

# **Hus Forbi**

## **En undersøgelse af koncept og sælgere**

**Juni 2008**

**Finn Kenneth Hansen, Jonas Markus Lindstad,  
Flemming Jakobsen og Henning Hansen**



# **Hus Forbi**

## **En undersøgelse af koncept og sælgere**

**Juni 2008**

**Finn Kenneth Hansen, Jonas Markus Lindstad,  
Flemming Jakobsen og Henning Hansen**

**Hus Forbi**  
**En undersøgelse af koncept og sælgere**

© CASA, Juni 2008

ISBN 978-87-92384-02-7

Elektronisk udgave: ISBN 978-87-92384-04-1



# Forord

Denne rapport sætter fokus på de hjemløses avis Hus Forbi. Avisen kom på gaden første gang i 1996 i et oplag på ca. 10.000. I dag udkommer avisen hver måned i et oplag på 90.000 eksemplarer.

Konceptet for Hus Forbi har fra starten været at udgive en avis, der kunne være de hjemløses talerør og sætte fokus på og skabe debat om hjemløse samt give hjemløse mulighed for at deltage i salget af avisen og komme til at tjene penge som et alternativ til at tigge eller andet. Derudover har ideen været at inddrage de hjemløse i et samarbejde med professionelle i forskellige aktiviteter omkring avisen.

Det er foreningen Hus Forbi, som står bag udgivelsen af avisen. Bestyrelsen for foreningen er brugerstyret med bl.a. 3 personer, som indstilles af de hjemløses organisation SAND.

Hus Forbi har som avis gennemgået visse forandringer siden starten i 1996. Den grundlæggende målsætning om, at avisen skal produceres i et samarbejde mellem hjemløse og professionelle, er ikke fraveget – selvom samarbejdet i årenes løb har ændret karakter.

Bestyrelsen for foreningen Hus Forbi har i den forbindelse henvendt sig til CASA med ønsket om en undersøgelse af konceptet Hus Forbi samt en nærmere undersøgelse af sælgerne – hvem er de, og hvilken betydning har det for dem at sælge Hus Forbi?

Undersøgelsen er baseret på en spørgeskemaundersøgelse blandt sælgerne. Der er næsten 200 sælgerne, som har svaret på spørgeskemaet. Derudover er der foretaget interview med sælgere, avisdistributører, ansatte og tidligere og nuværende bestyrelsesmedlemmer med henblik på en belysning af brugerorganiseringen i Hus Forbi og en vurdering af konceptet Hus Forbi.

Vi vil gerne takke de mange sælgere, som har svaret på spørgeskemaet, og de mange personer, som har stillet deres tid til rådighed til et interview. Uden denne opbakning havde det ikke været muligt at gennemføre undersøgelsen.

Undersøgelsen er foretaget i perioden januar til juni 2008 og er finansieret af Velfærdsministeriet.

Undersøgelsen er gennemført af Finn Kenneth Hansen, Jonas Markus Lindstad, Flemming Jakobsen og Henning Hansen, CASA.

CASA  
Juni 2008



# Indholdsfortegnelse

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Avisen Hus Forbi .....</b>                      | <b>5</b>  |
| 1.1      | Avisen Hus Forbi – de hjemløses avis .....         | 5         |
| 1.2      | Formålet med undersøgelsen.....                    | 5         |
| 1.3      | Resumé og sammenfatning .....                      | 6         |
| 1.4      | Hvem er sælgerne af Hus Forbi?.....                | 6         |
| 1.5      | Hvor mange sælger de? .....                        | 7         |
| 1.6      | Hvorfor sælger de Hus Forbi?.....                  | 7         |
| 1.7      | Hvad betyder det for dem at være sælgere? .....    | 8         |
| 1.8      | Deltagelse og fremtidsudsigter.....                | 9         |
| 1.9      | Konceptet for Hus Forbi.....                       | 9         |
| 1.10     | Hus Forbi en brugerorganiseret avis .....          | 10        |
| 1.11     | Fra græsrodsavis til en professionel avis .....    | 10        |
| 1.12     | En øget professionalisering .....                  | 10        |
| 1.13     | Avisen er en succes – økonomisk selv bærende ..... | 11        |
| 1.14     | En brugerstyret avis.....                          | 11        |
| 1.15     | Brugerinddragelsen i dag .....                     | 11        |
| 1.16     | Fokus på sælgerne .....                            | 12        |
| 1.17     | Anerkendelse og sociale relationer .....           | 12        |
| 1.18     | Udfordringerne for Hus Forbi .....                 | 13        |
| <b>2</b> | <b>Sælgeraktivitet .....</b>                       | <b>15</b> |
| 2.1      | Antal eksemplarer om måneden .....                 | 15        |
| 2.2      | Salgsmønster .....                                 | 16        |
| 2.3      | Salgssteder.....                                   | 18        |
| 2.4      | Opsummering .....                                  | 19        |
| <b>3</b> | <b>Karakteristik af sælgerne.....</b>              | <b>21</b> |
| 3.1      | Køn, alder og etnisk baggrund .....                | 21        |
| 3.2      | Boligsituation .....                               | 22        |
| 3.3      | Økonomi.....                                       | 24        |
| 3.3.1    | Offentlige ydelser.....                            | 25        |
| 3.3.2    | Andre indtægter .....                              | 25        |
| 3.3.3    | Gæld.....  | 26        |
| 3.3.4    | Opsummering.....                                   | 26        |
| 3.4      | Tidligere beskæftigelse .....                      | 26        |
| 3.5      | Sygdom og helbred.....                             | 27        |
| 3.6      | Misbrug .....                                      | 31        |
| 3.7      | Sammenfatning.....                                 | 34        |
| <b>4</b> | <b>Hvorfor sælge Hus Forbi?.....</b>               | <b>37</b> |
| 4.1      | Begrundelser for at sælge? .....                   | 37        |
| 4.2      | Sælgertyper.....                                   | 39        |
| 4.2.1    | Den økonomisk beviste sælgertype.....              | 39        |
| 4.2.2    | Den sociale sælgertype .....                       | 40        |
| 4.2.3    | Den politiske sælgertype.....                      | 40        |
| 4.2.4    | Den blandede sælgertype .....                      | 41        |

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| 4.3       | Hvordan blev du sælger? .....   | 45        |
| 4.4       | Hvad lavede du, før du blev sælger? .....   | 46        |
| 4.5       | Hvem sælger ikke Hus Forbi? .....   | 49        |
| 4.5.1     | Dem der ikke vil .....  | 49        |
| 4.5.2     | Dem der ikke kan .....  | 50        |
| 4.6       | Sammenfatning .....   | 52        |
| <b>5</b>  | <b>Betydningen af at være sælger .....</b>  | <b>55</b> |
| 5.1       | Personlige konsekvenser.....  | 55        |
| 5.1.1     | Sælgertyper.....  | 56        |
| 5.2       | Misbrug og helbred.....   | 58        |
| 5.2.1     | Misbrugssituationen .....   | 58        |
| 5.2.2     | Helbredssituationen .....   | 60        |
| 5.3       | Hvad ville de ellers lave?.....   | 63        |
| 5.4       | Hvad er det gode ved at sælge Hus Forbi? .....  | 65        |
| 5.5       | Sammenfatning .....   | 66        |
| <b>6</b>  | <b>Sælgernes deltagelse og fremtidsudsigter .....</b>   | <b>69</b> |
| 6.1       | Dagligdag og deltagelse.....  | 69        |
| 6.2       | Kontakt med andre sælgere .....   | 70        |
| 6.3       | Hus Forbi møder .....   | 71        |
| 6.4       | Fremtidsudsigter .....  | 72        |
| 6.4.1     | Fortsætte med at sælge Hus Forbi .....  | 72        |
| 6.5       | Fremtidsplaner .....  | 74        |
| 6.6       | Opsummering .....   | 77        |
| <b>7</b>  | <b>Hus Forbi – fra græsrodsavis til en professionel avis .....</b>                                | <b>79</b> |
| 7.1       | Hus Forbi – en brugerorganiseret avis.....  | 79        |
| 7.2       | Græsrodsavis.....   | 80        |
| 7.3       | Brugerorganisering af sælgere.....  | 81        |
| 7.4       | Omstilling til professionel avis .....  | 82        |
| 7.5       | Brugerorganisering – hvordan? .....   | 84        |
| <b>8</b>  | <b>Bestyrelsen – brugerstyring .....</b>  | <b>85</b> |
| 8.1       | Bestyrelsen for foreningen Hus Forbi.....   | 85        |
| 8.2       | Brugerstyring – fra et brugerorienteret til et professionelt<br>Hus Forbi .....                   | 85        |
| 8.3       | Brugerne i bestyrelsen .....  | 88        |
| 8.4       | Forholdet mellem bestyrelse og redaktion.....   | 89        |
| <b>9</b>  | <b>Brugerorganisering .....</b>   | <b>91</b> |
| 9.1       | Hus Forbi – brugerorganisering.....   | 91        |
| 9.2       | Brugerinddragelse – sælgermøder .....   | 92        |
| 9.3       | Hus Forbi – sælgeraktivitet.....  | 94        |
| 9.4       | Fastholdelse eller ud af hjemløshed? .....  | 95        |
| 9.5       | Hus Forbi – ”Fælles ansvar 2” .....   | 96        |
| <b>10</b> | <b>Vurdering af Hus Forbi.....</b>  | <b>99</b> |
| 10.1      | Konceptet Hus Forbi – en brugerstyret avis .....  | 99        |
| 10.2      | Den øgede professionalisering.....  | 99        |
| 10.3      | Brugerinddragelsen og brugerindflydelsen.....   | 101       |
| 10.4      | Hvem er sælgere? .....  | 102       |
| 10.5      | Skal man aktivere de hjemløse i forhold til aktiveringsdeltagelse<br>og det at komme videre?..... | 102       |



