

[3] European Union Drugs Agency (EUDA) (2025). *European Drug Report 2025: Trends and Developments*. EUDA – European Drug Report 2025

[4] Søgaard, T. F., Kolind, T., Haller, M. B., & Hunt, G. (2019). *Ring and bring drug services: Delivery dealing and the social life of a drug phone. International Journal of Drug Policy*, 69, 8-15. https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2019.02.003

[5] Analyse & Tal. (2025). *Stoffer i feedet – Unges møde med stofsalg online*. Analyse & Tal, Center for Digital Pædagogik og Helsefonden.

[6] Østergaard, J., Skov, P. R., & Baggesen, L. (2026). Kokainbrug blandt 15-25-årige ifølge en natteli vsundersøgelse og en befolkningsundersøgelse. *ROCKWOOL Fonden. https://rockwoolfonden.s3.eu-central-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2026/06/Kokainbrug-blandt-15-25-arige-i-Danmark_Final-Final.pdf?download=true.*

[7] Korshøj, N. T., & Søgaard, T. F. (2024). Hybrid drug dealing: Merging on- and offline spheres when dealing drugs via social media. *International Journal of Drug Policy*, 130, 104509. https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2024.104509.

Det er vigtigt at understrege, at analysen bygger på de unges selvrapporterede erfaringer med at blive tilbudt stoffer i henholdsvis fysiske og digitale miljøer. Fysiske tilbud forstås her som tilbud, der finder sted i konkrete sociale sammenhænge, typisk i nattelivet, mens digitale tilbud omfatter tilbud via internettet eller SMS. Når de unge svarer på, hvorvidt de har oplevet at blive tilbudt at *købe* stoffer af en person eller tilbudt *at prøve* stoffer, fx i byen, på en natklub eller på gaden, er spørgsmålsformuleringen således orienteret mod nattelivet. Dette afspejler tidligere forskningsresultater, der peger på nattelivet som en væsentlig kontekst for forekomsten af illegale stoffer. Formuleringen er imidlertid ikke begrænset til disse specifikke kontekster, og positive besvarelser kan derfor også omfatte oplevelser fra andre fysiske miljøer, eksempelvis ungdomsklubber eller uddannelsesinstitutioner.

Det er desuden væsentligt at tage højde for de metodiske begrænsninger, der er forbundet med selvrapporterede oplysninger om tilbud om stoffer. Når de unge angiver, hvilke stoffer de er blevet tilbudt, kan deres besvarelser være behæftet med usikkerhed, blandt andet fordi de ikke nødvendigvis har set det pågældende stof eller har tilstrækkelig viden til at identificere det korrekt. Resultaterne bør derfor fortolkes som et mål for de unges oplevede eksponering for tilbud om illegale stoffer snarere end som en præcis opgørelse af, hvilke stoffer de faktisk er blevet tilbudt, eller hvilke stoffer der reelt er tilgængelige på det illegale marked.

Sidst men ikke mindst skal det understreges, at stoftilgængelighed ikke kan sidestilles med brug. Tilgængelighed og eksponering er dog i de fleste tilfælde det forudgående led i processen fra mødet med et stof til eventuel anskaffelse og brug. Derfor er det relevant at undersøge tilgængelighed og eksponering nærmere, hvilket vi gør med afsæt i en stor, repræsentativ spørgeskemaundersøgelse blandt 15-25-årige indsamlet i efteråret 2025 (n = 5.082). En nærmere beskrivelse af datagrundlag, stikprøve og bortfald findes efter konklusionen.

Denne analyse er struktureret i tre delanalyser, der belyser forskellige aspekter af unges eksponering for tilbud om illegale stoffer i fysiske og digitale miljøer.

Delanalyse 1 undersøger omfanget af unges oplevede adgang til illegale stoffer gennem tilbud i henholdsvis fysiske og digitale miljøer. Analysen belyser desuden, hvilke stoffer de unge oplever at blive tilbudt, samt hvilke sociale medieplatforme de møder tilbuddene på.

Delanalyse 2 undersøger forskelle mellem unge, der har oplevet at blive tilbudt illegale stoffer, og unge, der ikke har haft sådanne erfaringer. Analysen omfatter tilbud i både fysiske og digitale miljøer og har til formål at identificere karakteristika, der adskiller de to grupper.

Delanalyse 3 undersøger, om der kan identificeres systematiske forskelle mellem unge, der oplever at få tilbudt stoffer i fysiske miljøer, og unge, der oplever at få tilbudt stoffer digitalt. Analysen tager højde for, at de to former for eksponering ikke er gensidigt udelukkende, idet en betydelig andel af de unge har erfaringer med tilbud om stoffer på begge måder. Vi anvender derfor en metode, der eksplicit tager højde for dette overlap og dermed muliggør en mere nuanceret undersøgelse af, om der er systematiske forskelle mellem de to eksponeringsformer.

Delanalyse 1: Tilbydes unge illegale stoffer fysisk eller digitalt samt hvilke stoffer tilbydes de?

I en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse spurgte vi 15-25-årige, hvor mange gange de havde oplevet at blive tilbudt at *købe* stoffer af en person eller at *prøve* stoffer, fx i byen, på en natklub, til en fest, på gaden el.lign., samt hvor mange gange de var blevet tilbudt at *købe* stoffer online eller via SMS. For hver af de fire kategorier kunne de unge svare: "0 gange", "1 gang", "2 gange", "3-4 gange" eller "5+ gange" (se også Appendiks 1, Tabel 1.1 for spørgsmålsformuleringerne).

Tabel 1 viser fordelingen af, hvor mange gange de unge har oplevet at blive tilbudt stoffer i de fire forskellige situationer. Når vi ser på hver af de fire måder, kan vi se, at flest unge er blevet fysisk tilbudt at *prøve* stoffer, fx i byen. 47 pct. har oplevet dette mindst én gang, mens 13 pct. har oplevet det fem eller flere gange. Færre unge er blevet tilbudt at *købe* stoffer af en person, fx i byen.[8] Det gælder for 35 pct. af de unge. Endnu færre har oplevet at få tilbudt stoffer online, hvilket gælder for 19 pct., mens 10 pct. har fået tilbudt at købe stoffer via SMS. Det er således mere udbredt at få tilbudt at *prøve* stoffer fysisk end at få tilbudt at *købe* dem, og det er mindst udbredt at få tilbudt at købe stoffer digitalt.

Tabel 1: Andel af 15-25-årige, som er blevet tilbudt at købe eller prøve stoffer fysisk eller fået tilbudt stoffer digitalt. Opgjort efter antal gange (N = 5082)

Antal gange tilbudt	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person	Fysisk tilbudt at prøve stoffer	Tilbudt at købe stoffer online	Tilbudt af købe stoffer via SMS
0 gange	64,7 % (3,290)	53,2 % (2,705)	81,1 % (4,119)	89,9 % (4,568)
1 gang	13,8 % (699)	15,8 % (804)	6,3 % (319)	2,9 % (147)
2 gange	7,8 % (394)	9,5 % (481)	3,1 % (159)	1,6 % (83)
3-4 gange	5,6 % (286)	8,4 % (428)	3,0 % (154)	1,7 % (85)
5+ gange	8,1 % (413)	13,1 % (664)	6,5 % (331)	3,9 % (199)
Total	100 % (5082)	100 % (5082)	100 % (5082)	100 % (5082)

Vi kan også aflæse af Tabel 1, at der er overlap mellem de fire måder at blive tilbudt stoffer på, altså at en gruppe unge har oplevet at blive tilbudt stoffer mere end et sted. Vi tester derfor korrelationerne mellem at blive tilbudt stoffer på forskellige måder, hvilket vi rapporterer i Tabel 2.

[8] Se evt. også Søgaard, T.F., Magnussen, F.I., Pedersen, M.M & Pedersen, M.U. (2024). Erhvervelse og distribuering af illegale rusmidler blandt unge voksne, 2022: Distributionsmønstre i Danmark. Faglig rapport fra Center for Rusmiddelforskning, Aarhus Universitet 2024. https://pure.au.dk/portal/da/publications/erhvervelse-og-distribuering-af-illegale-rusmidler-blandt-unge-vo/

Tabel 2: Korrelationer (Spearman's ρ) mellem at være blevet tilbudt stoffer på fire forskellige måder

	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person	Fysisk tilbudt at prøve stoffer	Tilbudt at købe stoffer online	Tilbudt af købe stoffer via SMS
Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person				
Fysisk tilbudt at prøve stoffer	0,593			
Tilbudt at købe stoffer online	0,431	0,398		
Tilbudt af købe stoffer via SMS	0,343	0,324	0,439	

Tabel 2 viser, at den stærkeste korrelation (r = 0,593) findes mellem at blive tilbudt at købe stoffer af en person og at prøve stoffer. Den næststærkeste korrelation findes mellem at være blevet tilbudt at købe stoffer online og via SMS. Dette mønster indikerer, at der er et sammenfald mellem de to mål for, hvor de unge tilbydes stoffer. Derfor kan vi samle de fire spørgsmål til en kategorisk variabel, der skelner mellem unges erfaringer med at blive tilbudt stoffer i fysiske og digitale miljøer. Denne operationalisering gør det muligt at undersøge udbredelsen af tilbud om stoffer i henholdsvis fysiske og digitale miljøer samt at identificere omfanget af overlap mellem de to former for eksponering.

Variablen bliver defineret på følgende måde og fordelingen af unge på disse fire kategorier fremgår af Tabel 3.

a) Unge, der svarer nej til at blive tilbudt stoffer i alle fire spørgsmål.
b) Unge, der *udelukkende* har oplevet at blive tilbudt at købe stoffer af en person eller at prøve stoffer, fx i byen, på gaden el.lign., dvs. fysisk, men som aldrig har oplevet at blive tilbudt at købe stoffer online eller via SMS.
c) Unge, der *udelukkende* har oplevet at blive tilbudt at købe stoffer online eller via SMS, dvs. digitalt, men som aldrig har oplevet at blive tilbudt stoffer fysisk.
d) Unge, der har oplevet at blive tilbudt stoffer i både fysiske og digitale miljøer, dvs. har oplevet både at blive tilbudt at købe eller prøve stoffer, fx i byen, på gaden el.lign., men som også har er blevet tilbudt at købe stoffer online eller via SMS.

Tabel 3: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer fysisk, digitalt eller begge steder (n = 5082)

Sted tilbudt	Antal respondenter
Aldrig tilbudt	43,8 % (2226)
Kun fysisk	33,9 % (1724)
Kun digitalt	2,9 % (148)
Begge steder	19,4 % (984)
Total	100,0 % (5082)

Når vi samler alle besvarelserne for de fire mulige måder for, hvordan de unge kan få tilbud om stoffer, finder vi, at i alt 44 % af de unge 15-25-årige aldrig er blevet nogen form for stoffer. Dvs. omvendt er det i alt 56 pct. af de unge 15-25-årige, som har prøvet at blive tilbudt stoffer. Dvs. over halvdelen af de unge er altså blevet tilbudt stoffer mindst én gang, og når vi ser på, hvor det så foregår, kan vi se, at 34 pct. af de unge 15-25-årige oplever at det sker fysisk. Færre, men stadig en væsentlig gruppe på 19 pct. oplever at få stoffer tilbudt både fysisk og digitalt, og en meget lille andel på kun 3 pct. har oplevet alene at få tilbudt stoffer digitalt. Dette overlap mellem eksponering både fysisk og digitalt repræsenterer altså størstedelen af unges erfaring med digitale stoftilbud, idet en meget lille andel af de unge får tilbudt stoffer *kun* digitalt. I analysedel 3 vender vi tilbage til, hvor stor forskel der er på de unge, som tilbydes stoffer fysisk versus digitalt.

Vi fortsætter med at undersøge, hvordan de fire forskellige måder for stoftilgængelighed fordeler sig i forhold til de unges køn, alder, længste igangværende eller gennemførte uddannelse og forbrug af sociale medier. Her bruger vi de fire forskellige hovedspørgsmål, som er vist i Tabel 1.

Tabel 4: Andel af 15-25-årige, som er blevet tilbudt stoffer mindst en gang, fordelt på fire forskellige måder og køn (n = 5082). Z-test for proportioner er udført for at teste om forskellene mellem mænd og kvinder er signifikante for hver type stoftilbud.

Køn	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person ***	Fysisk tilbudt at prøve stoffer ***	Tilbudt at købe stoffer online ***	Tilbudt af købe stoffer via SMS ***	Aldrig tilbudt ***	Total
Mand	47,7 % (1036)	52,4 % (1138)	24,2 % (526)	14,6 % (317)	35,6 % (773)	100,0 % (2173)
Kvinde	26,0 % (756)	42,6 % (1239)	15,0 % (437)	6,8 % (197)	49,9 % (1453)	100,0 % (2909)
Samlet	35,3 % (1792)	46,8 % (2377)	18,9 % (963)	10,1 % (514)	56,1 % (2856)	100,0 % (5082)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. Rækkerne summerer ikke til 100 pct., da respondenter kan svare, at de er blevet tilbudt stoffer alle fire steder. Procenttallet angiver således, hvor stor en andel af hhv. mænd og kvinder der er blevet tilbudt stoffer mindst en gang det nævnte sted.*

Tabel 5: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer mindst en gang, fordelt på de fire forskellige måder og alder (n = 5082). X^2-test er udført for at teste om forskelle på aldersgrupperne er signifikante for hver type stoftilbud.

Alders-grupper	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person ***	Fysisk tilbudt at prøve stoffer ***	Tilbudt at købe stoffer online	Tilbudt af købe stoffer via SMS ***	Aldrig tilbudt ***	Total
15-17 år	23,7 % (459)	33,6 % (649)	19,0 % (368)	7,0 % (136)	56,9 % (1100)	100,0 % (1933)
18-21 år	39,3 % (683)	51,5 % (895)	20,0 % (347)	10,4 % (181)	61,2 % (1065)	100,0 % (1739)
22-25 år	46,1 % (650)	59,1 % (833)	17,6 % (248)	14,0 % (197)	67,9 % (958)	100,0 % (1410)
Samlet	35,3 % (1792)	46,8 % (2377)	18,9 % (963)	10,1 % (514)	56,1 % (2856)	100,0 % (5082)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. Rækkerne summerer ikke til 100 pct., da respondenter kan svare, at de er blevet tilbudt stoffer alle fire steder. Procenttallet angiver således, hvor stor en andel af de forskellige aldersgrupper der er blevet tilbudt stoffer mindst en gang det nævnte sted.*

Tabel 6: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer mindst en gang, fordelt på de fire forskellige måder og uddannelse (n = 5082). X^2-test er udført for at teste om forskelle på uddannelserne er signifikante for hver type stoftilbud.

Uddannelse	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person ***	Fysisk tilbudt at prøve stoffer ***	Tilbudt at købe stoffer online ***	Tilbudt af købe stoffer via SMS ***	Aldrig tilbudt ***	Total
Folkeskolen	22,6 % (278)	31,1 % (383)	20,0 % (247)	9,3 % (114)	58,8 % (725)	100,0 % (1232)
FGU/STU	29,7 % (30)	37,6 % (38)	31,7 % (32)	19.8 % (20)	55,4 % (56)	100,0 % (101)
Gymnasiet	36.9 % (802)	49.4 % (1074)	18.8 % (409)	8.7 % (190)	40,6 % (882)	100,0 % (2174)
EUD	48.6 % (180)	58.9 % (218)	25.9 % (96)	17.8 % (66)	32,7 % (121)	100,0 % (370)
Kort/Mellem VGU	41.9 % (222)	55.3 % (293)	15.7 % (83)	10.9 % (58)	36,0 % (191)	100,0 % (530)
Lang VGU	43.4 % (245)	59.6 % (336)	13.7 % (77)	9.8 % (55)	32,3 % (182)	100,0 % (564)
Anden uddannelse	31.5 % (35)	31.5 % (35)	17.1 % (19)	9.9 % (11)	62,2 % (69)	100,0 % (111)
Samlet	35,3 % (1792)	46,8 % (2377)	18,9 % (963)	10,1 % (514)	56,1 % (2856)	100,0 % (5082)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. Rækkerne summerer ikke til 100 pct., da respondenter kan svare, at de er blevet tilbudt stoffer alle fire steder. Procenttallet angiver således, hvor stor en andel af unge med de forskellige uddannelser der er blevet tilbudt stoffer mindst en gang det nævnte sted.*

Tabel 7: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer mindst en gang, fordelt på de fire forskellige måder og dagligt socialt medieforbrug (n = 5082). X^2-test er udført for at teste om forskelle i antal timer brugt på sociale medier er signifikante for hver type stoftilbud.