|   |     |
|---|-----|
| 10.6 Hus Forbi – en københavneraktivitet? ..... | 103 |
| 10.7 Hvad skal man med et overskud?.....        | 104 |
| 10.8 Avis eller socialt projekt?.....           | 104 |

**Bilag .....**107

Bilag 1 - Metoder i undersøgelsen

Bilag 2 - Spørgeskema



# 1 Avisen Hus Forbi

## 1.1 Avisen Hus Forbi – de hjemløses avis

Avisen Hus Forbi udkommer 12 gange om året. Oplaget er i gennemsnit 90.000 eksemplarer, og der er i dag ca. 500 registrerede sælgere af Hus Forbi. Der er ca. 360.000, der læser avisen Hus Forbi hver måned (læsertal/Gallup).

Foreningen Hus Forbi står bag udgivelsen af avisen. Det er foreningens formål:

- At udgive en landsdækkende avis, Hus Forbi, der sælges på gaden af hjemløse og tidligere hjemløse.
- Avisen er først og fremmest de hjemløses talerør til at synliggøre området, skabe debat og sætte fokus på sociale og samfundsmæssige forhold.
- Avisen produceres i samarbejde med hjemløse og professionelle.

Ud over at avisen sælges på gaden af hjemløse og tidligere hjemløse, er avisen et centralt talerør for de hjemløses situation og vilkår og synliggørelse af området.

Alle kan i princippet blive medlemmer af foreningen som sælger eller ved at melde sig ind i foreningen og betale kontingent, men eksplicit nævnes medlemmer som boformer for hjemløse, nærudvalg, væresteder, distributører, sælgere, organisationer, virksomheder og læsere. Altså overvejende aktører på hjemløseområdet.

De hjemløse er sikret repræsentation i foreningens bestyrelse, idet der blandt de 7 bestyrelsesmedlemmer indstilles et medlem af Sammenslutningen af Boformer, og 3 medlemmer indstilles af Sammenslutningen af nærudvalg i Danmarks, SANDs bestyrelse. Derudover indstilles et medlem af de ansatte, et medlem af den afgående bestyrelse (et medlem med indsigt i bladdrift), og et medlem vælges på generalforsamlingen.

## 1.2 Formålet med undersøgelsen

Hus Forbi har som avis gennemgået visse forandringer siden starten i 1996 – udseende og layout er ændret, og indholdet er tilpasset løbende. Den grundlæggende målsætning om, at den skal produceres i et samarbejde mellem hjemløse, tidligere hjemløse og professionelle, er derimod ikke fraveget – selvom samarbejdet i årenes løb har ændret karakter.

Igennem de sidste år har der været et voksende behov for at undersøge konceptet Hus Forbi samt dokumentere avisens sociale indsatser. I bestyrelsen

for foreningen Hus Forbi har der derfor været udtrykt behov for at få udarbejdet en bredere dokumentation af konceptets idé, en beskrivelse af sælgergruppen samt dokumentation for den betydning Hus Forbi har for de hjemløse – ikke kun ved at sælge aviser, men også effekter for sælgerne socialt, økonomisk og arbejdsmæssigt. Dette er baggrunden for denne undersøgelse af Hus Forbi.

Formålet med undersøgelsen er, at

- foretage en beskrivelse af sælgergruppen og
- foretage en evaluering af Hus Forbis koncept.

### **1.3 Resumé og sammenfatning**

I det følgende gives et resumé og en sammenfatning af hovedresultaterne på den måde, at der først gives en beskrivelse af sælgergruppen, og hvilken betydning det har for dem at være sælgere af Hus Forbi. Dernæst gives en belysning af brugerorganiseringen i Hus Forbi, og hvordan brugerinddragelsen i dag kommer til udtryk i praksis. Endelig vurderes det koncept, som er udviklet for Hus Forbi, og der peges på en række opmærksomhedspunkter med henblik på udviklingspotentialer for Hus Forbi.

### **1.4 Hvem er sælgerne af Hus Forbi?**

Hvis man skal karakterisere sælgerne af Hus Forbi, bliver det en længere opremsning. Det viser sig, at 4 ud af 5 er mænd, at halvdelen er mellem 40 og 50 år gamle, og at 3 ud af 4 sælgere har dansk baggrund. I det store hele ligner sælgerne hinanden, uanset om de er fra København eller provinsen.

38 % af sælgerne har egen bolig, og hver fjerde sælger oplyser, at de bor på gaden eller på trapper hele tiden eller noget af tiden. Kun 3 % af sælgerne fra provinsen oplyser, at de bor på gaden.

Oplysningerne om sælgernes forsørgelsesgrundlag viser, at kontanthjælp og pension er det typiske forsørgelsesgrundlag. 13 % af sælgerne modtager ingen ydelser. For sælgere med dansk baggrund er der tale om 5 %, mens det for sælgere med ikke-dansk baggrund gælder for 35 %. Cirka halvdelen af sælgerne, som ikke modtager nogen ydelser, oplyser, at salget af Hus Forbi er deres eneste indtægt. Der er kun få af sælgerne fra provinsen, som ikke modtager nogen ydelse.

Hos hver tiende sælger er ydelsen uoplyst, og man kan formode, at det betyder, at de ingen ydelse modtager. Hovedindtrykket er, at sælgerne ikke har nævneværdige indtægter ud over deres offentlige ydelse og salget af Hus Forbi. Desuden kan det nævnes, at 4 ud af 5 sælgere har en eller anden form for gæld. Størrelsen på gælden er meget usikker og varierer meget.

For 40 % af sælgerne er det mere end 10 år siden, de sidst har været i beskæftigelse, og hos en forholdsvis stor gruppe på 16 %, er det mere end 20 år siden, de har været i beskæftigelse.

Der er 2 ud af 3 af sælgerne, som lider af en eller anden form for sygdom, og der er flere syge blandt sælgerne i provinsen end i København. Der er desuden 75 % af sælgerne, der er misbrugere, og hver tredje har svaret, at de er misbrugere af narkotika. Andelen, der er misbrugere, er markant større blandt sælgerne i København sammenlignet med sælgerne fra provinsen.

60 % af sælgerne vurderer deres helbred som godt, vældig godt eller fremragende. Hver tredje vurderer deres helbred som mindre godt og kun 10 % som dårligt.

## **1.5 Hvor mange sælger de?**

Der er stor variation i, hvor mange eksemplarer af avisen sælgerne sælger. På baggrund af sælgernes egne rapporterede tal var der 10 % af sælgerne, som solgte 25 aviser eller derunder i sidste måned, men der var samtidig 12 % af sælgerne, der solgte mere end 500 eksemplarer sidste måned. Størstedelen af sælgerne oplyser, at de sælger avisen året rundt.

Sælgere med et højt salgsniveau (over 200 aviser om måneden) adskiller sig fra de øvrige sælgere ved at have et højere ”aktivitetsniveau”, hvad angår antal timer, de sælger om dagen, og antal dage, de sælger om måneden. Analyserne viser desuden, at der blandt sælgerne med lavt salg er flere nye sælgere. Sælgere med et højt salgsniveau oplyser i højere grad, at de står et bestemt sted og sælger avisen. Noget kunne tyde på, at de er kendetegnet ved at have fundet et særligt godt sted, som de betragter som deres.