Socialt medie forbrug	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person	Fysisk tilbudt at prøve stoffer ***	Tilbudt at købe stoffer online	Tilbudt af købe stoffer via SMS	Aldrig tilbudt ***	Total
0-1 time om dagen	34.0 % (880)	44.0 % (1141)	19.1 % (495)	10.2 % (265)	46,9 % (1216)	100,0 % (2592)
2-3 timer om dagen	36.8 % (602)	50.1 % (820)	18.6 % (305)	10.2 % (167)	40,0 % (654)	100,0 % (1636)
4+ timer om dagen	36.3 % (310)	48.7 % (416)	19.1 % (163)	9.6 % (82)	41,7 % (356)	100,0 % (854)
Samlet	35,3 % (1792)	46,8 % (2377)	18,9 % (963)	10,1 % (514)	56,1 % (2856)	100,0 % (5082)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. Rækkerne summerer ikke til 100 pct., da respondenter kan svare, at de er blevet tilbudt stoffer alle fire steder. Procenttallet angiver således, hvor stor en andel af unge med et givent socialt medieforbrug der er blevet tilbudt stoffer mindst en gang det nævnte sted.*

I Tabel 4 ser vi, at langt flere mænd er blevet tilbudt stoffer end kvinder både i fysiske og digitale miljøer. Kønsforskellen er størst i forhold til at blive tilbudt at købe stoffer af en person i byen med en forskel på 22 pct. Vi finder også en kønsforskel i forhold til at prøve stoffer, fx i byen, samt i forhold til at få tilbudt at købe stoffer online eller via SMS, men her er forskellen kun omkring 8-10 pct.

Tabel 5 viser fordelingen af tilbud om stoffer blandt henholdsvis yngre og ældre unge. Overordnet set har de 22-25-årige i højere grad end de yngre unge oplevet at blive tilbudt stoffer med undtagelse af at få tilbudt stoffer online. Her er forskellen mindre, hvilket vil sige, at de helt unge oplever at få tilbudt at købe stoffer online i lige så høj grad som de ældre. En forklaring på dette er sandsynligvis, at de unge over 18 år går mere i byen.

Tabel 6 viser, hvordan det at få tilbudt stoffer varierer efter de unges længste gennemførte eller igangværende uddannelse (se Appendiks 1, Tabel 1.1 1 for kodning af variable). Når det gælder tilbud om at *købe* stoffer, er det mest udbredt blandt unge med en erhvervsuddannelse, hvor 48,6 pct. har oplevet dette. Tilbud om at *prøve* stoffer er mest udbredt blandt unge med en lang videregående uddannelse (59,6 pct.) og unge med en erhvervsuddannelse (58,9 pct.). Når det gælder tilbud om at købe stoffer online, er det derimod især unge på de forberedende grunduddannelser, der har oplevet dette (31,7 pct.), efterfulgt af unge med en erhvervsuddannelse (25,9 pct.). Ligeledes er det også unge på forberedende grunduddannelser og erhvervsuddannelser, der oftest bliver tilbudt at købe stoffer via SMS. Tilbud om at købe stoffer digitalt er således mere udbredt blandt unge med kortere uddannelser end blandt unge med længere uddannelser.

Tabel 7 viser, hvordan det at få tilbudt stoffer på de fire forskellige måder fordeler sig i forhold til de unges sociale medieforbrug. Der er stort set ingen variation på tværs af måderne, andet end at unge, som har et lavt socialt medieforbrug, dvs. 0-1 time om dagen, i lidt mindre grad (44 pct.) får tilbudt at prøve stoffer, fx i byen, i forhold til unge med et højere forbrug (49 pct.).

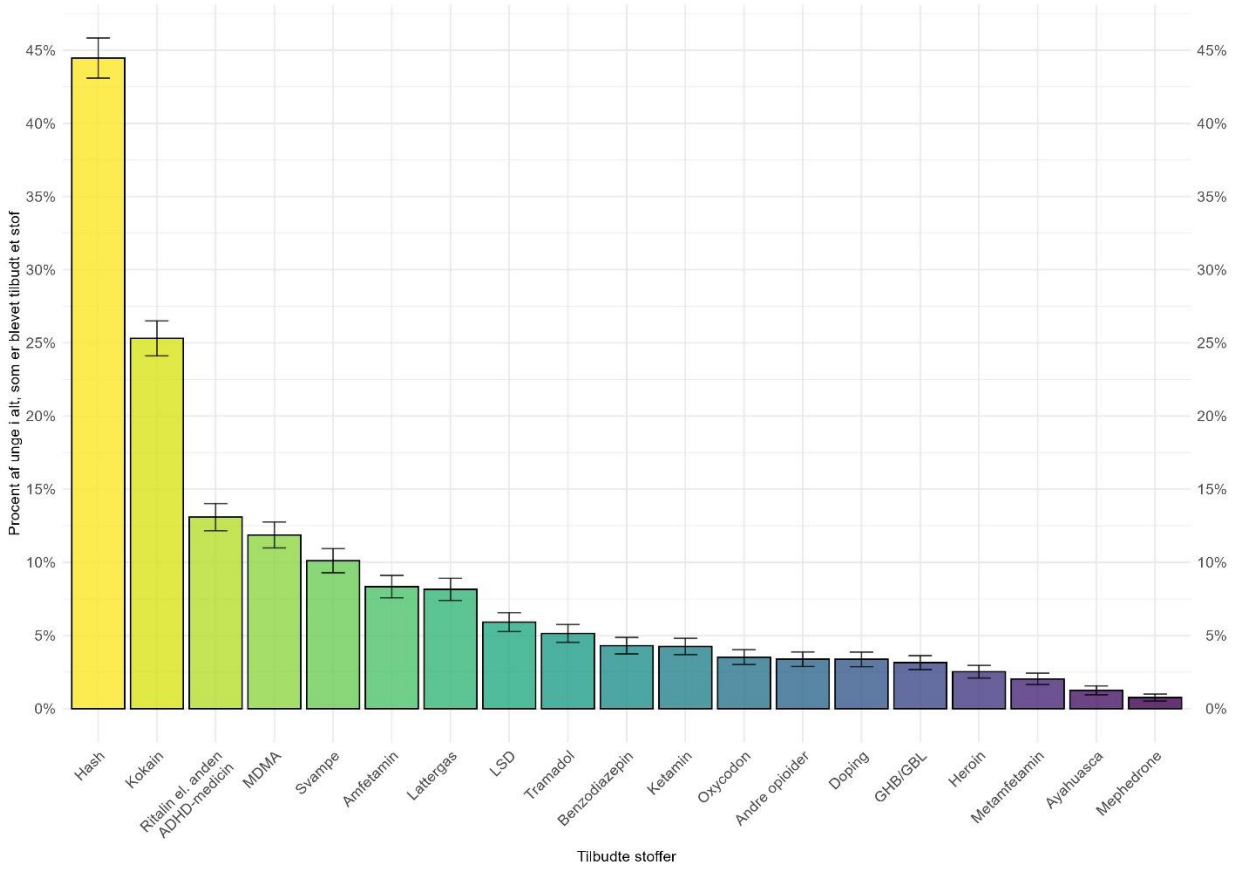
Hvilke stoffer bliver de unge tilbudt – både fysisk og digitalt

De 56 pct. unge, der i spørgeskemaundersøgelsen har sagt ja til, at de mindst én gang har fået tilbudt stoffer, blev efterfølgende spurgt, hvilke stoffer de mener, at de er blevet tilbudt. Her kunne de sætte kryds på en liste med 20 forskellige illegale stoffer. Vi skal gøre opmærksom på, at dette spørgsmål måler, hvad de unge tror, de er blevet tilbudt.

I Figur 1 har vi rangeret de nævnte stoffer efter, hvor hyppigt de er nævnt. Da de unge kunne angive lige så mange stoffer, som de har oplevet at blive tilbudt af de 20 nævnte stoffer, summerer tallene ikke til 100 pct.

45 pct. nævner, at de er blevet tilbudt hash, som således er det stof, som flest unge har oplevet at blive tilbudt. Dernæst kommer kokain (25 pct.) og Ritalin eller anden ADHD-medicin (13 pct.) efterfulgt af MDMA, som kun 9 pct. har nævnt. Kun 5 pct. har fået tilbudt opioider (Tramadol), og endnu færre har fået tilbudt Oxycodon eller andre opioider.

Figur 1: Andele af alle unge, som er blevet tilbudt forskellige stoffer (n = 5082). Fejllinjer angiver 95 %-konfidensintervaller.

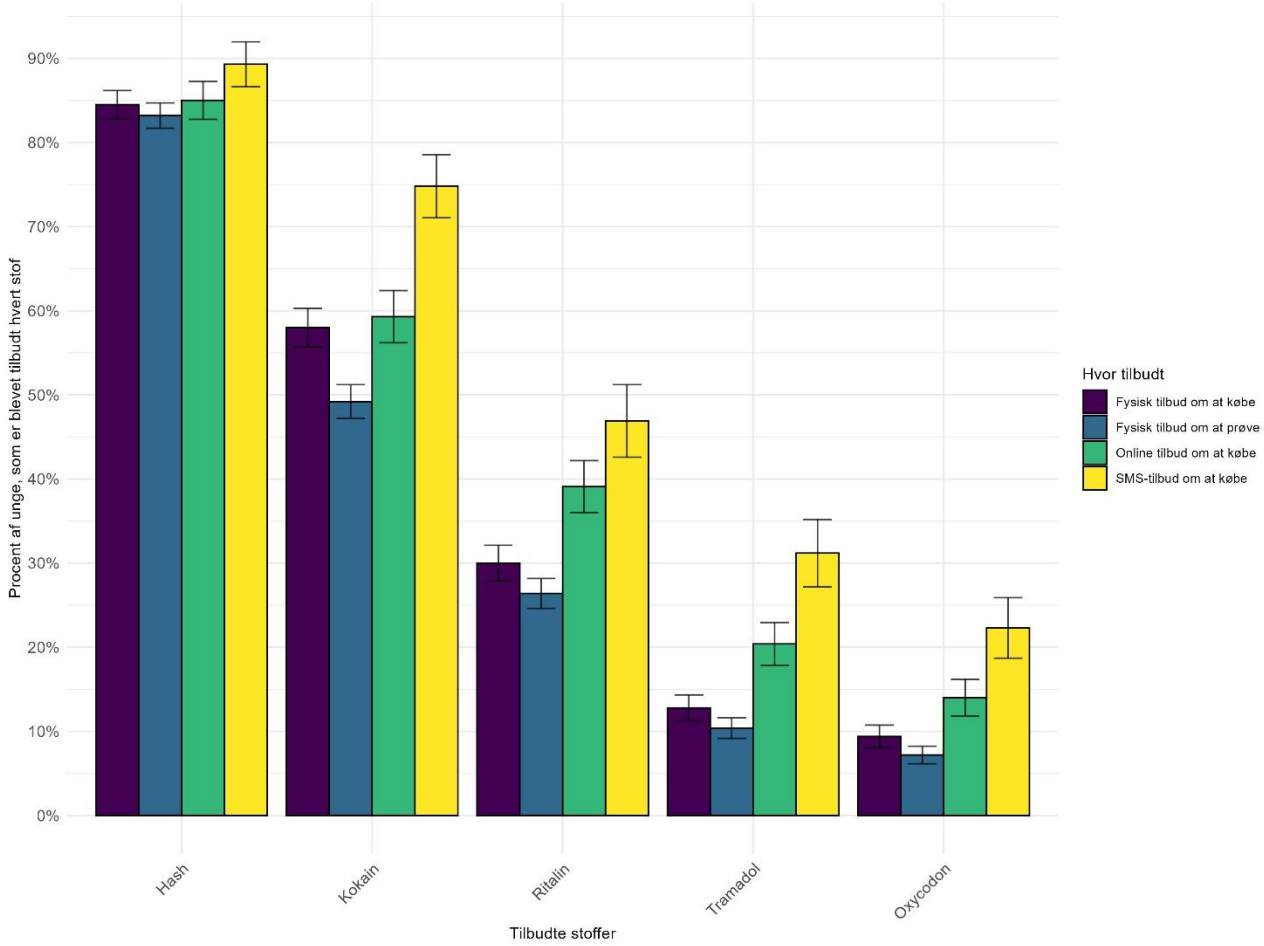


Vi sammenholder de stoffer, de unge er blevet tilbudt, med, hvor de er blevet tilbudt stofferne. Det vil sige, at vi kobler spørgsmålet om, hvilke typer af stoffer de får tilbudt, sammen med, om de har fået tilbudt stoffer henholdsvis fysisk eller digitalt. Når vi kombinerer disse to spørgsmål, giver det et

indblik i, hvilke stoffer de unge mest har lagt mærke til at blive tilbudt henholdsvis i fysiske miljøer, dvs. i byen, på gaden osv., og online eller via SMS. Vi måler altså ikke præcist, hvor de unge oplever at blive tilbudt de 20 forskellige stoffer. Vi måler kun, hvordan det at blive tilbudt stoffer et af de fire steder hænger sammen med, hvilke og hvor mange stoffer de unge har nævnt, at de har fået tilbudt.

Figur 2 viser, hvor stor en procentdel af de unge, der er blevet tilbudt henholdsvis hash, kokain, Ritalin eller anden ADHD-medicin, samt de to mest populære opioider, Tramadol og Oxycodon, alt efter hvilke steder de er blevet tilbudt stoffer (den fulde tabel kan ses i Appendiks 2, Tabel 2.1).

Figur 2: Andelen af unge, der er blevet tilbudt stofferne hash, kokain, Ritalin/ADHD-medicin og opioider opdelt efter, hvor de unge er blevet tilbudt stofferne (n = 2856). Fejllinjer angiver 95 %-konfidensintervaller.



Blandt de 15-25-årige ser vi, at hash bliver tilbudt fysisk som digitalt. For de øvrige stoffer er der større forskelle mellem de forskellige steder, og særligt opioiderne skiller sig ud: Unge, som oplever at få tilbudt stoffer på SMS, nævner i langt højere grad, at de får tilbudt især Tramadol, men også andre opioider. Hvis man får tilbudt at købe stoffer via SMS, får man også i højere grad tilbudt kokain og Ritalin eller anden ADHD-medicin. Det er således bemærkelsesværdigt, at SMS ser ud til at være en kanal, hvor de unge bliver tilbudt mange forskellige typer af stoffer. Det gælder på trods af, at SMS er den mindst udbredte af de undersøgte kanaler: Kun 10 pct. af de unge har oplevet at få

tilbudt stoffer via SMS (jf. Tabel 1). Blandt den relativt lille gruppe, der har oplevet at få tilbudt stoffer via SMS, er det således tilfældet, at de i højere grad bliver tilbudt flere forskellige typer af stoffer, men for de mest udbredte stoffer som hash og til dels også kokain er der ingen forskel på, om de unge også oplever at få tilbudt disse stoffer både fysisk, dvs. i byen, og online.

Hvilke online platforme opleves tilbud om stoffer på?

Afslutningsvis i delanalyse 1 undersøger vi, hvilke sociale medieplatforme de unge oplever at blive tilbudt at købe stoffer på. De 19 pct. af de unge, som har angivet, at de har oplevet at få tilbudt stoffer online, blev efterfølgende spurgt, hvilke platforme de havde fået dem tilbudt på. Spørgsmålet omfattede i alt 12 kategorier, herunder 11 konkrete sociale medieplatforme samt kategorien "andre steder".

Tabel 8 viser andelen af unge, der har oplevet at få tilbudt stoffer på de 11 forskellige sociale medieplatforme samt andre steder.[9] Andelen beregnes først blandt de 19 pct. af de unge, som har angivet, at de har oplevet at blive tilbudt at købe stoffer online. For at belyse, hvor udbredt fænomenet er blandt alle unge, har vi desuden beregnet andelene blandt alle 15-25-årige, som besvarede skemaet, på trods af at 81 pct. af disse har sagt, at de ikke har oplevet dette. Dette har vi gjort for at vise omfanget af, hvor mange unge i alderen 15-25 år, der oplever at blive tilbudt stoffer via sociale medier i hele populationen.

Snapchat er den platform, hvor flest unge oplever at blive tilbudt stoffer. Hele 86 pct. af de unge, der har fået tilbudt stoffer online, angiver, at dette er sket via Snapchat. Efter Snapchat følger Instagram og Telegram, hvor henholdsvis 22 pct. og 19 pct. af de unge har oplevet at få tilbudt stoffer. De øvrige platforme, herunder også Facebook, ligger væsentligt lavere, idet omkring 10 pct. eller færre af de unge, som er blevet tilbudt stoffer online, angiver at have modtaget tilbud om stoffer via disse platforme.

Resultaterne peger således på, at Snapchat indtager en helt dominerende position som kanal for digitale tilbud om stoffer blandt unge, mens de øvrige platforme spiller en betydeligt mindre rolle. Og gør vi tallene op i forhold til alle unge i alderen 15-25 år, kan vi se, at det vil svare til at 16,4 pct. af den unge population af 15-25-årige ville opleve at få tilbud om at købe stoffer via Snapchat, mens det kun er omkring 4 pct. og under, der ville opleve det på de øvrige sociale medieplatforme.

Når Snapchat er den platform, hvor flest unge oplever at få tilbudt stoffer, skyldes det sandsynligvis, at det er en af de mest udbredte sociale medieplatform blandt unge i dag.[10] Sagt på en anden måde

[9] De unge har skrevet, hvilke andre steder det er, og her nævner de fleste Discord.
[10] Ifølge den seneste undersøgelse af unges brug af sociale medier er TikTok det sociale medie, børn og unge bruger mest tid på, særligt blandt de 13-15-årige, der i gennemsnit bruger ca. 2 timer og 30 minutter dagligt. Platformen benyttes af 51 pct. af de 12-årige og omkring 75 pct. af de 15-16-årige, men udbredelsen falder blandt de ældre unge, hvor under 40 pct. af de 24-25-årige bruger TikTok. Snapchat er særligt udbredt blandt teenagere, hvor over 80 pct. af de 12-årige og mere end 90 pct. af de 14-17-årige bruger appen, og tidsforbruget ligger på omkring en time dagligt. Blandt de 20-25-årige falder tidsforbruget til ca. 15 minutter om dagen, selvom Snapchat fortsat er udbredt i aldersgruppen. Instagram har ligeledes en høj udbredelse blandt unge, idet 86-91 pct. af de 15-20-

bruger færre unge sociale medier, som fx Wickr eller Signal, og det påvirker dermed et spørgsmål, som måler, hvor mange unge der oplever at få tilbudt stoffer på de forskellige sociale medieplatforme. Det er dog påfaldende, at Snapchat fylder så meget mere end fx Instagram og Facebook, især i betragtning af at disse også i høj grad anvendes af unge, især de lidt ældre unge. Det kan

Tabel 8: Andele af unge, som er blevet tilbudt stoffer på specifikke sociale medieplatforme, både som procentdel af de unge, som svarer ja til, at de er blevet tilbudt stoffer online, og af alle unge

Socialt medie	Tilbudt at købe stoffer online (n = 963)	Alle unge (n =5082)
Snapchat	86,4 %	16,4 %
Instagram	21,7 %	4,1 %
Telegram	18,9 %	3,6 %
Messenger	10,5 %	2,0 %
WhatsApp	10,1 %	1,9 %
TikTok	8,9 %	1,7 %
Facebook	7,4 %	1,4 %
Signal	6,9 %	1,3 %
Reddit	5,4 %	1,0 %
Wickr	4,8 %	0,9 %
X	2,8 %	0,5 %
Andre steder online	2,0 %	0,4 %

være fordi, Snapchat er indrettet således, at hvis unge søger på stofrelaterede emner, fx nikotin, eller har venner, som fx har kontakt til nogen, som sælger stoffer, vil algoritmen tilpasse anbefalinger om indhold og venner til de øvrige brugeres data og netværk.[11]

årige bruger platformen, og tidsforbruget stiger fra ca. 30 minutter dagligt blandt de yngste til 45-50 minutter blandt unge i begyndelsen af 20'erne. Facebook adskiller sig fra de øvrige platforme ved at være mindst udbredt blandt de yngste, hvor kun omkring hver tiende 12-årig bruger mediet, mens mere end 90 pct. af de 22-25-årige har været aktive inden for den seneste måned. Trods den høje udbredelse blandt unge voksne er tidsforbruget på Facebook relativt lavt og ligger på omkring en halv time dagligt. Se Hansen, Lasse H. (2025) – *Børn, unge og forældre på sociale medier: Tid, vaner og oplevet forbrug.* Konkurrence- og forbrugerstyrelsen. https://kfst.dk/media/ewnjsnxx/20251202-boern-unge-og-foraeldre-paa-sociale-medier.pdf.

[11] Kristoffer Aagesen & Jakob Demant (30 Aug 2025): From Gray to Black Markets – A Quasi-Experimental Study on Algorithmically Driven Digital Drift Opportunities on Social Media, Deviant Behavior. https://doi.org/10.1080/01639625.2025.2550351

For at få en anden vurdering af, hvor udbredt det er at blive tilbudt stoffer på de forskellige sociale medier, laver vi en anden opgørelse. Vi tager udgangspunkt i, hvor mange gange de unge samlet set har oplevet at få tilbudt stoffer online, jf. Tabel 1. Vi omkoder antallet af gange, de unge er blevet tilbudt stoffer på sociale medier, til fem kategorier: 0 = ”0 gange”, 1 = ”1 gang”, 2 = ”2 gange”, 3 = ”3-4 gange” og 4 = ”5+ gange”. Herefter beregner vi den gennemsnitlige værdi af denne variabel blandt de unge, der har oplevet at blive tilbudt stoffer online. Gennemsnittet er 2,52. Da kategorien 3 samler 3-4 gange, og kategorien 5 samler alle svar på fem eller flere gange, er gennemsnittet et underestimat af det faktiske antal gange, de unge er blevet tilbudt stoffer. Vi anvender alligevel dette gennemsnit, fordi det giver os en måde at holde gennemsnittet for antal gange, de unge bliver tilbudt stoffer, op imod et gennemsnit for, hvor mange gange de oplever at få tilbudt stoffer på hver af de enkelte platforme nævnt i Tabel 8.

Tabel 9 viser (i første kolonne) gennemsnittet for, hvor mange gange de unge er blevet tilbudt stoffer, fordelt på de enkelte platforme, som hver person har oplyst, at de er blevet tilbudt stoffer på. I næste kolonne vises forskellen for gennemsnittet for hver enkelt platform i forhold til det samlede gennemsnit, altså 2,52 gange. Listen er rangeret efter de platforme, som har det højeste gennemsnit for antal gange, de unge er blevet tilbudt stoffer. Det skal bemærkes, at tabellen kun afspejler gennemsnittet blandt de unge, som er blevet tilbudt stoffer på hver individuel platform sammenlignet med de samlede 19 pct. af alle unge, som har sagt ja til, at de har fået tilbudt stoffer online.

Signal, Telegram og Wickr er de platforme, som har det højeste gennemsnit. I gennemsnit har unge, som angiver Signal som et sted, hvor de får tilbudt stoffer, næsten oplevet det en hel ekstra gang sammenlignet med det samlede gennemsnit for hele gruppen af unge, som får tilbudt stoffer online.

Dette resultat er markant anderledes, end det vi finder i Tabel 8, hvor vi fandt, at langt færre unge angav, at de havde fået tilbudt stoffer på disse platforme. Forskellen skyldes, at tallene i Tabel 8 er påvirket af, at Signal, Telegram og Wickr er mindre udbredt blandt unge end fx Snapchat.

Når vi sammenholder Tabel 8 og Tabel 9 kan vi således konkludere følgende: Selvom Snapchat er den medieplatform, hvor flest unge oplever at få tilbudt at købe stoffer, så er det en platform, hvor unge i mindre grad oplever, at det sker gentagne gange. Omvendt, hvis de unge oplever at få tilbudt at købe stoffer mange gange, sker det især på platforme som Signal, Telegram og Wickr, som er kendetegnet ved at være *direct messaging* apps, hvor chats og samtaler ofte er krypteret og dermed forudsætter en form for udveksling af kontaktoplysninger. Med andre ord er det på de mindre udbredte apps, at unge oplever tilbud om stoffer gentagne gange.

Tabel 9: Gennemsnitligt antal gange unge er blevet tilbudt stoffer online, opdelt på hvilke sociale medieplatforme de er blevet tilbudt dem på (n = 963).

Socialt medie	Gennemsnitligt antal gange tilbudt	Forskel fra samlet gennemsnit (2,52)	Antal respondenter	Standardfejl
Signal	3,44	+0,92	66	0,13
Telegram	3,36	+0,84	132	0,08
Wickr	3,28	+0,76	46	0,17
X	3,15	+0,63	27	0,21
WhatsApp	3,12	+0,60	97	0,12
Messenger	3,11	+0,59	101	0,12
Reddit	2,96	+0,54	52	0,17
Instagram	2,96	+0,54	209	0,08
Facebook	2,94	+0,52	71	0,14
TikTok	2,67	+0,15	86	0,14
Snapchat	2,58	+0,06	832	0,04

Note: Hver enkelt platforms gennemsnit er højere end det samlede gennemsnit for hele gruppen. Det skyldes, at de unge kan angive alle de platforme, de har oplevet at få tilbudt stoffer på. Dvs., at selvom de fx kun har fået tilbud stoffer to gange, kan de angive, at det er sket på flere end to medieplatforme (fx hvis de har været på flere medier samtidigt). Derfor trækker det gennemsnittet op for hver enkelt platform.

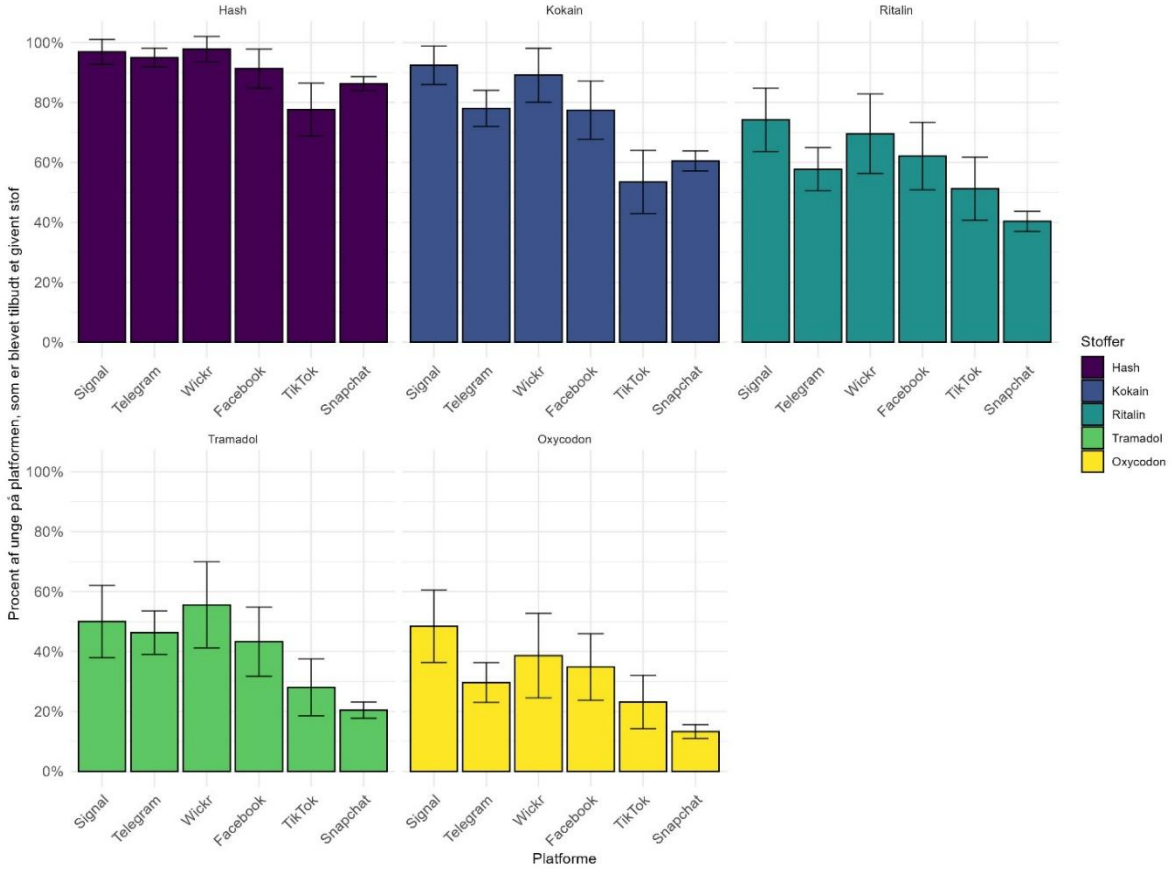
Vi vil nu se på, om der er forskel på, hvilke stoffer der oftest bliver tilbudt på de forskellige platforme. Vi udvælger de tre platforme, hvor unge er blevet tilbudt stoffer flest gange (Signal, Telegram og Wickr), og de tre platforme, hvor unge er blevet tilbudt stoffer færrest gange (Facebook, TikTok og Snapchat). For hver platform udregner vi procentdelen af unge, som er blevet tilbudt forskellige stoffer. Ligesom tidligere vælger vi at analysere specifikke stoffer, navnlig hash, kokain, Ritalin eller anden ADHD-medicin og de to mest populære opioider, Tramadol og Oxycodon. Vi præsenterer resultaterne i Figur 3.

Figur 3 viser overordnet, at mønsteret for, hvilke stoffer de unge bliver tilbudt, er forholdsvis stabilt på tværs af platforme. De samme typer stoffer går således igen på de fleste platforme, selvom andelen varierer en smule.

Der er dog enkelte forskelle mellem platformene. Signal skiller sig ud ved en større andel af unge, der er blevet tilbudt opioidet Oxycodon. Her er andelen ca. 10 procentpoint højere end på Wickr og ca. 20 procentpoint højere end på Telegram. Signal, Wickr og til dels Telegram adskiller sig også i forhold til især Snapchat og TikTok ved, at unge oplever at blive tilbudt kokain. Derimod oplever de unge, at de tilbydes hash på stort set alle platforme.