## **1.6 Hvorfor sælger de Hus Forbi?**

Den enkelte sælgers motiv for at sælge Hus Forbi handler oftest om at tjene penge. 3 ud af 4 angiver dette som en årsag til, at de sælger Hus Forbi. Herefter følger *at gøre opmærksom på de hjemløses forhold* og *at komme i kontakt med andre mennesker*. Det har henholdsvis 38 % og 36 % af sælgerne angivet.

På baggrund af sælgernes begrundelser og motiver til at sælge avisen, har vi inddelt sælgerne i 4 forskellige sælgertyper.

Den *økonomiske sælger* sælger kun for at tjene penge og er karakteriseret ved at være relativt ung. Der er relativt mange mænd og ofte med ikke-dansk baggrund. Den økonomiske sælger optræder ret ofte i København, og har relativt sjældent egen bolig. Der er relativt mange, der ikke modtager

offentlige ydelser, og de er ofte misbrugere af narkotika og andet. Endelig har den økonomiske sælger ret høje salgstal.

Den *sociale sælger* sælger for at komme i kontakt med andre mennesker og er karakteriseret ved relativt ofte at være en kvinde og optræder ofte i København. Der er relativt mange, der kun er alkoholmisbrugere.

Den *politiske sælger* sælger for at gøre opmærksom på de hjemløses forhold og er karakteriseret ved, at der er en meget stor procentdel med dansk baggrund, og en relativt stor del er fra provinsen. Den politiske sælger har ret ofte egen bolig og er på kontanthjælp. Derimod har den politiske sælger en ret lav salgsaktivitet.

Den *blandede sælger* er en slags restkategori, som har en række blandede begrundelser for at sælge Hus Forbi, og adskiller sig, som forventet, stort set ikke fra de andre sælgertyper på nogen ting. Det eneste punkt er, at de relativt ofte modtager pension.

Hvad lavede sælgerne før de blev sælgere af Hus Forbi for at tjene penge? En fjerdedel af sælgerne har svaret, at de slet ingenting gjorde for at tjene penge, mens en anden fjerdedel har svaret, at de samlede flasker, og 19 % havde tilfældige småjob. Men der var også en del, som begik kriminalitet og tiggede.

## 1.7 Hvad betyder det for dem at være sælgere?

At sælge Hus Forbi betyder først og fremmest, at sælgerne kommer i kontakt med andre mennesker, og at de tjener flere penge. Et af formålene med Hus Forbi er, at bladsalget skal fungere som et alternativ til tiggeri og kriminalitet for sælgeren, og 40 % af sælgerne oplyser, at de laver mindre kriminalitet, og 37 % oplyser, at de tigger mindre.

Generelt set vurderer sælgerne, at de har stort udbytte af at sælge avisen. De fleste sælgere peger ikke kun på en ting, som har betydning, men peger typisk på 4 eller 5 ting, der har betydet noget for dem som sælgere.

De forskellige typer af sælgere adskiller sig fra hinanden på en række områder. Det er især de *sociale*, *politiske* og *blandede sælgertyper*, der har fået noget ud af at sælge Hus Forbi, mens den *økonomiske sælgertype* ikke synes, de har fået specielt meget ud af det.

Med hensyn til sælgernes helbred og misbrug tyder meget på, at salget af Hus Forbi har betydet forbedringer for en stor del af sælgerne. Analyserne viser, at især stofmisbrugerne har fået et mindre misbrug og samtidig fået det bedre helbredsmæssigt, og især de psykisk syge har fået det bedre helbredsmæssigt.

Hvis *ikke* de solgte Hus Forbi, så ville 29 % af sælgerne forsøge at finde sig et job, mens 18 % ingenting ville foretage sig. Men et andet alternativ til salg er at begå kriminalitet, og det nævner 24 %. Her er det bemærkelsesværdigt, at 88 % af misbrugerne af narkotika og andet ville begå kriminalitet i stedet for at sælge Hus Forbi.

## **1.8 Deltagelse og fremtidsudsigter**

Mange af sælgerne er i daglig kontakt med andre sælgere. Denne kontakt foregår i vid udstrækning på væresteder el.lign. Særligt sælgere fra København og sælgere med egen bolig er i kontakt med de andre sælgere dagligt.

Der er flere sælgere fra København end fra provinsen, som kommer til møderne i Hus Forbi. Møderne afholdes som bekendt i København og geografien er øjensynligt en barriere for at være aktiv i Hus Forbi.

Langt størstedelen af sælgerne tilkendegiver, at de ønsker at fortsætte med at være sælgere.

Selvom mange af sælgerne befinder sig i vanskelige situationer, så har tre-fjerdedel alligevel angivet, at de har nogle fremtidsplaner. Hver fjerde sælger ønsker at få en bolig eller få klarhed omkring deres boligsituation. Der er 17 %, som har planer om at få et job eller påbegynde en uddannelse, og 8 % har planer om at påbegynde et afvænningsforløb for deres alkohol- og/eller stofmisbrug. Derudover er der en lille gruppe, som nævner, at de gerne vil forsøge (igen) at få kontakt med deres børn og/eller familie eller andre sociale kontakter, de tidligere har haft. Sælgernes svar giver et klart indtryk af, at de ønsker sig ændringer og forbedringer i deres liv.

## **1.9 Konceptet for Hus Forbi**

Konceptet for Hus Forbi har fra starten været at få udgivet en avis, der kunne sætte fokus på og skabe debat om hjemløse – hvilket manglede i de øvrige medier – samt at give hjemløse mulighed for at deltage i salget af avisen og komme til at tjene penge som et alternativ til at tigge eller andet.

Derudover har ideen med avisen fra starten været at inddrage de hjemløse i et samarbejde med professionelle i forskellige aktiviteter omkring avisen, herunder i salget af avisen, og i deltagelse i foreningens bestyrelse.

Der har været tale om en brugerorganiseret avis.

## **1.10 Hus Forbi en brugerorganiseret avis**

Avisprojektet Hus Forbi har fra det blev en realitet i 1996 til i dag været præget af diskussioner om, hvordan brugerne inddrages og involveres i de forskellige aktiviteter, der er forbundet med at udgive og sælge en avis. Det gælder såvel fra repræsentation og deltagelse i organisationen i form af bestyrelse som deltagelse i de daglige aktiviteter omhandlende redaktion (indholdet i avisen), journalistik (hvem skal skrive i avisen) administration (regnskab, økonomi og administration) samt salg af avisen.

Avisens historie kan nærmest karakteriseres som en udviklings- og forsøgsperiode omkring et projekt, styret af nogle ideer om at skabe et avisprodukt med stor brugerinddragelse og brugerinvolvering. Projektet har været båret af ildsjæle – brugere som ikke-brugere – som har villet projektet, og som har taget stilling til de store linjer, men også alle de mindste ting, som har været nødvendige for at udgive en avis. Der har været tale om en trial and error proces, hvor mange ting er blevet afprøvet båret af gode intentioner og ideer, og hvor nogle er lykkedes – andre er mislykkedes.

## **1.11 Fra græsrodsavis til en professionel avis**

I overskriftsform kan man sige, at Hus Forbi har gennemlevet en periode, hvor den er gået fra en form for græsrodsavis med en brugerstyret organisation og med inddragelse af hjemløse i alle led og i et samarbejde med professionelle til i dag at være en professionel avis med en formel brugerstyret organisation og med en klar opdeling i en redaktion med faglige journalister, en administration med professionelt ansatte og en brugerinddragelse af hjemløse primært via salg af avisen.

## **1.12 En øget professionalisering**

Organiseringen af avisen har, hvad angår redaktion og administration, undergået mange ændringer – først og fremmest i retning af øget professionalisering. Avisen har i dag en redaktion og administration med fagligt ansatte personer, hvor der er tale om en klar opdeling med opgaver og funktioner. Administrationen tager sig blandt andet af sælgere, og brugerinddragelsen af hjemløse sker primært via sælgerkorpset.

Der afholdes månedlige redaktionsmøder, hvor der evalueres og planlægges, og månedlige statusmøder mellem administration og redaktion, ligesom der afholdes månedlige sælgermøder i Hjemløsehuset med deltagelse fra administrationen. I redaktionsmøderne deltager en til to tidligere hjemløse brugere, mens der til sælgermøderne kan være mellem 20 til 40 brugere. For at knytte kontakten mellem redaktionen og brugerne, vil en fra redaktionen fremover deltage i de månedlige sælgermøder.



### **1.13 Avisen er en succes – økonomisk selv bærende**

På mange måder kan man sige, at Hus Forbi er en succes. Som avis er der tale om en succes, idet avisen fra at udkomme 3 gange om året i dag udkommer 12 gange om året, og salget af avisen er steget fra ca. 10.000 til 70.000 aviser pr. nummer. Avisen har fra starten modtaget økonomisk støtte fra Socialministeriet, som har haft betydning for udviklingen af et brugerorganiseret projekt. Målsætningen har været at blive økonomisk selv bærende, hvilket i dag er opnået. Avisen er konsolideret og økonomisk selv kørende med et pænt overskud.

I overensstemmelse med tankerne om og formålet med avisen er det samtidig opfattelsen, at det er lykkedes at oplyse hr. og fru. Danmark om de hjemløses forhold og inddrage de hjemløse i salget af avisen gennem en række anerkendende initiativer, hvorved de har opnået en respekt og en samhørighed med avisen.

### **1.14 En brugerstyret avis**

Avisen udgives af foreningen Hus Forbi. Alle kan i princippet blive medlemmer af foreningen Hus Forbi enten som sælger eller ved at melde sig ind i foreningen og betale kontingent, men i vedtægterne nævnes eksplicit medlemmer som boformer for hjemløse, nærudvalg, væresteder, distributører, sælgere, organisationer, virksomheder og læsere.

De hjemløse er sikret repræsentation i foreningens bestyrelse, idet der blandt de 7 bestyrelsesmedlemmer indstilles et medlem af Sammenslutningen af Boformer, og 3 medlemmer indstilles af SANDs bestyrelse. Derudover indstilles et medlem af de ansatte, et medlem af den afgående bestyrelse (et medlem med indsigt i bladdrift), og et medlem vælges på generalforsamlingen. P.t. er det medlem, som er valgt på generalforsamlingen, både sælger og med i bestyrelsen for Rådet for Socialt Udsatte. Som sådan har de hjemløse flertal i bestyrelsen, og der er således formelt tale om en brugerstyret avis.

### **1.15 Brugerinddragelsen i dag**

I forhold til Hus Forbi kan man stille spørgsmålet: Hvem er brugerne? Er det de hjemløse, eller er det netop sælgerne? Alle sælgere er pr. automatik medlem af foreningen Hus Forbi, og som sådan kan man tale om en brugerorganisering. Sælgerne har således lov til at møde op til generalforsamlingen og til sælgermøderne. I praksis er det dog få sælgere, der møder op til generalforsamlingerne.

I forhold til de oprindelige tanker om inddragelse af de hjemløse i produktion af indholdet, i skrivning af avisen, i salg og i organiseringen, er brugerinddragelsen i dag koncentreret om salg af avisen.

Omkring brugerinddragelsen er der i dag en langt større erkendelse af, at de hjemløse er meget forskellige, og at det ikke er alle hjemløse, der kan inddrages i alle former for aktiviteter. Mange hjemløse er sårbare over for nye nederlag, og derfor er det vigtigt at inddrage de hjemløse i aktiviteter, de kan mestre. Det er på baggrund af erfaringerne med de hjemløses deltagelse i forskellige aktiviteter omkring avisen, at brugeinddragelsen i dag primært er koncentreret omkring det at sælge avisen.

## **1.16 Fokus på sælgerne**

I forhold til avisen Hus Forbi er det klart opfattelsen i dag, at sælgerne er de ”rigtige” brugere af Hus Forbi, idet det er dem, som udbreder avisen til hr. og fru Danmark. De bliver primært inddraget gennem salg af avisen og får deres stemme hørt på sælgermøderne.

Sælgerkorpset er i højere grad blevet organiseret. Sælgerne er hjemløse eller tidligere hjemløse og får i dag et id-kort. De underskriver en sælgerkontrakt med opridsning af de regler, der følger med at blive sælger. Samtidig bliver der gennemført sælgermøder i København med information og udveksling af synspunkter og ideer. I det hele taget er der i dag langt større fokus på sælgerne, betydningen af sælgerne for salget af avisen og betydningen af sælgeraktiviteten for de hjemløse sælgere.

## **1.17 Anerkendelse og sociale relationer**

Sælgerens betydning er blevet bekræftet med uddeling af jakker, tasker, sko, id-kort etc. Denne anerkendelse viser, at de bliver betragtet som en del af personalet. Andre genkender dem, og de har fået en identitet. De er blevet koblet til det produkt, de står og sælger.

Ved at sælger og køber mødes, skabes der forståelse og dialog, og det sker på sælgerens præmisser – på gaden. Der er fx folk, der køber hos en fast sælger. Der er nedbrudt barrierer mellem almindelige mennesker og hjemløse, hvilket også har været en del af formålet. Fordomme er blevet ændret. Hus Forbi har således med de mange flere sælgere og det større salg i højere grad levet op til intentionerne om at indeholde både sociale og socialpolitiske funktioner.

## 1.18 Udfordringerne for Hus Forbi

Selvom Hus Forbi på mange måder er lykkedes med en række af målsætninger, er der nye mål, der presser sig på. Avisen står således over for en række udfordringer. Det gælder forholdet til brugerne og til sælgerne. Hvem kan blive sælger, og skal der iværksættes yderligere initiativer i forhold til sælgerne? Men det gælder også i forhold til avisen, både hvad angår indhold og layout og en fortsat professionalisering. I det følgende skal der peges på nogle af de udfordringer, som avisen står overfor.

- **Hvem er sælgerne?**

Selvom man i Hus Forbi har haft en generel holdning om, at udlændinge, der er hjemløse, også gerne må sælge Hus Forbi, satte det pludselige rykind af østeuropæere i slutningen af 2007 gang i diskussionen om, hvem det er, der er de primære sælgere af Hus Forbi.

Det er den generelle opfattelse, at det er hjemløse og tidligere hjemløse, der skal sælge avisen og ikke alle mulige andre, for så ville projektet blive utroværdigt. Dette er med til at forklare, hvorfor der er indført en pragmatisk 10 % grænse overfor østeuropæerne. Der er imidlertid fortsat uklarhed om, i hvilken udstrækning udlændinge må sælge Hus Forbi, og man bør nok tage den diskussion en gang for alle og få en endelig afklaring på, hvad politiken er på området.

- **Skal man aktivere de hjemløse i forhold til aktiveringsdeltagelse og det at komme videre?**

Det ligger ikke som en del af konceptet for Hus Forbi, at intentionerne med brugerinddragelse og det at være sælger skal ses som et skridt i retning af at komme videre. Med den stigende vægt på arbejde og selvforsørgelse er der imidlertid rejst spørgsmålet, om det er en opgave for Hus Forbi at kunne fungere som en form for aktiveringsprojekt.

Der vil være mange vanskeligheder forbundet med en sådan opgave, både ressourcemæssigt og i forhold til brugergruppen. Og spørgsmålet er, om det overhovedet er en opgave for Hus Forbi.

- **Hus Forbi – en københavneraktivitet?**

Avisen Hus Forbi har fra starten været en københavneraktivitet på den måde, at avisen stort set kun blev solgt i København. I gennem de seneste år er det imidlertid lykkedes at udbrede salget til store dele af provinsen gennem etablering af distributionssteder oftest boformer og væresteder og med lokale sælgere.

Ser man på situationen i dag, er det dog fortsat sådan, at en meget stor del af salget af Hus Forbi finder sted i København, og som denne undersøgelse viser, er en meget stor del af sælgerne koncentreret omkring København. I provinsen er det opfattelsen, at der er tale om et københavnerprojekt.

Det er oplagt, at der ligger en udfordring for avisen i at få flere hjemløse i provinsen inddraget i salget omkring Hus Forbi.

- **Hvad skal man bruge overskuddet til?**

Det har ikke været målsætningen med Hus Forbi, at man skulle tjene en masse penge, men der er ingen tvivl om, at det har skabt en masse stolthed blandt medarbejderne og ikke mindst blandt sælgerne, at det er lykkedes at blive økonomisk selv bærende og skabe et overskud.

Spørgsmålet er, hvordan man skal bruge overskuddet?

- **Avis eller socialt projekt?**

Der er forskellige tanker om, hvilken retning Hus Forbi skal tage i fremtiden. Skal Hus Forbi anvende flere ressourcer på at gøre mere for sælgerne med henblik på at give dem bedre livskvalitet eller fx indgå i aktiveringsprojekter med henblik på at få flere hjemløse inddraget i arbejdslignende forhold, eller skal man bruge ressourcerne på at udvikle avisen og salget af avisen gennem en yderligere professionalisering?