Samlet set viser resultaterne enkelte forskelle mellem platformene i forhold til, hvilke stoffer de unge bliver tilbudt. Oxycodon og kokain bliver eksempelvis relativt oftere tilbudt på Signal end på de øvrige platforme. Resultaterne skal dog fortolkes med forsigtighed. Som vist i Tabel 8 er der relativt få unge, der har oplevet at få tilbudt stoffer på blandt andet Signal og Wickr. Det betyder, at forskelle mellem platformene kan være baseret på få observationer, hvilket leder til bredere konfidensintervaller på de mindst populære platforme (se Tabel 9 tidligere i dette afsnit for en oversigt over, hvor stort n er for hver af de enkelte medieplatforme).

Figur 3: Andele af unge, som er blevet tilbudt hash, kokain, Ritalin/ADHD medicin og opioider online, opdelt efter hvilke platforme de er blevet tilbudt stofferne på (n = 963). Fejllinjer angiver 95 %-konfidensintervaller.



Til sidst i delanalyse 1 vil vi se på, hvorvidt unge, som får tilbudt stoffer digitalt, også siger ja til, om de har købt stoffer digitalt, samt, hvordan det hænger sammen med, om de selv har erfaringer med at ryge hash, tage kokain eller andre hårde stoffer.

Tabel 10 viser, at lidt flere end en tredjedel af de unge (35 pct.), som er blevet tilbudt stoffer online eller via SMS, også har købt stoffer digitalt; mens 10.2% har overvejet det, og 54.4% siger nej.

Tabel 10: Andelen af unge, der har købt eller overvejet at købe stoffer online, hvis de har sagt ja til at få tilbudt stoffer online eller via SMS (n = 1132).

Har købt stoffer online?	Andel
Nej	54,4 % (616)
Overvejet	10,2 % (116)
Ja	35,3 % (400)
Total	100,0 % (1132)

Når vi i tabel 11, 12 og 13 undersøger de unges erfaringer med illegale stoffer, herunder hash, kokain og andre hårde stoffer, tegner der sig et tydeligt mønster: Jo større erfaring de unge har med illegale stoffer, herunder hårdere stoffer, desto større en andel angiver at have købt stoffer online.

Tabel 11: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer digitalt, der har købt eller overvejet at købe dem, fordelt på om de har prøvet hash (n = 1132)..

Har købt stoffer digitalt? ***	Har ikke prøvet hash	Har prøvet hash
Nej	74,6 % (368)	38.8 % (248)
Overvejet	10,5 % (52)	10.0 % (64)
Ja	14,8 % (73)	51.2 % (327)
Total	100,0 % (493)	100,0 % (639)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. X^2-testen viser, om fordelingen af unge, som har købt eller overvejet at købe stoffer digitalt, er signifikant forskellig mellem unge med og uden erfaring med at ryge hash.*

Tabel 12: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer digitalt, der har købt eller overvejet at købe dem, fordelt på om de har prøvet kokain (n = 1132). X^2-test er udført for at teste om fordelingen af unge, som har købt eller overvejet at købe stoffer digitalt, er signifikant forskellig mellem unge med og uden hash-erfaring.

Har købt stoffer digitalt? ***	Har ikke prøvet kokain	Har prøvet kokain
Nej	62,1 % (558)	24,8 % (58)
Overvejet	10,8 % (97)	8,1 % (19)
Ja	27,1 % (243)	67,1 % (157)
Total	100,0 % (898)	100,0 % (234)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. X^2-testen viser, om fordelingen af unge, som har købt eller overvejet at købe stoffer digitalt, er signifikant forskellig mellem unge med og uden erfaring med at tage kokain*

Tabel 13: Andel af unge, som er blevet tilbudt stoffer digitalt, der har købt eller overvejet at købe dem, fordelt på om de har prøvet andre hårde stoffer end kokain (n = 1132).

Har købt stoffer digitalt? ***	Har ikke prøvet andre hårde stoffer	Har prøvet andre hårde stoffer
Nej	64.8% (540)	25.4% (76)
Overvejet	10.3% (86)	10.0% (30)
Ja	24.8% (207)	64.5% (193)
Total	100,0 % (884)	100,0 % (248)

*Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. Note: + p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. X^2-testen viser, om fordelingen af unge, som har købt eller overvejet at købe stoffer digitalt, er signifikant forskellig mellem unge med og uden erfaring med at tage andre hårde stoffer.*

Blandt unge med hash-erfaring har over 50 % købt stoffer digitalt, hvis de er blevet tilbudt stoffer digitalt. Til sammenligning gælder dette kun for 15 % af unge uden hash-erfaring. Et tilsvarende mønster ses blandt unge med erfaring med kokain. Her har 67 % købt stoffer digitalt, hvis de er blevet tilbudt dem digitalt, mens andelen blandt unge uden kokain-erfaring er 27 %. Mønsteret genfindes blandt unge med erfaring med andre hårde stoffer end kokain, hvor 64 % har købt stoffer, hvis de er blevet tilbudt stoffer digitalt. Til sammenligning er andelen 25 % blandt unge uden erfaring med disse stoffer.

Samlet peger resultaterne således på en stærk sammenhæng mellem at få tilbudt stoffer digitalt, og så at have erfaring med illegale stoffer. Eller sagt på en anden måde, dem som har stoferfaring, opsøger sandsynligvis også at købe stoffer digitalt. Denne pointe vender vi tilbage til i delanalyse 2 og 3.

Delkonklusion 1

I delanalyse 1 har vi vist, at 15-25-årige oftest oplever at blive tilbudt at prøve stoffer, fx i byen. 47 pct. har oplevet dette. Dernæst har 35 pct. oplevet at blive tilbudt at købe stoffer af en person. Færre unge har oplevet at få tilbudt at købe stoffer online (19 pct.), mens 10 pct. har oplevet at få tilbudt at købe stoffer via SMS.

Mænd oplever i højere grad end kvinder at blive tilbudt stoffer – og det gælder både fysisk og digitalt. Derudover er det især de ældre respondenter og respondenter med længere uddannelser, der oplever at blive tilbudt stoffer fysisk. Omvendt, når vi ser på at blive tilbudt at købe stoffer online, oplever de yngre respondenter det i lige så høj grad som de ældre. Unge med en erhvervsuddannelse eller FGU/STU oplever dog i højere grad end andre unge at få tilbudt at købe stoffer digitalt.

Blandt de unge, der har oplevet at få tilbud om at købe stoffer online, angiver 86 pct., at det er sket på Snapchat. Snapchat skiller sig dermed tydeligt ud fra de øvrige sociale medier som den platform, hvor flest unge oplever at blive tilbudt at købe stoffer. Til gengæld er det på de mindre udbredte

sociale medieplatforme, såsom Signal, Wickr og til dels Telegram, at de unge oplever at få tilbud om at købe stoffer flere gange.

Når de unge bliver tilbudt stoffer – både fysisk og digitalt – er hash og kokain blandt de stoffer, som flest oplever at få tilbudt. Kun en mindre andel, højst 5 pct., har oplevet at få tilbudt opioider.
Der er dog forskel på, hvilke stoffer de unge tilbydes afhængigt af, hvor tilbuddet finder sted. Hash og kokain bliver især tilbudt fysisk, mens opioider i højere grad bliver tilbudt digitalt end fysisk, og særligt via SMS. Generelt viser resultaterne også, at de unge, der oplever at få tilbudt stoffer digitalt, især via SMS, bliver præsenteret for en større variation af forskellige stoffer end unge, der får tilbudt stofferne fysisk.

Sidst, men ikke mindst kan vi se, at lidt over en tredjedel af de unge, som bliver tilbudt stoffer digitalt, siger ja til, at de har købt stoffer digitalt, men samtidig også, at der er store forskelle på unge, som køber digitalt på baggrund af deres stoferfaring. Hvis unge får tilbudt stoffer digitalt og har erfaring især med kokain, er det over to tredjedel af dem, som har købt stoffer digitalt.

Delanalyse 2: Hvilke faktorer har størst betydning for, om 15-25-årige får tilbudt stoffer?

I delanalyse 2 gennemfører vi en regressionsanalyse for at undersøge, hvilke faktorer der er forbundet med sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer både fysisk og digitalt. Vi anvender en lineær OLS-regression med en binær dummyvariabel som afhængig variabel, hvor 0 angiver, at personen ikke er blevet tilbudt stoffer, og 1 angiver, at personen er blevet tilbudt stoffer. Modellen samt alle efterfølgende regressionsmodeller er vægtet efter køn, alder og bopæl for at korrigere for skævheder i undersøgelsens repræsentativitet.

Vi estimerer først en model med følgende uafhængige variable, som tidligere forskning påpeger kan have betydning for sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer:[12]

1. **Køn**, kodet som en binær variabel (kvinde/mand).
2. **Alder**, med 15 år som referencekategori.
3. **Igangværende eller senest gennemførte uddannelse**, behandlet som en kategorisk variabel med gymnasiet som referencekategori.
4. **Bopælsregion**, med Region Hovedstaden som referencekategori.
5. **Dagligt forbrug af sociale medier**, opgjort i antal timer.
6. **Hyppighed af byture**, med kategorien "aldrig" som referencekategori.
7. **Hyppighed af *binge drinking***, defineret som at have drukket fem eller flere genstande ved samme lejlighed, fire eller flere gange inden for de seneste 30 dage.
8. **Debutalder for fuldskab**, med respondenter, der aldrig har været fulde, som referencekategori.

Se Appendiks 1, Tabel 1.1 for en fuld beskrivelse af disse variable.

Da tidligere forskning viser en sammenhæng mellem tidligere stoferfaring og sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer, udvider vi i model 2 modellen med fire mål for respondenternes stoferfaring. Formålet er at undersøge, om forskellige former for stoferfaring er særligt stærkt forbundet med sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer.

Det kan umiddelbart synes problematisk at inkludere stoferfaring som forklarende variable i en model, hvor udfaldet er, om man er blevet tilbudt stoffer, eftersom et tilbud om at prøve eller købe stoffer ofte kan være en forudsætning for at kunne prøve et stof. Sammenhængen mellem de to forhold kan således være gensidig, og rækkefølgen kan ikke fastslås på baggrund af vores tværsnitsdata. Vi inkluderer derfor stoferfaringsmålene med et deskriptivt formål: De kan belyse, i hvilken grad forskellige former for stoferfaring er karakteristisk blandt unge, der rapporterer at være blevet tilbudt stoffer, og om bestemte typer af stoferfaring er særligt stærkt forbundet med at have modtaget et tilbud.

[12] Järvinen, M., Demant, J., & Østergaard, J. (red.). (2010). *Stoffer og natteliv*. København: Hans Reitzels Forlag.

De fire mål for stoferfaring er:

1. **Debutalder for første illegale stof**, med respondenter, der aldrig har prøvet stoffer, som referencekategori.
2. **Har prøvet at ryge hash**, med nej som referencekategori.
3. **Har prøvet at tage kokain**, med nej som referencekategori.
4. **Har prøvet andre hårde stoffer end kokain**, med nej som referencekategori.

En trinvis tilføjelse af kontrolvariable til modellerne fremgår af Tabel 3.1 og 3.2 i Appendiks 3.

Da undersøgelsen er baseret på tværsnitsdata, fortolker vi ikke resultaterne som udtryk for kausale sammenhænge. For flere af de inkluderede variable er den teoretiske kausale retning desuden uklar. Eksempelvis kan vi ikke afgøre, om bestemte uddannelsesretninger øger sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer, eller om unge, der allerede har oplevet at blive tilbudt stoffer, efterfølgende er mere tilbøjelige til at vælge bestemte uddannelser. Regressionsmodellerne skal derfor først og fremmest anvendes til at identificere de karakteristika, der er mest typiske blandt unge, som rapporterer at være blevet tilbudt stoffer. Resultaterne af hovedmodellen præsenteres i Tabel 14.

Som det fremgår af Tabel 14, er der en statistisk signifikant sammenhæng mellem køn og sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer, idet mænd oftere end kvinder oplever at få tilbudt stoffer. Når der i model 2 kontrolleres for de unges erfaringer med illegale stoffer, reduceres kønskoefficienten fra en forskel mellem mænd og kvinder på 14,7 procentpoint til 10,9 procentpoint. Det svarer til et fald på ca. 26 pct. i koefficientens størrelse. Reduktionen indikerer dermed, at en del af forskellen mellem mænd og kvinder i deres oplevelser med at blive tilbudt stoffer hænger sammen med, at mænd i højere grad har erfaring med at bruge illegale stoffer. Denne faktor forklarer dog ikke hele forskellen. Mænd er generelt set i højere risiko for at få tilbudt stoffer end kvinder. Det samme mønster ses i forhold til alder. Ældre unge har en højere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer end yngre unge, men også dette forklares delvist af forskelle i stoferfaring, da ældre unge alt andet lige har mere erfaring med at tage stoffer end yngre unge. Forskellen består dog også i model 2.

På tværs af de unges uddannelsesbaggrund målt som de unges igangværende eller senest gennemførte uddannelse finder vi generelt få statistisk signifikante forskelle i sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer. Vi har som sagt sat unge, der er i gang med en gymnasial uddannelse, som referencegruppe, og her finder vi, at de kun adskiller sig fra unge, som er i gang med en anden uddannelse. Denne gruppe inkluderer en blandet gruppe af unge, som oftest stadig er i gang med en uddannelse, som ikke passer ind i spørgeskemaets svarkategorier, fx højskole, diverse kortere kurser eller andre specialtilbud. Disse unge har en statistisk signifikant lavere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer end unge, der er i gang med en gymnasial uddannelse. Denne sammenhæng består også, når der kontrolleres for erfaring med brug af illegale stoffer.

Når vi tilføjer, hvorvidt de unge har stoferfaring, ændrer betydningen af de unges uddannelse sig dog en smule. Den negative koefficient for FGU/STU, som var i den første model, er nu signifikant. Det betyder, at når vi kontrollerer for de unges stoferfaring, så gælder det, at unge på FGU/STU i mindre grad oplever at få tilbudt stoffer end unge, som går i gymnasiet, men da vi ved, at der er få unge, som går på FGU/STU, som deltager i undersøgelsen, skal man være varsom med at konkludere for meget på uddannelsesforskellen.

Tabel 14: Binær lineær OLS-regression: hvilke unge har oplevet at blive tilbudt stoffer?

	Tilbudt stoffer	SE	Tilbudt stoffer (kontrol)	SE
Intercept	0,094***	0,022	0,148***	0,021
Baggrund				
Mand (ref = Kvinde)	0,147***	0,013	0,109***	0,012
Alder (ref = 15 år)	0,026***	0,003	0,011**	0,003
Uddannelse (ref = Gymnasiet)				
Folkeskole	0,033	0,018	0,002	0,018
FGU / STU	-0,082	0,049	-0,110*	0,042
Erhvervsuddannelse	0,008	0,025	0,004	0,024
Kort el. mellemlang videregående uddannelse	-0,042	0,024	-0,014	0,023
Lang videregående uddannelse	-0,044	0,023	-0,022	0,022
Anden uddannelse	-0,159**	0,044	-0,153**	0,040
Region (ref = Hovedstaden)				
Sjælland	-0,015	0,021	0,009	0,020
Syddanmark	-0,048+	0,018	-0,023	0,017
Midtjylland	-0,041+	0,016	-0,025	0,016
Nordjylland	-0,054	0,024	-0,027	0,023
Socialt medieforbrug (ref = 0-1 time dagligt)				
2-3 timer dagligt	0,017	0,014	0,017	0,014
4+ timer dagligt	0,041	0,018	0,028	0,017
Byturshyppighed (ref = Sjældent/Aldrig)				
I byen 1-2 gange om måneden	0,148***	0,017	0,103***	0,016
I byen 1 gang om ugen eller oftere	0,175***	0,020	0,114***	0,019
Hyppighed af druk				
4+ gange om måneden (ref = 3 eller færre)	0,096***	0,016	0,063***	0,016
Tidligste oplevelse med alkohol/stoffer (ref = Aldrig)				
Fuld første gang 13 år eller yngre	0,488***	0,024	0,339***	0,025
Fuld første gang 14 år eller ældre	0,290***	0,018	0,232***	0,018
Tog stoffer første gang 14 år eller yngre			0,156**	0,045
Tog stoffer første gang 15 år eller ældre			0,147**	0,039
Stoferfaring				
Har prøvet hash			0,144**	0,039
Har prøvet kokain			0,067**	0,014
Har prøvet andre hårde stoffer			0,061	0,030
n	5082		5082	
Justeret R^2	0,222		0,289	

+ p < 0,1, * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Note: Alle p-værdier er korrigeret for den falske opdagelsesrate efter Benjamini-Yekutieli-proceduren.