## 2 Sælgeraktivitet

I dette kapitel vil vi analysere oplysninger om sælgernes aktiviteter med at sælge Hus Forbi. Sælgerne er blevet stillet spørgsmål om:

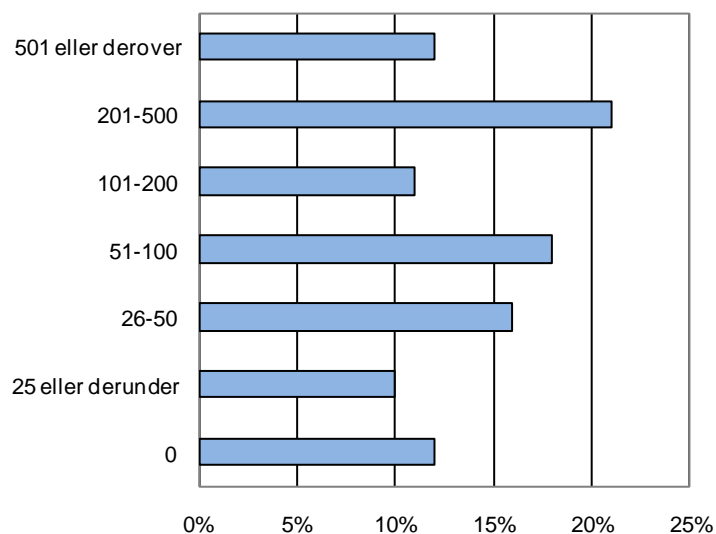
- Hvor mange numre af Hus Forbi solgte du sidste år?
- Sælger du sommer og vinter?
- Hvor mange dage solgte du sidste måned?
- Hvor mange timer solgte du i går/sidste gang?
- Hvor mange eksemplarer solgte du sidste måned?
- Sælger du et bestemt sted?

Tilsammen skulle svarene på disse spørgsmål give et grundigt billede af sælgernes salgsaktivitet. Nogle af spørgsmålene har sælgerne haft vanskeligt ved at huske svaret på, så oplysningerne er behæftet med en vis usikkerhed.

### 2.1 Antal eksemplarer om måneden

Til at beskrive salgsaktiviteten er valgt spørgsmålet om, hvor mange eksemplarer sælgerne har solgt den sidste måned. Ved at krydse de forskellige spørgsmål, der handler om salgsaktivitet med hinanden, har det vist sig, at spørgsmålet om antallet af solgte eksemplarer i sidste måned giver det mest præcise billede af salgsaktiviteten blandt sælgerne. I figur 2.1 er vist, hvor mange eksemplarer sælgerne solgte i sidste måned.

Figur 2.1: Antal solgte eksemplarer sidste måned.



Figur 2.1 viser, at der er forholdsvis store variationer i, hvor mange aviser sælgerne sælger. 10 % af sælgerne solgte i sidste måned 25 aviser eller der-

under, og 12 % solgte over 500 eksemplarer. Antallet af solgte eksemplarer varierer fra nogle sælgere, som kun sælger ganske få eksemplarer, og op til et par sælgere, som oplyser, at de sælger over 2.000 eksemplarer om måneden. En forklaring på den store variation i antallet af solgte eksemplarer er sandsynligvis, at der er stor variation i, hvor mange timer den enkelte er ude at sælge om dagen.

Det skal dog nævnes, at spørgsmålet om, hvor mange eksemplarer der blev solgt i sidste måned, af interviewerne blev oplevet som et følsomt spørgsmål, som mange af sælgerne var tilbageholdende med at svare på, eller hvor det var indtrykket, at sælgerne oplyste et lavere tal, end de i virkeligheden solgte. Dette afspejles også i, at 32 er uoplyste, og at 20 har angivet 0. En del af de sidstnævnte er sælgere, som er helt nystartede, men blandt disse 20 er der også enkelte sælgere, som ikke ønskede at oplyse om deres salg. Endvidere er det indtrykket blandt interviewerne, at der i vintermånederne 2007/2008 var mange sælgere, der var syge med lungebetændelse og lignende, hvilket selvfølgelig også kan spille ind på salgstallet.

På baggrund af salgstallene har vi inddelt sælgerne i tre grupper efter, hvorvidt de har et lavt salg, et middel salg eller et højt salg. Denne inddeling anvendes efterfølgende som baggrundsvariabel.

**Tabel 2.1: Fordeling af sælgere med lavt, middel og højt salg**

|                       | <b>Procent</b> |
|-----------------------|----------------|
| Lavt (under 50) ..... | 39 %           |
| Middel (50-200) ..... | 29 %           |
| Højt (over 200).....  | 32 %           |
| I alt.....            | 100 %          |
| Antal .....           | 167            |

## **2.2 Salgsmønster**

Som nævnt er der stor forskel på, hvor mange eksemplarer de forskellige sælgere sælger, og at der kan være mange måder at sælge på. Nogle er stabile et par timer om dagen, mens andre har meget svingende aktivitet. I tabel 3 er vist, hvordan sælgerne fordeler sig på de forskellige spørgsmål, der handler om salgsaktivitet.

**Tabel 2.2: Salgsmønstret**

|                                | Lavt salg | Middel salg | Højt salg | Alle |
|--------------------------------|-----------|-------------|-----------|------|
| <b>Antal numre sidste år</b>   |           |             |           |      |
| Alle 12 numre .....            | 46 %      | 60 %        | 71 %      | 60 % |
| 8-11 numre .....               | 16 %      | 16 %        | 4 %       | 12 % |
| 5-7 numre .....                | 13 %      | 7 %         | 12 %      | 12 % |
| 1-4 numre .....                | 18 %      | 13 %        | 6 %       | 12 % |
| Ved ikke .....                 | 7 %       | 4 %         | 8 %       | 7 %  |
| <b>Salg hele året</b>          |           |             |           |      |
| Hele året .....                | 97 %      | 95 %        | 100 %     | 97 % |
| Kun sommer .....               | 2 %       | 0 %         | 0 %       | 1 %  |
| Kun vinter .....               | 2 %       | 5 %         | 0 %       | 2 %  |
| <b>Antal dage sidste måned</b> |           |             |           |      |
| Ingen .....                    | 34 %      | 0 %         | 2 %       | 13 % |
| 1-7 dage .....                 | 30 %      | 21 %        | 10 %      | 21 % |
| 8-14 dage .....                | 13 %      | 14 %        | 12 %      | 13 % |
| 15-21 dage .....               | 13 %      | 30 %        | 24 %      | 22 % |
| 21-29 dage .....               | 4 %       | 16 %        | 26 %      | 15 % |
| Alle dage .....                | 7 %       | 19 %        | 26 %      | 17 % |
| <b>Antal timer sidste gang</b> |           |             |           |      |
| 1 time eller derunder .....    | 24 %      | 2 %         | 0 %       | 9 %  |
| 2-3 timer .....                | 35 %      | 42 %        | 38 %      | 38 % |
| 4-5 timer .....                | 20 %      | 33 %        | 34 %      | 29 % |
| 6-10 timer .....               | 18 %      | 13 %        | 25 %      | 19 % |
| 11 timer eller derover .....   | 4 %       | 9 %         | 4 %       | 5 %  |
| <b>Starttidspunkt for salg</b> |           |             |           |      |
| 1999 eller tidligere .....     | 7 %       | 9 %         | 8 %       | 7 %  |
| 2000-2003 .....                | 13 %      | 20 %        | 15 %      | 16 % |
| 2004-2006 .....                | 33 %      | 46 %        | 44 %      | 41 % |
| 2007-2008 .....                | 47 %      | 26 %        | 33 %      | 36 % |
| Procentbasis – N .....         | 65        | 48          | 54        | 167  |

Tabel 2.2 viser, at næsten 60 % af sælgerne sidste år solgte alle 12 numre. Men der var også 12 %, som kun solgte 1-4 numre, og 7 % kunne ikke huske, hvor mange de havde solgt. Tabel 2.2 viser også, at stort set alle sælgere er aktive hele året rundt. Det skal nævnes, at der var 23 sælgere, som ikke har oplyst, hvor mange numre de solgte, og langt størstedelen af disse er sælgere, som først er startet i indeværende år, og som jo derfor ikke har solgt aviser sidste år.

Som det fremgår af tabel 2.2, er det ca. hver femte sælger, der i sidste måned har solgt aviser alle månedens dage. Ca. halvdelen af sælgerne har solgt mindre end 2 uger, og den anden halvdel har solgt mere end 2 uger.

Tabel 2.2 viser, at næsten halvdelen af sælgerne var aktive i 3 timer eller derunder, sidste gang de var ude at sælge. 10 % var ude i en time eller derunder. Den typiske sælger var ude at sælge mellem 2 og 5 timer sidste gang. Kun ganske få sælgere var ude i mange timer, dvs. 11 timer eller derover.

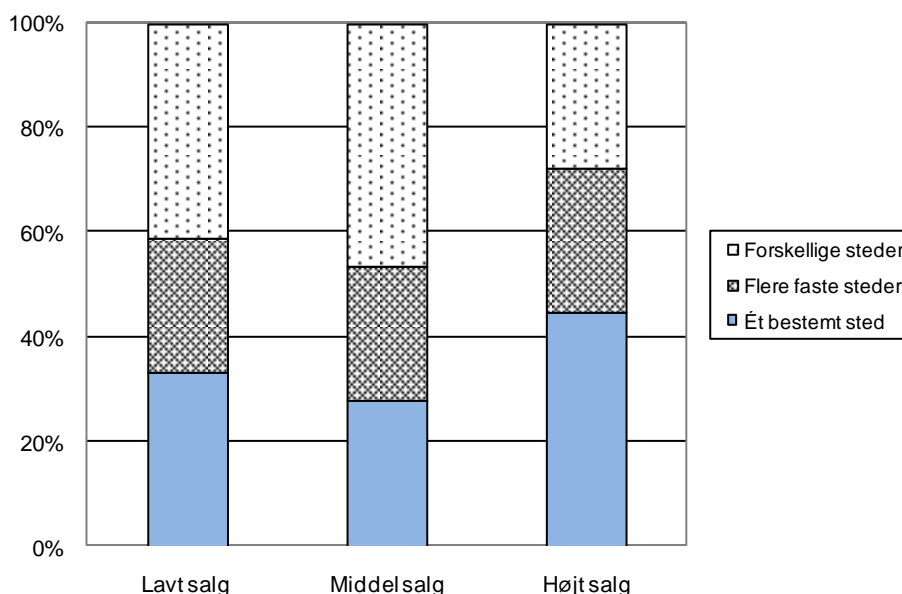
Tabel 2.2 viser desuden, at sælgerne i gruppen med højt salg adskiller sig fra de øvrige sælgere ved på stort set alle spørgsmålene at have et højere "aktivitetsniveau" end de øvrige sælgere<sup>1</sup>.

Endelig viser tabel 2.2, at næsten 4 ud af 5 sælgere er startet efter 2004, og at ca. en tredjedel af sælgerne er startet sidste år eller i indeværende år. Der er derimod ikke nogen sammenhæng mellem salgsaktiviteten, og hvornår de er blevet sælgere. Dog er der lidt flere af de helt nye sælgere blandt dem med lav salgsaktivitet end blandt de mere erfarne sælgere.

## 2.3 Salgssteder

Sælgerne er også blevet spurgt, om de har nogle særlige steder, hvor de står og sælger, eller om de flytter rundt. De er også blevet spurgt, om de henter deres aviser et bestemt sted, eller om de kommer flere forskellige steder.

Figur 2.2: Har du et fast salgssted? Opdelt efter salgsstørrelse



Figur 2.2 viser, at 1/3 af sælgerne har et fast sted, hvor de sælger avisen. Hver fjerde sælger har flere faste steder, og 38 % angiver, at det er forskel-

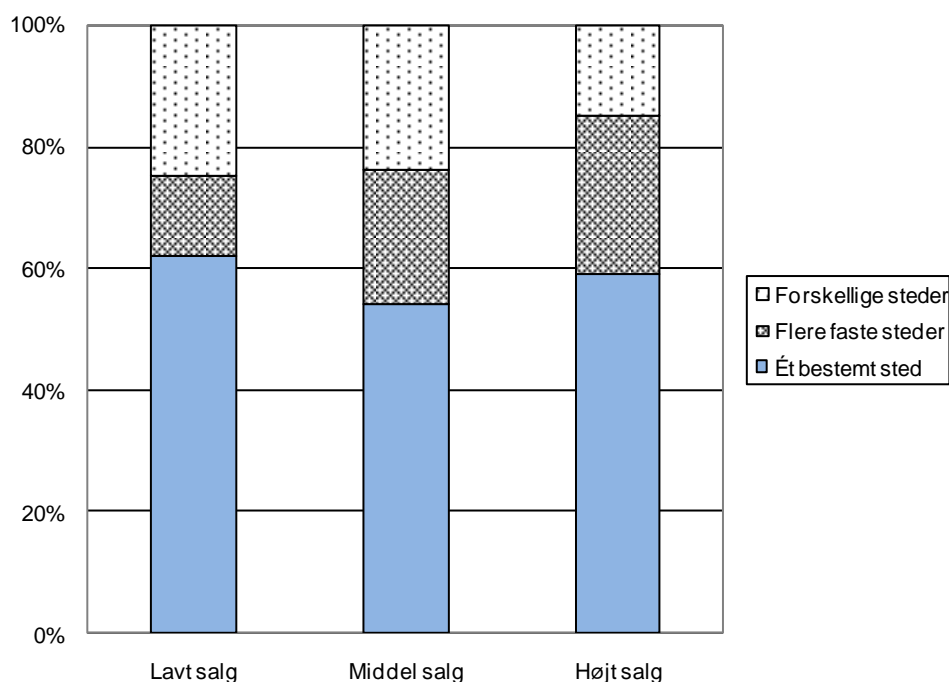
<sup>1</sup> Bortset fra spørgsmålet om, hvor mange dage de solgte aviser i sidste måned, så er sammenhængene mellem salg og "aktivitetsniveau" statistisk signifikant.



ligt, hvor de står og sælger. Det er særligt sælgerne med høj salgsaktivitet, som har et bestemt sted, de sælger.

Sælgerne, som har svaret, at de står et bestemt sted og sælger, har haft mulighed for at skrive konkret, hvor de står og sælger, og det har næsten 4 ud af 5 gjort. Disse steder falder i 3 nogenlunde lige store kategorier: indkøbscentre eller supermarkeder, trafikknudepunkter og en bestemt navngivet gade eller plads.

**Figur 2.3: Hentes aviserne et bestemt sted? Opdelt efter salgsstørrelse**



Der er næsten 60 % af sælgerne, som angiver, at de henter avisen et bestemt sted, mens hver femte sælger angiver, at de henter avisen flere faste steder. Desuden siger hver femte, at de henter aviserne forskellige steder. Blandt dem, der har uddybet, hvor de henter avisen, er det Mændenes Hjem og Hjemløsehuset, der topper listen, som de to mest anvendte steder.

Figuren viser igen, at det er sælgerne med høj salgsaktivitet, der er tilbøjelige til at anvende et eller flere faste steder.

## 2.4 Opsummering

Der er stor variation i antallet af solgte eksemplarer sælgerne imellem. 10 % af sælgerne solgte i sidste måned 25 aviser eller derunder, men der var også 12 % af sælgerne, der solgte mere end 500 eksemplarer sidste måned. Salgsmønstret ser til gengæld mere ens ud, og stort set alle sælgere oplyser, at de sælger avisen året rundt.

Sælgere med et højt salgsniveau (over 200 aviser om måneden) adskiller sig fra de øvrige sælgere ved at have et højere ”aktivitetsniveau”, hvad angår antal timer, de sælger om dagen, og antal dage, de sælger om måneden. Analyserne viser desuden, at der blandt sælgerne med lavt salg er flere nye sælgere.

Sælgere med et højt salgsniveau oplyser i højere grad, at de står et bestemt sted og sælger avisen. Noget kunne derfor tyde på, at de er kendetegnet ved at have fundet et særligt godt sted, som de betragter som deres.