Analysen viser, at det at gå ofte i byen, ofte at drikke sig fuld samt tidlig fuldskabsdebut (før 14-årsalderen) alle er forbundet med en øget sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer. Koefficienterne for disse tre forhold reduceres, når der i model 2 kontrolleres for de unges erfaringer med illegale stoffer. Det er ikke overraskende, da det at ofte gå i byen, hyppigt drikker sig fulde eller begynder at drikke alkohol i en tidlig alder, også i højere grad hænger sammen med brugen af illegale stoffer.

Sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer viser sig især at hænge sammen med, hvorvidt unge har tidlig erfaring med stoffer og erfaring med hash fremfor andre stoffer. Dette kan forklares af, at erfaring med hash er mere prævalent blandt unge end erfaring med de hårdere stoffer, og at der dermed er flere, der er blevet tilbudt stoffer, som så har prøvet hash fremfor de hårde stoffer.

Delkonklusion 2

I delanalyse 2 har vi vist, hvilke grupper af unge der hyppigst har oplevet at blive tilbudt stoffer. Vi viser, at sandsynligheden for at være blevet tilbudt illegale stoffer hænger sammen med både de unges køn, alder og til dels uddannelsesbaggrund, og hvordan de fester og indtager rusmidler. Model 1 viste, at mænd, ældre unge, unge med hyppige byture, unge, der ofte drikker sig fulde, og unge med tidlig erfaring med at drikke sig fulde har en højere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer. Særligt tidlig erfaring med at drikke sig fuld øger risikoen for at få tilbud om at købe stoffer markant (med 48,8 procentpoint).

I model 2 inkluderer vi de unges egne erfaringer med stoffer. Flere af de sammenhænge, der blev identificeret i model 1, svækkes forventeligt, når der kontrolleres for unges erfaringer med illegale stoffer. Dette gælder alle sammenhængene (køn, alder, hyppighed af byture, hyppig fuldskab og tidlig erfaring med alkohol), men de forbliver dog statistisk signifikante, hvilket indikerer, at disse faktorer fortsat er forbundet med sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer, også når der tages højde for de unges egne erfaringer med stofbrug. Samtidig viser model 2, at erfaring med hash samt tidlig brug af rusmidler øger sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer væsentligt, dog ikke i lige så høj grad, som hvis de unge har drukket sig fulde som 13-årige eller yngre.

Samlet set peger analyserne på, at unges eksponering for tilbud om illegale stoffer er stærkt forbundet med både deres sociale liv, og den måde de fester og indtager rusmidler på, herunder især tidlig alkoholdebut. At flere sammenhænge består i model 2 tyder på, at tilbud om at købe illegale stoffer ikke alene kan forklares ved forskelle i de unges erfaringer med illegale stoffer, om end stoferfaring bidrager til at forklare yderligere variation i, hvorvidt de unge har oplevet at blive tilbudt stoffer, (jf. at den justerede R^2 stiger fra 0,222 til 0,289[13]). Stoferfaring bidrager altså væsentligt til at forklare sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer, om end vi med denne analyse ikke her kan vurdere, hvad der kommer først.

[13] Dvs. vi finder også, at det at få tilbudt stoffer er drevet af noget, vi ikke har målt/medtaget i analysen.

Delanalyse 3: Hvad adskiller unge, som får tilbudt stoffer fysisk, fra unge, som får tilbudt stoffer digitalt?

I delanalyse 3 undersøger vi, hvad der kendetegner unge, der er blevet tilbudt stoffer i byen versus digitalt.

Vi estimerer, om der er en forskel på den gruppe unge, som er blevet tilbudt stoffer digitalt, og den gruppe unge, som er blevet tilbudt stoffer fysisk. Som Tabel 3 i delanalyse 1 viste, er der dog et meningsfuldt overlap mellem de to grupper (19 pct. identificeres til at svare, at de er blevet tilbudt stoffer begge steder), og det er derfor meget sandsynligt, at der er systematiske faktorer, som samtidig øger sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer fysisk og digitalt.

Hvis vi blot estimerede to separate regressionsmodeller – én for, om de unge har oplevet at blive tilbudt stoffer i fysiske miljøer, og én for, om de har oplevet at få tilbud om at købe stoffer digitalt – ville denne tilgang ikke tage højde for den mulige statistiske afhængighed mellem de to udfald. Derfor anvender vi en bivariat probit-model, altså to probit-modeller estimeret simultant. Denne model tager højde for korrelationen mellem de uobserverede faktorer, der på samme tid er forbundet med både fysiske og digitale stoftilbud. Dermed kan vi undersøge, hvilke faktorer der er forbundet med hver af de to former for eksponering, samtidig med at vi tager højde for den statistiske afhængighed mellem dem, hvilket reducerer modellens standardfejl og dermed giver mere præcise estimater.

Model 1 ("fysisk") estimerer sammenhængen mellem de inkluderede uafhængige variable og sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer i et fysisk miljø. Dette omfatter unge, der har oplevet enten at blive tilbudt at prøve stoffer eller at købe stoffer af en person, fx i byen, på gaden el.lign. Den afhængige variabel er binær og kodes 0, hvis den unge ikke har oplevet at blive tilbudt stoffer fysisk, og 1, hvis den unge har haft en sådan oplevelse.

Model 2 ("digitalt") estimerer tilsvarende sammenhængen mellem de samme uafhængige variable og sandsynligheden for at være blevet tilbudt at købe stoffer digitalt, dvs. online eller via SMS. Også her er den afhængige variabel binær og kodes 0, hvis den unge ikke har oplevet at blive tilbudt stoffer digitalt, og 1, hvis den unge har haft en sådan oplevelse.

Vi anvender alle de samme uafhængige variable og vægte som i delanalyse 2 og forsøger at estimere modellerne både med og uden variable for de unges erfaringer med illegale stoffer for at undersøge, hvorvidt inddragelsen af disse variable påvirker resultaterne. Da sammenligningen viser, at forskellene mellem modellerne er begrænsede, vælger vi at rapportere resultaterne fra den fulde model i analysen, som inkluderer variablene for stofbrugserfaring. Resultaterne fra modellen uden disse variable fremgår af Appendiks 4, Figur 4.1.

Sammenhængen mellem de uobserverede faktorer, der er forbundet med sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer i henholdsvis fysiske og digitale miljøer, måles i modellen med korrelationsparameteren ρ, som i vores model er 0,482 og statistisk signifikant på niveauet $p < 0{,}001$. Det er altså

nogle af de samme uobserverede faktorer, der hænger sammen med at modtage både fysiske og digitale stoftilbud. Unge, der på grund af sådanne uobserverede forhold har en højere sandsynlighed for at blive tilbudt stoffer fysisk, har derfor også en højere sandsynlighed for at blive tilbudt stoffer digitalt, end vores model indfanger – og omvendt. Dette resultat understøtter anvendelsen af en bivariat probit-model frem for to separate modeller, da de to former for eksponering er statistisk afhængige.

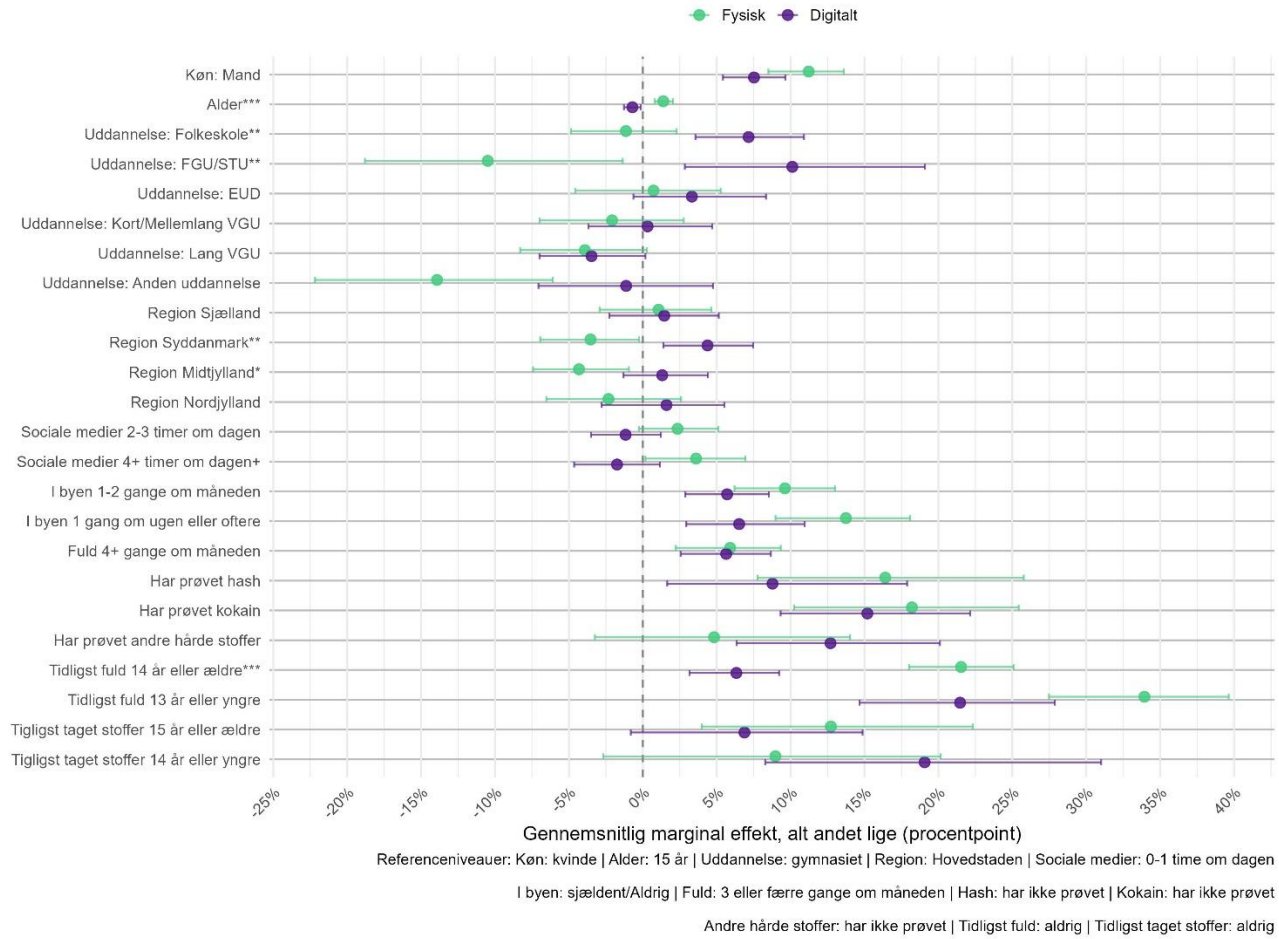
Vi beregner de gennemsnitlige marginale effekter (*average marginal effects*, AME) for samtlige uafhængige variable i modellen. Da analysen ikke er designet til at identificere kausale effekter, fortolkes de marginale effekter som statistiske sammenhænge og ikke som kausale påvirkninger. De gennemsnitlige marginale effekter angiver forskelle i sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer, enten fysisk eller digitalt, når en forklarende variabel ændres, og de øvrige variable holdes konstant. For hver forklarende variabel estimerer model 1 således en gennemsnitlig marginal effekt for sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer fysisk, mens model 2 estimerer en effekt for sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer digitalt. Effekterne udtrykkes i procentpoint. De gennemsnitlige marginale effekter visualiseres i Figur 4 sammen med 95 %-konfidensintervaller, mens de tilsvarende resultater i tabelformat fremgår af Appendiks 4, Tabel 4.2, som angiver effekternes præcise værdier. Hvis et konfidensinterval ikke omfatter 0, er den marginale effekt for den givne variabel i en given model statistisk signifikant.

Vi er især interesserede i, i hvilken grad de gennemsnitlige marginale effekter for de to typer stoftilbud (fysisk og digitalt) er forskellige fra hinanden, og derfor udfører vi Wald-test på hvert par af marginale effekter på tværs af modellerne. Herved kan vi vurdere, om de marginale effekter for en given forklarende variabel er statistisk forskellige mellem de to modeller, og dermed om den forklarende variabel har en forskellig sammenhæng med sandsynligheden for at blive tilbudt stoffer i fysiske miljøer sammenlignet med digitale miljøer. Vi kan for eksempel måle, om mænd har en højere sandsynlighed for at blive tilbudt stoffer fysisk fremfor digitalt (eller omvendt) sammenlignet med kvinder. Signifikansniveauet for hver Wald-test rapporteres som stjerner ved hver uafhængige variabel i Figur 4.

Figur 4 viser, at mænd både har 11,2 procentpoint højere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer fysisk end kvinder og 7,5 procentpoint højere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer digitalt. Forskellen på disse højere sandsynligheder er dog ikke signifikant, hvilket indikerer, at unge mænd generelt oftere bliver tilbudt stoffer, uanset om det er fysisk eller digitalt.

Alder har en signifikant positiv sammenhæng med at være blevet tilbudt stoffer fysisk, med 1,4 procentpoint højere sandsynlighed for hvert år ældre respondenten er, mens der er en svagere negativ sammenhæng mellem alder og at være blevet tilbudt stoffer digitalt, med 0,7 procentpoint lavere sandsynlighed for at få tilbudt stoffer i byen pr. år. Disse ændringer er signifikant forskellige fra hinanden, hvilket fortæller os, at de yngste unge i højere grad tilbydes stoffer digitalt end fysisk sammenlignet med de ældste unge.

Figur 4: Bivariat probit-model for om 15-25-årige for tilbudt stoffer fysisk eller digitalt. Koefficienter rapporteres som gennemsnitlige marginale effekter, altså procentvise forskelle i sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer vs. ikke at få tilbudt stoffer. Konfidensintervallerne er udregnet med bootstrap-metoden (n= 5082).



Note: Hvis konfidensintervallet ikke omfatter 0, er der en statistisk sammenhæng mellem den nævnte variabel og sandsynligheden for at få tilbudt stoffer henholdsvis fysisk eller digitalt. Hvis der en stjerne ved den nævnte variabel, så er der statistisk signifikant forskel på at få tilbudt stoffer fysisk vs. digitalt, målt på baggrund af en Wald-test med Benjamini-Yekutieli-korrektion).*
*+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001.*

Uddannelse viser et kompliceret billede og er de forskelle, vi finder, er generelt forbundet med en høj usikkerhed jf. de brede konfidensintervaller. Men hvis man går i folkeskolen eller kun har den uddannelse, som højeste gennemførte, har man en 1,1 procentpoint lavere sandsynlighed for at få tilbudt stoffer fysisk og en 7,2 procentpoint højere sandsynlighed for at få tilbudt stoffer digitalt end hvis man går i gymnasiet eller har den som højeste gennemførte uddannelse. Forskellen mellem at få tilbudt stoffer fysisk og digitalt er signifikant forskellig, hvilket vil sige, at folkeskoleelever i højere grad får tilbudt stoffer digitalt end fysisk sammenlignet med gymnasieelever.