### 3 Karakteristik af sælgerne

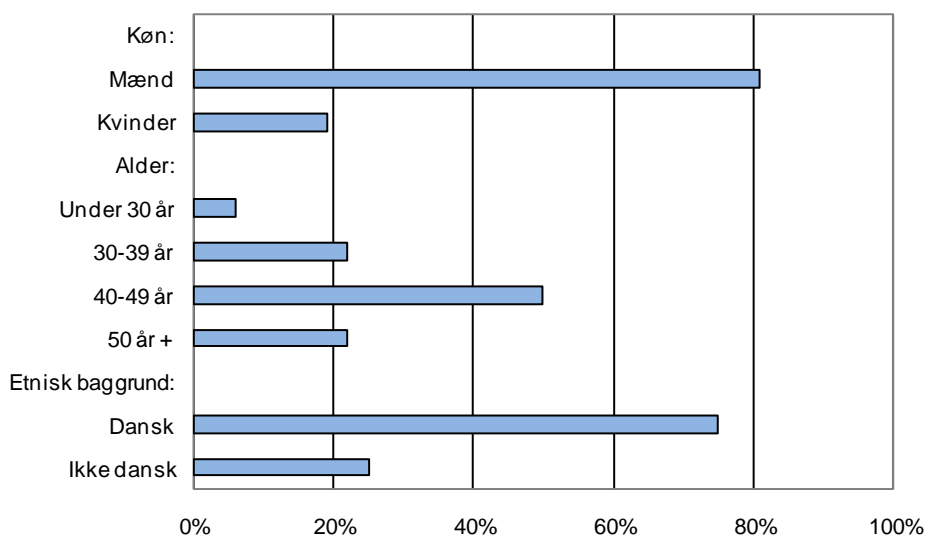
I dette kapitel skal der gives en karakteristik af sælgergruppen. Det drejer sig om deres køn, alder, etnisk baggrund, boligsituation, helbred og misbrug. Desuden har vi foretaget en registrering af, hvor spørgeskemaet er blevet udfyldt. Det viser sig, at 18 % af spørgeskemaerne er blevet udfyldt i provinsen, mens 82 % er blevet udfyldt i København.

#### 3.1 Køn, alder og etnisk baggrund

*”Folk spørger tit, om jeg kan dansk. Det kan jeg jo. Jeg har bare gullet.”*

Karakteristikken af sælgergruppen starter med de mere objektive oplysninger: køn, alder og etnisk baggrund. Etnisk baggrund har vi valgt at definere i forhold til, om sælgerne selv eller deres forældre er født i Danmark. En dansker defineres således som en person, der er født i Danmark af danske forældre. Alle andre defineres som ikke-danskere.

Figur 3.1: Sælgere af Hus Forbi fordelt på køn, alder og etnisk baggrund



Figur 3.1 viser, at 81 % af sælgerne er mænd, og 19 % er kvinder. Denne kønsfordeling er ens i København og provinsen.

Når man ser på alderen, viser det sig, at halvdelen af alle sælgerne er mellem 40 og 49 år. Desuden er 22 % af sælgerne 50 år og derover, mens 22 % er 30-39 år, og kun 6 % er under 30 år. Sælgerne i provinsen er gennemsnitligt noget ældre end i København.

Med hensyn til etnisk baggrund har 3 ud af 4 sælgere dansk oprindelse. I provinsen er andelen af sælgere med dansk baggrund højere end i København. Her har næsten 90 % af sælgerne dansk baggrund, mens det i København er ca. 3 ud af 4. Blandt dem, der har svaret ikke-dansk, er der 8 grønlandere, 6 svenskere, 5 der er fra Rumænien, 7 fra andre østeuropæiske lande og 6 fra andre vesteuropæiske lande. 3 af sælgerne kommer fra ikke-vestlige lande som Irak, Etiopien og Vietnam.

### 3.2 Boligsituation

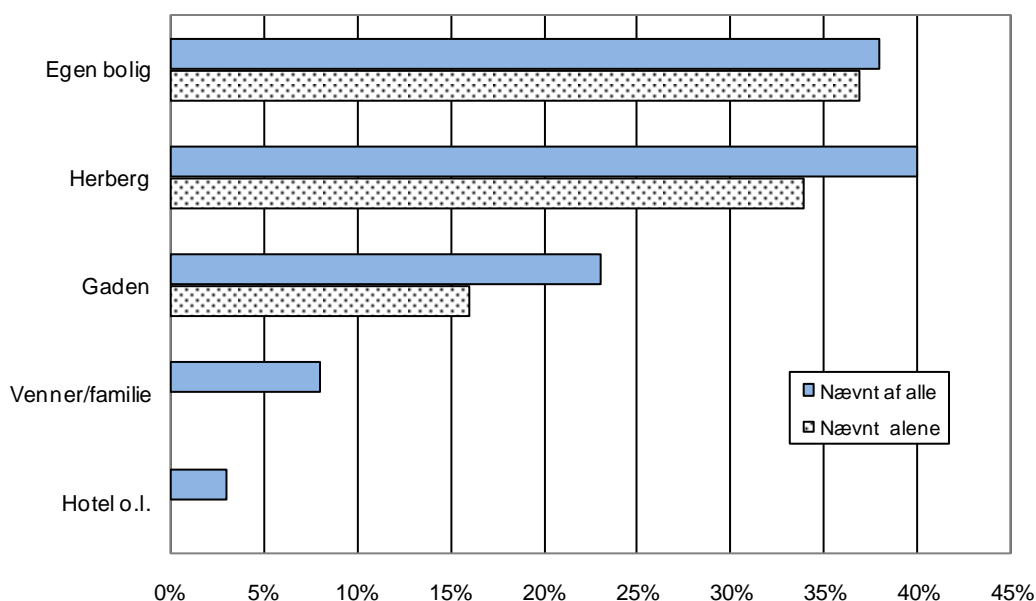
*”Jeg har en lille lejlighed ude i Nordvest, men jeg kommer der aldrig. Min bedste ven døde derude af en overdosis, så jeg synes ikke, det er fandens sjovt at komme der længere.”*

En vigtig faktor omkring sælgerne af Hus Forbi er deres boligsituation. Et af kriterierne for at kunne få et sælgerkort til Hus Forbi er, at man er hjemløs eller tidligere hjemløs. Det er indtrykket fra interviewene, at stort set alle, der har svaret, at de har egen bolig, enten er det, man forstår ved hjemløs, eller de er tidligere hjemløse. De er dog pt. ikke boligløse.

*”Den ene af sælgerne – vores supersælger – har fået en lejlighed på baggrund af salget af Hus Forbi. Kommunen har taget hans kontanthjælp, fordi han ikke ville aktiveres, så han lever udelukkende af salget af Hus Forbi.”*

Da sælgere af Hus Forbi ofte har ustabile og skiftende boligforhold, havde de mulighed for at svare flere forskellige ting, når de skulle beskrive deres boligsituation. I nedenstående figur 3.2 er vist, hvordan boligsituationen ser ud for sælgerne. I den første kolonne er vist den procentdel, der i det hele taget har svaret på de forskellige muligheder, mens den anden kolonne kun omfatter den procentdel, der kun har svaret en ting.

Figur 3.2: Boligsituationen for sælgere af Hus Forbi



Figur 3.2 viser, at 38 % af sælgerne har egen bolig, og at 37 % nævner det som deres eneste svar. Desuden er der 40 %, der har svaret, at de bor på herberg eller forsorgshjem hele tiden eller noget af tiden, og der er 34 %, som kun har nævnt herberg eller forsorgshjem. 23 % har sagt, at de bor på gade eller trapper hele tiden eller noget af tiden på gaden, og 16 % har kun nævnt, at de bor på gader og trapper. Endelig er der 8 %, der bor hos venner eller familie, og kun 3 % bor på hotel eller vandrehjem.

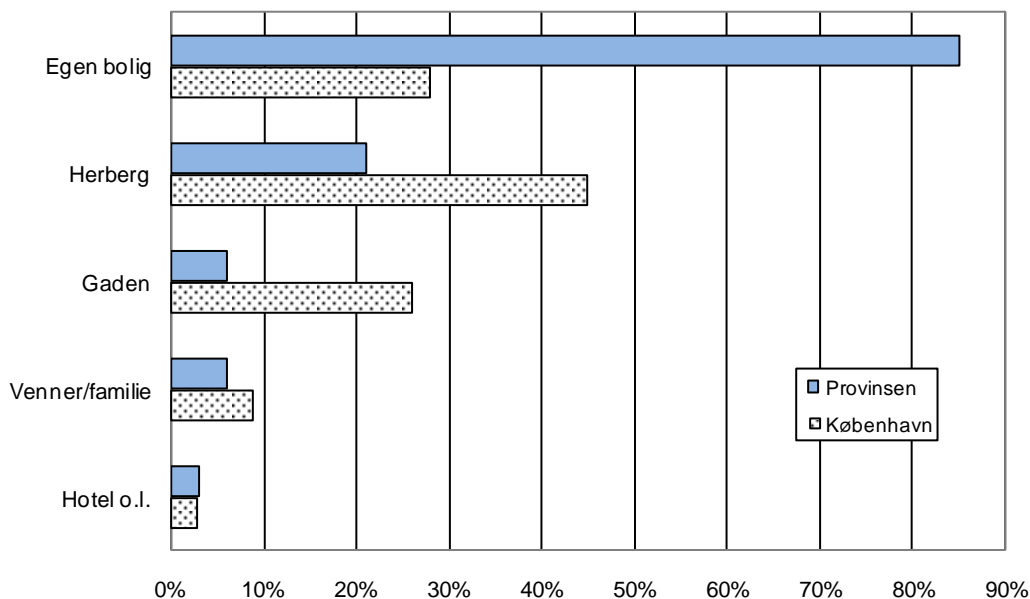
Opsummerende kan man sige, at 38 % af sælgerne har egen bolig, 34 % kun på herberg/forsorgshjem, og at 16 % udelukkende bor på gaden og på trapper. De resterende 10-15 % af sælgerne bor lidt forskellige steder, fx hos venner/familie, vandrehjem/hotel og herberger.