Det samme gælder unge med FGU/STU som deres længste gennemførte eller igangværende uddannelse sammenlignet med unge, der går i gymnasiet. For FGU/STU-elever er sandsynligheden for at få tilbudt stoffer fysisk 10,5 procentpoint lavere sammenlignet med gymnasieelever, mens den for tilbud om stoffer digitalt er 10,1 procentpoint højere. Forskellen mellem disse er statistisk signifikant, hvilket vi sige, at unge på FGU/STU i langt højere grad får tilbudt stoffer digitalt end fysisk i forhold til unge, som går på gymnasiet. Unge som går i folkeskole eller FGU/STU er dermed mere eksponeret for at få tilbudt stoffer digitalt end fysisk. Det kan hænge sammen med de miljøer de færdes i. Dog har vi i modellen kontrolleret for, hvor ofte de går i byen.

I forhold til sociale medier, finder vi, at for unge, som tilbringer 4 timer eller mere online, er sandsynligheden for at få tilbudt stoffer fysisk 3,6 procentpoint, hvilket ikke er så højt. Men fordi sandsynligheden for at få tilbudt stoffer digitalt falder med 1,7 pct., når man tilbringer 4+ timer på sociale medier, ender der med at være en signifikant forskel. Det vil sige, at unge, som tilbringer meget tid på sociale medier, faktisk i højere grad får tilbudt stoffer fysisk, end de får dem tilbudt digitalt. Dog skal vi gøre opmærksom på, at forskellen kun er signifikant på et 10 pct.-niveau.

I forhold til hvor de unge bor, er de mest bemærkelsesværdige resultater, at der er forskelle i Region Syddanmark og Region Midtjylland sammenlignet med Region Hovedstaden. I Region Syddanmark har unge 3,5 procentpoint lavere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer fysisk end unge i Region Hovedstaden. Det samme gælder Region Midtjylland, hvor unge har 4,3 procentpoint lavere sandsynlighed. Unge i Region Syddanmark har dog også 4,4 procentpoint højere sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer digitalt end unge i Region Hovedstaden. Forskellen i procentpoint er også signifikant for de to regioner, dvs. unge både i Region Syddanmark og Region Midtjylland i højere grad tilbydes stoffer digitalt end fysisk sammenlignet med unge, der bor i Region Hovedstaden.

Hvor ofte de unge går i byen har stor betydning for, om de bliver tilbudt stoffer både fysisk og digitalt. Hvis de unge går i byen én gang om ugen eller oftere, øges sandsynligheden for, at de tilbydes stoffer fysisk med 13,7 procentpoint og med 6,5 procentpoint for at de tilbydes stoffer digitalt sammenlignet med, hvis de ikke går i byen. At gå i byen én gang om ugen eller oftere hænger altså sammen med 7,2 procentpoint højere sandsynlighed for at blive tilbudt stoffer fysisk sammenlignet med digitalt i forhold til unge, der ikke går i byen, men forskellen er ikke signifikant. Det vil sige, at unge, som ofte går i byen, statistisk set tilbydes stoffer i lige så høj grad fysisk som digitalt.

Erfaring med både alkohol og stoffer er af stor betydning for, om de unge oplever at blive tilbudt stoffer, jf. også delanalyse 2. Hvis de unge drikker sig fulde mindst fire gange om måneden, har de en øget risiko for både at få tilbudt stoffer fysisk og digitalt, og denne risiko er stort set den samme, nemlig henholdsvis 5,6 og 5,9 procentpoint.

Fuldskab i en tidlig alder øger især risikoen for at få tilbudt stoffer fysisk. Unge, som har drukket første gang, da de var 13 år eller yngre, har en øget sandsynlighed på 33,9 procentpoint for at få tilbudt stoffer fysisk. De har desuden 21,5 procentpoint øget risiko for at få tilbudt stoffer digitalt. Det samme mønster gør sig gældende for unge, som har drukket sig fulde første gang som 14-årige, men deres risiko for at blive tilbudt stoffer digitalt er meget mindre – nemlig kun 6,3 procentpoint – hvilket er signifikant forskellig fra deres øget risiko for at møde stofferne fysisk. Generelt kan vi dog sige, at har man ikke drukket sig fuld, så har man en meget lav risiko for at få tilbud om at købe stoffer – både fysisk og digitalt.

Ser vi på unge, som har prøvet stoffer i en tidlig alder, dvs. som 14-årig eller yngre, kan vi se, at det har stort betydning for både at få tilbudt stoffer fysisk, men især at få tilbudt stoffer digitalt. Hvis de unge har taget stoffer som 14-årige eller yngre, øger det sandsynligheden for at få tilbudt stoffer digitalt med 19,1 procentpoint, mens sandsynligheden øges med 9,0 procentpoint for fysiske stoftilbud. Forskellen mellem at få tilbudt stoffer i byen og digitalt er ikke signifikant. Det vil sige, at vi ikke kan sige, at unge, der har tidlig stoferfaring, får tilbudt stoffer mere det ene sted end det andet. Det samme billede gør sig gældende for, hvorvidt de unge har prøvet hash, taget kokain eller andre hårde stoffer. Alle tre forhold øger sandsynligheden for, at de unge får tilbudt stoffer både fysisk og digitalt, men især det at have prøvet kokain øger sandsynligheden for at få tilbudt stoffer med 18,2 procentpoint i byen og 15,2 procentpoint digitalt.

Delkonklusion 3

Resultaterne fra den bivariate probit-model viser for det første, at der er en positiv og statistisk signifikant sammenhæng mellem de uobserverede faktorer, der hænger sammen med sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer i henholdsvis fysiske og digitale miljøer (korrelationsparameteren rho = 0,496), ($p < 0,001$). Det tyder på, at nogle af de forhold, som ikke er målt i modellen, er fælles for få tilbud om stoffer både fysisk og digitalt.

Dernæst peger analysen på, at vi finder, at en række af de samme faktorer er af betydning for, om man får tilbudt stoffer eller ej, som vi fandt i delanalyse 2, herunder køn, tidlig rusmiddelerfaring og hyppige byture, men at der er et par forskelle på de enkelte variables betydning for, om man som 15-25-årig får tilbudt at købe stoffer i henholdsvis et fysisk eller digitalt miljø.

Alder udviser således forskellig betydning på tværs af tilbud om stoffer i det fysiske og digitale miljø, idet sandsynligheden for at få stoffer tilbudt fysisk er mindre, når man er yngre. Tilsvarende har uddannelsesbaggrund og region i nogle tilfælde forskellig betydning for, om man får tilbudt stoffer fysisk eller digitalt. Unge, hvis længste uddannelse er folkeskolen eller FGU/STU, får i højere grad tilbudt stoffer digitalt fremfor fysisk sammenlignet med gymnasieelever. Når vi sammenligner unge i Region Hovedstaden med de andre regioner, er det især unge bosat i Region Syddanmark og Region Midtjylland, som oplever en højere sandsynlighed for at få tilbudt stoffer digitalt fremfor fysisk.

Og sidst men ikke mindst skal det nævnes, at fuldskab i en tidlig alder har forskellige betydning forstået på den måde, at når vi sammenligner unge, der drikker sig fulde som 14-årige, med unge, som ikke drikker sig fulde, så har de en langt højere sandsynlighed for at få tilbudt stoffer fysisk end digitalt.

Generelt ser hyppigere byture og hyppig fuldskab ud til at være forbundet med en øget sandsynlighed for at være blevet tilbudt stoffer både i byen og digitalt. Tilsvarende er tidligere erfaringer med alkohol og stoffer generelt forbundet med en højere sandsynlighed for at have modtaget stoftilbud begge steder. Sammenhængene er dog ikke altid lige stærke i de to miljøer, men forskellene er ikke statistisk signifikante. Kun hvis man har drukket sig fuld i alder af 14 år eller yngre, er der forskel på at få tilbudt stoffer i henholdsvis det fysiske og sociale miljø, forstået på den måde at risikoen for at få tilbudt stoffer fysisk øges væsentligt.

Socialt medieforbrug viser derimod begrænsede sammenhænge med digitale stoftilbud, hvilket understreger, at et højt forbrug af sociale medier ikke i sig selv kan sidestilles med en større sandsynlighed for digital eksponering for stoffer. Tværtimod finder vi, at et højt medieforbrug øger risikoen for at få tilbudt stoffer fysisk, hvilket intuitivt kan virke overraskende. Men det kan handle om flere forhold, blandt andet at unge, som er meget på de sociale medier, har en anden risikoprofil, eller at de fx bruger mere tid på at kommunikere med deres venner (fx fra byen).

Overordnet viser analysen således, at unges eksponering for stoftilbud må forstås i sammenhæng med både deres baggrund, adfærd og især tidligere erfaringer med rusmidler. Samtidig er det væsentligt at skelne mellem fysiske og digitale miljøer i forhold til de unges alder, uddannelsesforhold samt regionale forskelle, da enkelte faktorer har forskellig betydning på tværs af disse kontekster. Da analysen bygger på statistiske sammenhænge, kan resultaterne ikke fastslå kausale forhold.

Konklusion

Analysen viser, at mere end halvdelen af de 15-25-årige har oplevet at blive tilbudt stoffer enten i fysiske eller digitale miljøer. Når vi kigger på de to miljøer hver for sig, kan vi imidlertid konstatere, at unge fortsat i dag i langt højere grad oplever at blive tilbudt stoffer i fysiske sammenhænge. Således angiver 34 pct. af de unge, at de *udelukkende* har oplevet at blive tilbudt at prøve eller købe stoffer, fx i byen, til fest, på gaden el.lign., mens kun 3 pct. af de unge *udelukkende* har oplevet at få tilbudt at købe stoffer online eller via SMS, dvs. digitalt. Dog er der en relativt stor andel på cirka en femtedel, der har oplevet, at stoffer tilbydes i både fysiske og digitale miljøer. Samlet set peger dette på, at digitale stoftilbud sjældent står alene, men i betydeligt omfang forekommer side om side med tilbud i fysiske miljøer. Der er således et væsentligt overlap mellem de unges oplevelser af stoftilbud i den fysiske og den digitale verden, mens det er relativt få, der alene oplever at blive tilbudt stoffer digitalt.

Derfor giver det heller ikke mening at tale om de digitale stoftilbud som adskilte fra de fysiske tilbud. Der er, som tidligere forskning peger på, tale om en hybrid, hvor digitale stoftilbud enten overlapper fysiske tilbud eller følger efter, at man har fået et fysisk tilbud. Derfor bliver vi også nødt til i vores analyser at tage højde for det overlap, og når vi gør det, finder vi, at der næsten ikke er nogen forskelle på, hvad der kendetegner unge, som bliver tilbudt stoffer i fysiske versus digitale miljøer. Vi finder således, at det, som er afgørende for, om man tilbydes stoffer begge steder, er, om man er mand, er ældre ung, ofte går i byen, drikker sig fuld som 13-årig eller yngre og hyppigt drikker sig fuld. Stoferfaring er ikke overraskende også af stor betydning, og her er det især afgørende, om man har prøvet hash eller har prøvet stoffer i en tidlig alder.

Der er altså kun få forskelle på, om unge oplever at blive tilbudt stoffer digitalt fremfor fysisk, hvis man højst har gennemført eller går i folkeskolen eller har eller tager en uddannelse på FGU/STU sammenlignet med, hvis man går i gymnasiet eller har det som sin højeste uddannelse. Her får man i højere grad tilbudt stoffer digitalt. Det samme gælder, hvis man bor i Region Syddanmark eller Region Midtjylland sammenlignet med, hvis man bor i Region Hovedstaden. Omvendt får man i højere grad tilbudt stoffer fysisk end digitalt, hvis man har drukket sig fuld i en alder af 14 år eller ældre sammenlignet med, hvis man aldrig har drukket sig fuld – men blandt unge, som har drukket sig fulde i en alder af 13 år eller yngre, finder vi ikke en forskel på fysiske og digitale stoftilbud.

Når vi undersøger, hvilke faktorer der har betydning for, om unge bliver tilbudt stoffer, og om der er forskelle mellem fysiske og digitale miljøer, finder vi, at de samme faktorer, der øger sandsynligheden for at unge blive tilbudt stoffer generelt, også har betydning for, om unge oplever at få tilbudt stoffer i begge miljøer. At få tilbudt stoffer – fysisk eller digitalt – handler således i høj grad om, hvor de unge færdes, og hvilken rusmiddelprofil de har, hvor især det at være mand samt at starte med at drikke sig fuld i en tidlig alder eller at tage stoffer i en tidlig alder synes at have en afgørende betydning.

Vi kan også konkludere, at når de unge møder tilbud om stoffer – om det er i fysiske eller digitale miljøer – er det i høj grad hash (45 pct.), de mener at være blevet tilbudt. Dernæst mener de, at de er blevet tilbud kokain (25 pct.). Derimod forekommer tilbud om opioider mere sjældent. Højst 5 pct.

angiver at være blevet tilbudt henholdsvis Tramadol, Oxycodon eller andre opioider. Samlet set viser resultaterne dermed, at de unges selvrapporterede stofeksponering især omfatter hash og kokain, mens ganske få unge oplever at blive tilbudt at købe opioider. Det skal dog bemærkes, at disse tal omfatter, hvad de unge tror, de er blevet tilbudt, og derfor beskriver de ikke reelt, hvordan stofmarkedet tager sig ud for tilbud om forskellige typer af stoffer.

I denne analyse, berørte vi også, på hvilke sociale platforme unge oplever at blive tilbudt stoffer. Her fandt vi, at Snapchat fremstår som den mest markante sociale medieplatform. Blandt unge, som angiver at have fået tilbudt stoffer online (19 pct., jf. Tabel 1), angiver 86 pct., at de har oplevet stoftilbud på Snapchat. Selvom unge også i høj grad bruger sociale medier som Instagram og TikTok, finder vi, at kun 22 pct. af de unge nævner, at de møder stoftilbud på Instagram, og endnu færre, nemlig 9 pct., at de møder tilbud om at købe stoffer på TikTok. På Telegram, hvor færre unge er, oplever dog 19 pct., at de har fået tilbud om stoffer. Sammenlignet med andre sociale medieplatforme er Snapchat højdespringeren for, hvor de unge oplever stoftilbud i digitale miljøer. En mulig forklaring på dette resultat er, at Snapchat er opbygget således, at hvis man søger på noget relateret til stoffer, fx nikotin, vil algoritmen sørge for, at man får vist tilbud om køb af stoffer, også selvom man ikke har søgt specifikt på dette. Det kan øge sandsynligheden for, at de unge møder tilbud om stoffer netop her.

For at tage højde for netop forskellen i, hvor og hvordan de unge færdes digitalt, lavede vi en anden analyse, der medregner, hvor ofte man har fået tilbud om stoffer på de forskellige platforme. Og her tegner der sig et lidt andet mønster. For Snapchat optræder i mindre grad, når vi ser på, hvor hyppigt unge oplever at få gentagne tilbud om stoftilbud online. Her optræder krypterede beskedtjenester som Signal, Wickr og Telegram i højere grad. Det tyder på, at de platforme, der nævnes i forbindelse med gentagne online stoftilbud, ikke nødvendigvis er de samme som dem, der nævnes af de fleste unge. Snapchat fylder således mest i de unges samlede rapporteringer, men krypterede tjenester ser også ud til at spille en rolle blandt dem, der hyppigt oplever stoftilbud online. Resultaterne peger dermed på, at digitale stoftilbud kan forekomme oftest på de mest almindelige sociale medier, såsom Snapchat, men at det er de krypterede beskedtjenester, som spiller en rolle for, hvorvidt man flere gange oplever at få tilbudt stofferne online.

Afslutningsvis undersøgte vi, hvorvidt unge, der modtager tilbud om køb af stoffer online eller via SMS, også angiver at have købt stoffer digitalt. Resultaterne viser, at lidt over en tredjedel af de unge har købt stoffer digitalt. Der ses imidlertid betydelige forskelle afhængigt af de unges tidligere stoferfaringer. Blandt unge, der har erfaring med at ryge hash, er andelen højere, og særligt blandt unge med erfaring med andre og hårdere stoffer ses en markant tendens. I denne gruppe angiver over to tredjedele således at have købt stoffer digitalt, når de har modtaget tilbud om køb af stoffer via sociale medier eller SMS.

Perspektivering

Samlet set peger analyserne på, at det fysiske natteliv fortsat spiller en central rolle for unges eksponering for tilbud om illegale stoffer. Relativt få unge oplever udelukkende at få tilbudt stoffer kun digitalt, mens en betydelig andel oplever tilbud i både fysiske og digitale miljøer. De digitale miljøer

synes således i højere grad at supplere end erstatte de eksisterende fysiske steder, hvor unge bliver eksponeret for stoffer. Det understreger, at det fysiske natteliv og de digitale kanaler ikke nødvendigvis bør betragtes som to adskilte miljøer, men snarere som indbyrdes forbundne.

Analyserne peger desuden på, at det er de samme grupper af unge, som er eksponerede for stoftilbud på tværs af fysiske og digitale miljøer. Det vil sige, at mænd og unge, der ofte går i byen, og unge med tidlig alkoholdebut i høj grad har en højere sandsynlighed for at opleve tilbud om illegale stoffer. Egne erfaringer med brug af stoffer er forventeligt også forbundet med en øget sandsynlighed for at blive tilbudt stoffer både fysisk og digitalt. Dog kan der være nogle forskelle på fysiske og digitale tilbud afhængig af, hvilken uddannelse man har, og hvor man bor. Det understreger behovet for at have fokus på, at der kan være lokale forskelle på, hvordan unge oplever eksponering for stoftilbud fysisk eller digitalt.

Når det gælder det digitale, fremstår Snapchat som den mest fremtrædende platform blandt unge, der har oplevet at blive tilbudt stoffer via sociale medier. Blandt unge, der rapporterer gentagne oplevelser med stoftilbud, optræder krypterede beskedtjenester som Signal, Wickr og Telegram dog i højere grad. Det indikerer, at digitale stoftilbud i et eller andet omfang forudsætter en form for direkte kontakt mellem sælger og køber. Det er dog ikke muligt på baggrund af denne undersøgelse at afgøre, hvordan tilbuddene opstår, det vil sige, om det er gennem direkte kontakt, eksempelvis via venner eller bekendte, SMS og beskedtjenester, eller andre sociale medier. Tilsvarende kan tilbud i fysiske miljøer både komme fra personer, de unge kender, og fra personer, de ikke kender. Tidligere forskning peger dog på, at unge, som bruger stoffer, i høj grad siger, at de køber dem gennem venner og bekendte, men dette har vi ikke undersøgt i denne analyse.

Resultaterne skal desuden fortolkes i lyset af, at undersøgelsen bygger på de unges selvrapporterede oplevelser af at blive tilbudt stoffer. Analysen belyser således de unges oplevede eksponering for fysiske og digitale stoftilbud, men kan ikke fastslå det faktiske omfang af stofhandelen. Undersøgelsen giver dog et lille indblik i, hvorvidt unge, der oplever at blive tilbudt stoffer digitalt, også har købt stoffer via digitale tilbud. Her viser resultaterne, at cirka en tredjedel af de unge angiver at have købt stoffer digitalt. Men denne gruppe af unge har i høj grad erfaring med stoffer, særligt med hårdere stoffer som kokain og andre illegale stoffer. Dette kan indikere, at erfaring med illegale stoffer hænger sammen med en større tilbøjelighed til at anvende digitale kanaler som led i stofindkøb. Det er dog væsentligt at understrege, at selv blandt de unge, der oplever at blive eksponeret for digitale stoftilbud, er det kun omkring en tredjedel, der angiver at have foretaget et køb. Digital eksponering kan således ikke sidestilles med faktisk køb, ligesom sammenhængen mellem stoferfaring og digitale køb ikke i sig selv dokumenterer en kausal relation.

Samlet set bidrager analyser til et nuanceret billede af, hvordan unge oplever tilbud om illegale stoffer på tværs af fysiske og digitale miljøer. Hovedkonklusionen er, at det fysiske natteliv fortsat er centralt, men at det digitale samtidig indgår. Det betydelige overlap mellem de to miljøer peger på, at digital eksponering ikke nødvendigvis udgør et alternativ til fysisk eksponering, men kan være en del af et bredere mønster, hvor unges oplevelser af stoftilbud går på tværs af forskellige fysiske og digitale sammenhænge.

Data

Analysen bygger på en spørgeskemaundersøgelse lavet af ROCKWOOL Fonden og indsamlet hos Epinion i 2025. Dataindsamlingen foregik som en postomdelt spørgeskemaundersøgelse, hvor 16.999 unge modtog et invitationsbrev med en personlig QR-kode til spørgeskemaet. Forældre til deltagere i alderen 15-17 år modtog desuden et orienteringsbrev. Alle deltagere, der gennemførte undersøgelsen, modtog et gavekort på 50 kr. For at øge deltagelsen blev beløbet forhøjet til 100 kr. i perioden 10.-22. december. Derudover blev der udsendt flere påmindelser via post, SMS, e-mail og telefon. I alt blev der indsamlet 5.092 gyldige besvarelser, svarende til en svarprocent på 30 pct. Ud af disse blev 10 respondenter sorteret fra, idet de fyldte 26 år, efter at de blev tilbudt at svare på spørgeskemaet, og inden de så rent faktisk gjorde det. Dette giver os et endeligt analyseudvalg på 5.082 respondenter.

Kvinder udgjorde 57 pct. af deltagerne i undersøgelsen, hvilket er højere end deres andel blandt alle 15-25-årige i hele Danmark (49 pct.). Unge i alderen 15-17 år var overrepræsenterede i undersøgelsen (39 pct. mod 26 pct. i hele populationen i den danske befolkning), mens unge i alderen 22-25 år var underrepræsenterede sammenlignet med hele befolkningen (28 pct. mod 38 pct.).

Hvad angår uddannelse, var 24 pct. i gang med eller havde afsluttet folkeskolen, 43 pct. en gymnasial uddannelse og 7 pct. en erhvervsuddannelse. Omkring 10 pct. var i gang med eller havde gennemført en kort eller mellemlang videregående uddannelse, mens 11 pct. havde påbegyndt eller gennemført en lang videregående uddannelse. De resterende 4 pct. var i gang med eller havde gennemført STU, FGU eller lignende uddannelsesforløb.

For at korrigere for, at deltagerne i undersøgelsen adskiller sig fra den samlede population i Danmark, anvender vi vægte for køn, alder og bopæl i alle statistiske modeller. På den måde svarer fordelingen til den danske befolkning af 15-25-årige.

Analysen baserer sig på tre specifikke spørgsmål fra undersøgelsen (rækkefølgen blev randomiseret).

1. **Har du oplevet noget af følgende i forhold til stoffer? Stoffer henviser til alle typer af euforisende stoffer, dvs. hash, kokain, amfetamin, mdma (Emma/Molly), og til receptpligtig medicin som fx opioider (dolol, lol, oxy), benzodiazepin, ritalin osv.**
    1. "Jeg er blevet tilbudt at *købe* stoffer online"
    2. "Jeg er blevet tilbudt at *købe* stoffer af en person (fx i byen, på en natklub, til en fest, på gaden eller lign.)"
    3. "Jeg er blevet tilbudt at *prøve* stoffer (fx i byen, på en natklub, til en fest, på gaden eller lign.)"
    4. Jeg er blevet tilbudt at *købe* stoffer via *sms*

    Svarkategorierne var:
    1. Nej, aldrig
    2. Ja, én gang
    3. Ja, 2 gange
    4. Ja, 3-4 gange

5. Ja, 5+ gange

2. **På hvilke sociale medier er du blevet tilbudt at købe stoffer, herunder også receptpligtig medicin ikke udskrevet af en læge/sundhedspersonale? Sæt gerne flere X´er**
   1. Snapchat
   2. Facebook
   3. Messenger
   4. Instagram
   5. X
   6. Reddit
   7. Telegram
   8. Signal
   9. WhatsApp
   10. Tiktok
   11. Wickr
   12. Andre steder, skriv _____

Hvis respondenten svarede, at vedkommende havde oplevet at blive tilbudt stoffer, blev vedkommende også spurgt om følgende:

3. **Er du blevet tilbudt at købe eller at prøve følgende euforiserende stoffer**:
   1. Hash/pot/skunk
   2. Puff bars
   3. Lattergas (fx som små patroner)
   4. Opioiderne Tramadol (dolol/dol/lol)
   5. Opioiderne Oxycondon/Oxycontin (oxy)
   6. Andre opioider som Fentanyl, Metadon (ikke heroin)
   7. Kokain
   8. MDMA/Ecstasy (Molly/Emma)
   9. Amfetamin/speed
   10. Ketamin (special K)
   11. Metamfetamin
   12. GHB/GBL (Fantasy, flydende Ecstasy, hætter)
   13. LSD (syre, frimærker)
   14. Euforiserende svampe
   15. Heroin
   16. Mephedrone (Mephi, Meow, Bubble)
   17. Ayahuasca
   18. Doping (fx anabolske steoroider)
   19. Andet, skriv _____

   Svarkategorierne var:
   1. Nej, aldrig
   2. Ja, 1 gang
   3. Ja, 2 gange
   4. Ja, 3-4 gange

5. Ja, 5+ gange
6. Ved ikke

Appendiks 1: Spørgsmål inkluderet i analysen

Følgende tabel beskriver alle spørgsmål, som blev inkluderet i analysen i tabeller eller statistiske modeller ud over de fire primære spørgsmål beskrevet i "Data og metode". Det oprindelige spørgsmål, samt hvordan det blev kodet i analysen, beskrives.

Tabel 1.1: Oversigt over variable i analysen

Variabel	Spørgsmål i spørgeskema	Kodning til analysen
Køn	*Binært juridisk køn fra Danmarks Statistik*	Binær variabel med "kvinde" som referencekategori
Alder	"Hvor gammel er du?" _____	I tabeller: Kategorisk, tre kategorier: 1. 15-17 år 2. 18-21 år 3. 22-25 år I modeller: Numerisk, centreret omkring 15 år.
Uddannelse	Alt efter om respondenten er i uddannelse i øjeblikket: "Hvilken klasse/uddannelse går du på i øjeblikket?" Eller "Hvilken af følgende er din senest afsluttede uddannelse?"	Kategorisk, gymnasium som referencekategori: 1. Gymnasial uddannelse (STX, HHX, HTX, HF, EUX) 2. Folkeskole (sammenlægning af "8. klasse og derunder", "9. klasse" og "10. klasse") 3. FGU (Forberedende grunduddannelse) eller STU (unge med særlige behov) 4. Erhvervsuddannelse (fx frisør, elektriker, kontoruddannelse) 5. Kort eller mellemlang videregående uddannelse (sammenlægning af "Kort

		videregående uddannelse (fx laborant, tandplejer)" og "Mellemlang videregående uddannelse (fx skolelærer, pædagog, diplomingeniør)" 6. Lang videregående uddannelse (fx læge, biolog, jurist) 7. Andet. Vi ved ikke præcist, hvad denne gruppe indeholder af uddannelser, men vi kan se, at gruppen (111 personer) indeholder personer med en bred alders- og kønsfordeling, som oftest er i beskæftigelse efter endt uddannelse, eller stadig er i gang med denne "anden" uddannelse. Vores bud på, hvad disse uddannelser kunne være, er fx højskoleophold, kortere uddannelseskurser, specialforløb eller ungdomsuddannelser fra andre lande, som ikke passer ind i de danske kategorier.
Region	*Region baseret på adresse fra Danmarks Statistik*	Kategorisk, alle regioner. Region Hovedstaden som referencekategori.
Socialt medieforbrug	"Tænk tilbage på den *sidste uge*. Hvor mange timer i alt brugte du på sociale medier? Fx Snapchat, TikTok, YouTube, Instagram, Facebook, Reddit"	Alle værdier over 101 timer (svarende til ~14.4 timer dagligt) kodet som 101 timer. Derefter omdannet til daglige timer fremfor ugentlige og transformeret til en ordinal variabel:

		1. 0-1 time 2. 2-3 timer 3. 4+ timer
Byturs-hyppighed	”Hvor ofte foretager du dig noget af det følgende? Går på bar, værtshus, natklub/diskotek”	Kategorisk, referencekategori er ”Aldrig/Næsten aldrig” 1. Aldrig/Næsten aldrig (sammenlægning af ”Sjældnere” og ”Aldrig) 2. 1-2 gange om måneden 3. 1 gang om ugen eller oftere (sammenlægning af ”1 gang om ugen”, ”2-3 gange om ugen” og ”Mere end 3 gange om ugen”)
Druk	”Hvor mange gange er du blevet fuld af at drikke alkohol i løbet af de sidste 30 dage?”	Kategorisk, omkodet til binær. 0. < 3 gange fuld i de sidste 30 dage (sammenkodning af 0, 1 og 2 gange). 1. 4+ gange fuld i de sidste 30 dage (sammenkodning af 3, 4-5, 6-9, 10-19, 20-39 og 40+ gange)
Stoferfaring: Hash	”Har du nogensinde røget hash/pot?”	Binær. 1. Ja (sammenkodning af ”Ja, inden for de sidste 30 dage”, ”Ja, inden for de sidste 12 måneder” og ”Ja, men 1 år eller længere siden”) 2. Nej
Stoferfaring: Kokain	”Har du nogensinde taget kokain?”	Binær. 1. Ja (sammenkodning af ”Ja, inden for de

		sidste 30 dage", "Ja, inden for de sidste 12 måneder" og "Ja, men 1 år eller længere siden") 2. Nej
Stoferfaring: Andre hårde stoffer	"Har du nogensinde taget følgende euforiserende stoffer?"	Binær. Sammenkodning af alle øvrige stoffer der spørges om. Hvis mindst ét svar er "Ja", så kodes respondenten som "Ja", ellers kodes de som "Nej". Liste af stoffer: 1. Tramadol (dolol/dol/lol), 2. Oxycodon/OxyContin (oxy) 3. Andre opioider som fentanyl, metadon (ikke heroin) 4. Benzodiazepin (fx Xanax, Rohypnol, Stesolid) 5. Ritalin eller anden ADHD-medicin 6. Kokain 7. MDMA/ecstasy (Molly/Emma) 8. Amfetamin/speed 9. Ketamin (special K) 10. Metamfetamin 11. GHB/GBL (fantasy, flydende ecstasy, hætter) 12. LSD (syre, frimærker) 13. Euforiserende svampe 14. Heroin 15. Mephedrone (Mephi, Meow, Bubble) 16. Ayahuasca 17. Doping (fx anabolske steroider) 18. Andet, skriv _____

Tidligste oplevelse med alkohol	”Hvor gammel var du da du drak dig fuld første gang?”	Kategorisk, omkodet fra numerisk. Referencekategori er ”Jeg har aldrig drukket mig fuld” 1. Jeg har aldrig drukket mig fuld 2. 15 år eller yngre 3. 16 år eller ældre
Tidligste oplevelse med stoffer	”Hvor gammel var du cirka da du prøvede [stof] for første gang?”	Kategorisk, omkodet fra en række numeriske variable – én for hvert stof (samme liste som i stoferfaringsvariablen). Referencekategori er ”Jeg har aldrig prøvet stoffer” 1. Jeg har aldrig prøvet stoffer 2. 15 år eller yngre 3. 16 år eller ældre

Appendiks 2: Supplerende tabeller

Tabel 2.1: Andele af unge, som er blevet tilbudt forskellige stoffer opdelt på, hvor de unge er blevet tilbudt stofferne.

Tilbudt stof	Procent (Samlet)	Fysisk tilbudt at købe stoffer af en person	Fysisk tilbudt at prøve stoffer	Tilbudt at købe stoffer online	Tilbudt af købe stoffer via SMS
Hash	79.9 %	84.5 %	83.2 %	85.0 %	89.3 %
Kokain	45.3 %	58.0 %	49.2 %	59.3 %	74.9 %
Ritalin	23.6 %	30.0 %	26.4 %	39.1 %	47.0 %
MDMA	21.3 %	28.6 %	24.3 %	35.6 %	51.3 %
Svampe	18.1 %	23.8 %	20.6 %	29.2 %	39.3 %
Amfetamin	15.0 %	20.7 %	17.0 %	28.1 %	40.8 %
Lattergas	14.6 %	19.0 %	16.5 %	23.8 %	32.9 %
LSD	10.6 %	15.0 %	12.1 %	20.3 %	30.7 %
Tramadol	9.3 %	12.8 %	10.4 %	20.4 %	31.3 %
Ketamin	7.7 %	11.2 %	8.7 %	15.5 %	24.3 %
Benzodiazepin	7.7 %	10.9 %	8.8 %	16.4 %	25.8 %
Oxycodon	6.4 %	9.4 %	7.2 %	14.0 %	22.3 %
Andre opioider	6.1 %	8.7 %	6.9 %	13.2 %	17.9 %
Doping	6.0 %	8.1 %	6.7 %	12.2 %	15.1 %
GHB/GBL	5.7 %	8.3 %	6.6 %	12.1 %	19.2 %
Heroin	4.5 %	6.1 %	5.0 %	8.8 %	12.5 %
Metamfetamin	3.7 %	5.5 %	4.2 %	8.0 %	13.7 %
Ayahuasca	2.3 %	3.0 %	2.7 %	4.0 %	8.3 %
Mephedrone	1.4 %	1.9 %	1.6 %	2.6 %	5.1 %
Antal respondenter	2856	1792	2377	963	515

Appendiks 3: Trinvise modeller for unges chance for at være blevet tilbudt stoffer

Tabel 3.1: Baseline-model for antal unge, der har oplevet at blive tilbudt stoffer, samt modeller som inkluderer kontrolvariable for tidligste stoferfaring og generel erfaring med hash.

	Baseline-model	SE	Kontrol: Tidligste stoferfaring	SE	Kontrol: Erfaring med hash	SE
Intercept	0.089***	0.022	0.135***	0.021	0.137***	0.021
Baggrund						
Mand (ref = Kvinde)	0.149***	0.013	0.116***	0.012	0.114***	0.012
Alder (ref = 15 år)	0.028***	0.003	0.015***	0.003	0.014***	0.003
Uddannelse (ref = Gymnasiet)						
Folkeskole	0.023	0.018	0.002	0.018	0.003	0.018
FGU / STU	-0.069	0.049	-0.102*	0.043	-0.101*	0.043
Erhvervsuddannelse	0.008	0.025	0.005	0.024	0.005	0.024
Kort el. mellemlang videregående uddannelse	-0.045+	0.024	-0.021	0.023	-0.019	0.023
Lang videregående uddannelse	-0.049*	0.023	-0.032	0.022	-0.029	0.022
Anden uddannelse	-0.156***	0.044	-0.146***	0.040	-0.148***	0.040
Region (ref = Hovedstaden)						
Sjælland	-0.010	0.021	0.009	0.020	0.011	0.020
Syddanmark	-0.044*	0.018	-0.023	0.017	-0.022	0.017
Midtjylland	-0.041*	0.016	-0.027+	0.016	-0.027+	0.016
Nordjylland	-0.054*	0.024	-0.028	0.023	-0.028	0.023
Socialt medieforbrug (ref = 0-1 time dagligt)						
2-3 timer dagligt	0.014	0.014	0.014	0.014	0.015	0.014
4+ timer dagligt	0.036*	0.018	0.024	0.017	0.025	0.017
Byturs-hyppighed (ref = Sjældent/Aldrig)						
I byen 1-2 gange om måneden	0.143***	0.017	0.107***	0.016	0.103***	0.016
I byen 1 gang om ugen eller oftere	0.168***	0.020	0.119***	0.019	0.114***	0.019
Hyppighed af druk						
4+ gange om måneden (ref = 3 eller færre)	0.086***	0.017	0.059***	0.016	0.059***	0.016
Tidligste oplevelse med alkohol/stoffer (ref = Aldrig)						
Fuld første gang 15 år eller yngre	0.358***	0.019	0.270***	0.019	0.268***	0.019
Fuld første gang 16 år eller ældre	0.222***	0.021	0.199***	0.021	0.198***	0.021
Tog stoffer første gang 15 år eller yngre			0.318***	0.017	0.175***	0.042
Tog stoffer første gang 16 år eller ældre			0.281***	0.016	0.140***	0.041
Stoferfaring						
Har prøvet hash					0.154***	0.040
N	5082		5082		5082	
Justeret R^2	0.226		0.287		0.289	

+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

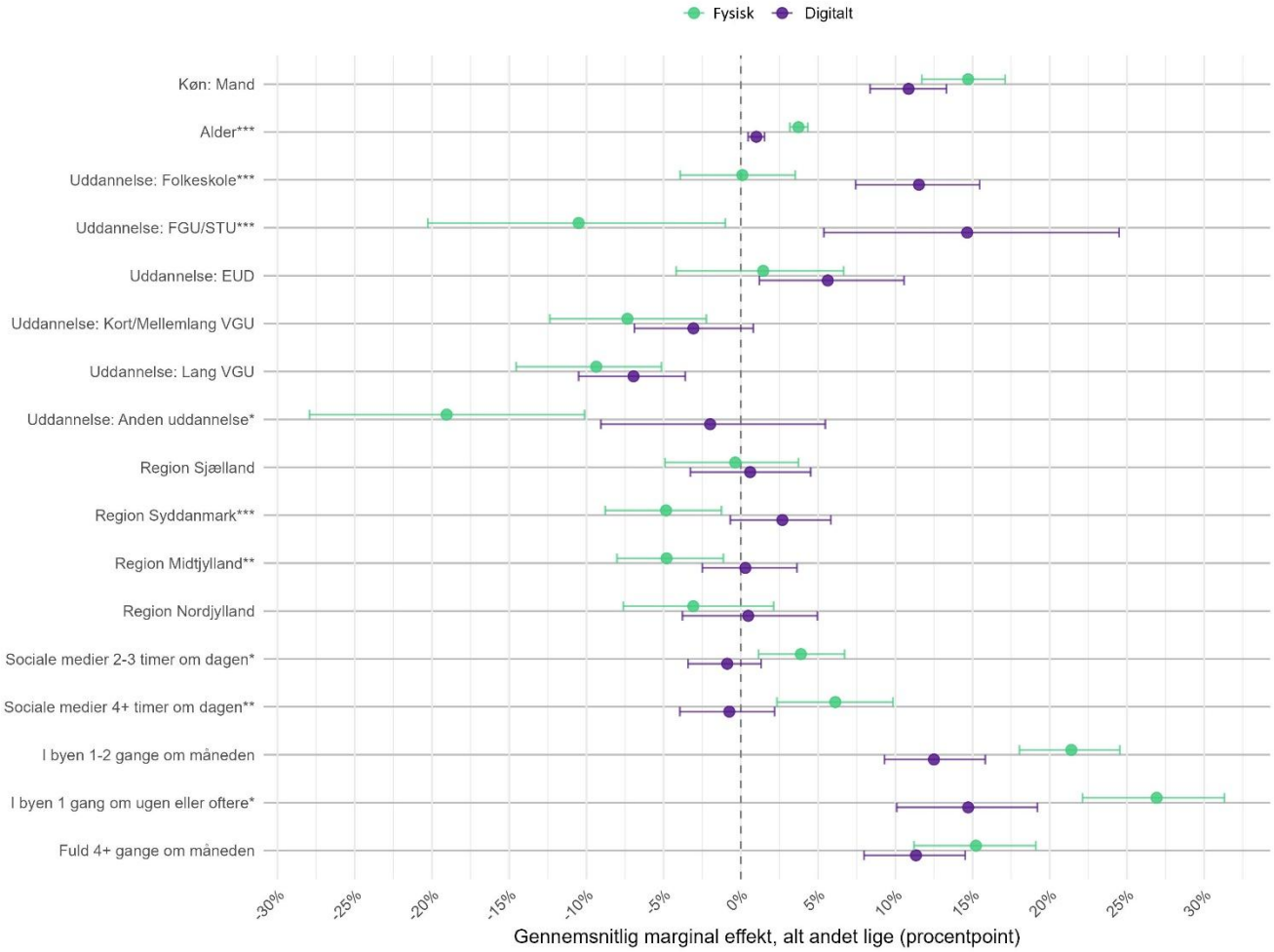
Tabel 3.2: Modeller for antal unge, der har oplevet at blive tilbudt stoffer, inklusive kontrolvariable for erfaring med kokain og erfaring med øvrige hårde stoffer.

	Kontrol: Erfaring med kokain	SE	Kontrol: Erfaring med hårde stoffer	SE
Intercept	0.143***	0.022	0.145***	0.022
Baggrund				
Mand (ref = Kvinde)	0.111***	0.012	0.110***	0.012
Alder (ref = 15 år)	0.013***	0.003	0.013***	0.003
Uddannelse (ref = Gymnasiet)				
Folkeskole	-0.000	0.018	-0.003	0.018
FGU / STU	-0.103*	0.042	-0.104*	0.042
Erhvervsuddannelse	0.002	0.024	0.004	0.024
Kort el. mellemlang videregående uddannelse	-0.018	0.023	-0.015	0.023
Lang videregående uddannelse	-0.027	0.022	-0.025	0.022
Anden uddannelse	-0.149***	0.040	-0.151***	0.040
Region (ref = Hovedstaden)				
Sjælland	0.010	0.020	0.011	0.020
Syddanmark	-0.022	0.017	-0.022	0.017
Midtjylland	-0.027+	0.016	-0.026	0.016
Nordjylland	-0.029	0.023	-0.027	0.023
Socialt medieforbrug (ref = 0-1 time dagligt)				
2-3 timer dagligt	0.015	0.014	0.015	0.014
4+ timer dagligt	0.026	0.017	0.025	0.017
Byturs-hyppighed (ref = Sjældent/Aldrig)				
I byen 1-2 gange om måneden	0.102***	0.016	0.102***	0.016
I byen 1 gang om ugen eller oftere	0.112***	0.019	0.111***	0.019
Hyppighed af druk				
4+ gange om måneden (ref = 3 eller færre)	0.058***	0.016	0.058***	0.016
Tidligste oplevelse med alkohol/stoffer (ref = Aldrig)				
Fuld første gang 15 år eller yngre	0.268***	0.019	0.268***	0.019
Fuld første gang 16 år eller ældre	0.199***	0.021	0.199***	0.020
Tog stoffer første gang 15 år eller yngre	0.168***	0.042	0.159***	0.041
Tog stoffer første gang 16 år eller ældre	0.144***	0.040	0.137***	0.040
Stoferfaring				
Har prøvet hash	0.141***	0.040	0.144***	0.040
Har prøvet kokain	0.059***	0.013	0.065***	0.014
Har prøvet andre hårde stoffer			0.070*	0.030
N	5082		5082	
Justeret R^2	0.290		0.290	

+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

Appendiks 4: Alternativer til Figur 4

Figur 4.1: Reduceret bivariat probit-model, hvor variable for stofbrug er ekskluderet.



Note: Hvis konfidensintervallet ikke omfatter 0, er der en statistisk sammenhæng mellem variablen og sandsynligheden for at få tilbudt stoffer henholdsvis fysisk eller digitalt. Hvis der en stjerne ved den valgte variabel, er der statistisk signifikant forskel på at få tilbudt stoffer fysisk vs. digitalt målt på baggrund af en Wald-test med Benjamini-Yekutieli-korrektion).*
*+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001.*

Tabel 4.2: Bivariat probit-model for, hvor unge er blevet tilbudt stoffer. Begge afhængige variable måles binært i forhold til ikke at være blevet tilbudt stoffer. Koefficienter rapporteres som gennemsnitlige marginale effekter, altså procentvise forskelle i sandsynligheden for at være blevet tilbudt stoffer baseret på værdien af den uafhængige variabel.

	Outcome: Fysisk	SE	Outcome: Digitalt	SE	Forskel fra byen til digitalt
Baggrund					
Mand (ref = Kvinde)	0.112***	0.013	0.075***	0.011	0.037
Alder (ref = 15 år)	0.014***	0.003	-0.007*	0.003	0.021***
Uddannelse (ref = Gymnasiet)					
Folkeskole	-0.011	0.018	0.072***	0.019	-0.083**
FGU / STU	-0.105*	0.045	0.101**	0.041	-0.206**
Erhvervsuddannelse	0.007	0.025	0.033+	0.023	-0.026
Kort el. mellemlang videregående uddannelse	-0.021	0.025	0.003	0.021	-0.024
Lang videregående uddannelse	-0.039+	0.022	-0.035*	0.018	-0.004
Anden uddannelse	-0.139***	0.041	-0.011	0.030	-0.128
Region (ref = Hovedstaden)					
Sjælland	0.011	0.019	0.015	0.019	-0.003
Syddanmark	-0.035*	0.017	0.044**	0.016	-0.079**
Midtjylland	-0.043**	0.017	0.013	0.015	-0.056*
Nordjylland	-0.023	0.023	0.016	0.021	-0.039
Socialt medieforbrug (ref = 0-1 time dagligt)					
2-3 timer dagligt	0.024	0.014	-0.012	0.012	0.035
4+ timer dagligt	0.036*	0.017	-0.017	0.015	0.053+
Byturs-hyppighed (ref = Sjældent/Aldrig)					
I byen 1-2 gange om måneden	0.096***	0.017	0.057***	0.014	0.039
I byen 1 gang om ugen eller oftere	0.137***	0.023	0.065***	0.020	0.072
Hyppighed af druk					
4+ gange om måneden (ref = 3 eller færre)	0.059**	0.018	0.056***	0.016	0.003
Tidligste oplevelse med alkohol/stoffer (ref = Aldrig)					
Fuld første gang 13 år eller yngre	0.339***	0.031	0.215***	0.035	0.125
Fuld første gang 14 år eller ældre	0.215***	0.018	0.063+	0.015	0.152***
Tog stoffer første gang 14 år eller yngre	0.090*	0.058	0.191***	0.058	-0.101
Tog stoffer første gang 15 år eller ældre	0.127*	0.047	0.069	0.040	0.058
Stoferfaring					
Har prøvet hash	0.164***	0.046	0.088**	0.041	0.076
Har prøvet kokain	0.182***	0.039	0.152***	0.033	-0.030
Har prøvet andre hårde stoffer	0.048	0.044	0.127***	0.035	-0.079
N	5082		5082		
ρ	0.496*** | CI: (0.446, 0.538)				

+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001