En enkelt af dem, der har egen bolig, fortæller, at han ikke benytter lejligheden, fordi han er bange for overfald, mens en anden fortæller, at hans bolig skal afvikles.

Det skal også nævnes, at enkelte af dem, der nævner herberg, i virkeligheden kun benytter natcafé, dvs. de har ikke et værelse, men sover på gulvet eller lignende på natcaféen i Hillerødgade.

Endelig skal det nævnes, at 7 af dem, der bor på gaden, bor i en åben garage nær Hjemløshuset.

**Figur 3.3: Boligsituationen for sælgere af Hus Forbi.  
Opdelt på København og provinsen**



Figur 3.3 viser, at andelen, som har egen bolig, er markant større blandt sælgere i provinsen sammenlignet med sælgere i København. 85 % af sælgerne i provinsen oplyser, at de har egen bolig. Det samme gør sig kun gældende for 28 % af sælgerne i København. Desuden er der flere af sælgerne i København, der bor på trapper eller lignende end i provinsen. Endelig bor 45 % af sælgerne i København på herberg/forsorgshjem, hvilket kun er tilfældet for 21 % af sælgerne i provinsen.

*”Jeg har 3 store børn, men jeg har ikke noget sted at bo. Men når de skal besøge mig, så lejer jeg et hotelværelse for en weekend. De billigste hoteller er jo dem nede i Istedgade. Det er sådant et, jeg lige skal have solgt nogle aviser for at få råd til.”*

### 3.3 Økonomi

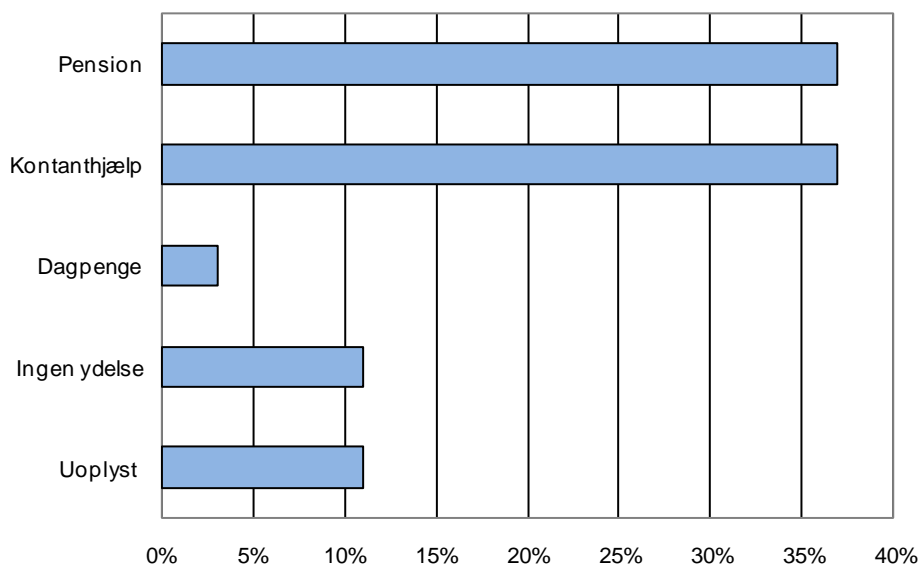
*”Jeg ved faktisk ikke, hvor meget jeg får i kontanthjælp. Kommunen giver mig lidt lommepenge, når de ellers har taget til husleje, og det jeg ellers skylder dem. Hvad jeg tjener på at sælge aviser, får de heldigvis ikke at vide.”*

Sælgerne af Hus Forbi tjener 8 kr. på hvert eksemplar af avisen, de sælger. Økonomi er derfor en vigtig faktor, når man skal beskrive sælgerne. I spørgeskemaet var der en række detaljerede spørgsmål om sælgernes økonomiske forhold, fx deres indkomster, deres udgifter og deres gæld.

Det første spørgsmål drejede sig om sælgernes indkomster, og hvilke offentlige ydelser de modtager.

### 3.3.1 Offentlige ydelser

Figur 3.4: Hvilke offentlige ydelser modtager de?



Figur 3.4 viser, at der er to lige store grupper, som hver omfatter 37 % af sælgerne – den ene er dem, der modtager pension, og den anden modtager kontanthjælp. Desuden er der 3 %, som modtager dagpenge. Men der er også 11 %, som har svaret, at de ingen ydelse modtager og andre 11 %, som ikke har oplyst, om de modtager offentlige ydelser. Måske dækker nogle af 'uoplyst' over, at de ikke modtager nogen ydelse. Det kan vi ikke klart tolke.

*”Jeg har heldigvis min pension, og lejligheden er billig nok, så jeg er jo ikke tvunget til at skulle sælge aviser ligesom nogen af de andre.”*

### 3.3.2 Andre indtægter

Sælgerne er også blevet spurgt, om de har andre indkomster end offentlige ydelser, fx erhvervsarbejde, samle returflasker, tiggeri osv.

Tabel 3.1: Har sælgerne andre indkomster end offentlige ydelser, bortset fra salg af Hus Forbi?

|                             | Pension | Kontanthjælp | Ingen/uoplyst | I alt |
|-----------------------------|---------|--------------|---------------|-------|
| Erhvervsarbejde .....       | 4 %     | 3 %          | 2 %           | 3 %   |
| Samle flasker.....          | 4 %     | 5 %          | 8 %           | 6 %   |
| Tiggeri .....               | 3 %     | 1 %          | 2 %           | 2 %   |
| Andet .....                 | 4 %     | 7 %          | 2 %           | 5 %   |
| Ingen andre indtægter ..... | 10 %    | 16 %         | 33 %          | 18 %  |
| Uoplyst .....               | 75 %    | 68 %         | 53 %          | 68 %  |
| I alt.....                  | 100 %   | 100 %        | 100 %         | 100 % |

*”Da jeg kom ud, vidste jeg ikke, hvad jeg skulle gøre, så tiggede jeg og samlede tomme flasker og stjal i supermarkedet. Det var sgu ikke skideskægt, så er det noget sjovere at sælge aviser.”*

Der er meget få sælgere, der har angivet, at de har indtægter ved siden af deres offentlige ydelser og deres salg af Hus Forbi. Der er imidlertid mange uoplyste, og vi kan ikke tolke klart, om det er udtryk for ’ingen andre indtægter’, eller det blot er uoplyst. I mange tilfælde kan personerne ikke huske beløbene og har ikke svaret.

*”En dag kom jeg forbi en byggeplads, da jeg var ude på gaden og sælge. Så spurgte jeg, om jeg kunne få noget arbejde, hvis jeg måtte bo der om natten. Jeg knoklede med at slæbe gipsplader og affald. Og så kunne jeg jo ligesom passe på bygningen om natten, og jeg tjente da også lidt håndører i de der 3 måneder. Jeg havde ikke lyst til at sælge aviser i den tid.”*

### **3.3.3 Gæld**

I spørgeskemaet er sælgerne blevet bedt om at angive, om de har gæld til forskellige, fx til det offentlige, skylder børnebidrag/hustrubidrag, til private eller anden gæld. Sælgere har i vidt omfang oplyst, at de har gæld, men de har ofte ikke villet fortælle hvilken type gæld. Derfor er gæld slået sammen i en variabel, der viser, om sælgerne har svaret ja eller nej til en eller flere af spørgsmålene om gæld. Det viser sig, at ca. 80 % af sælgerne bærer rundt på en eller anden form for økonomisk gæld.

### **3.3.4 Opsummering**

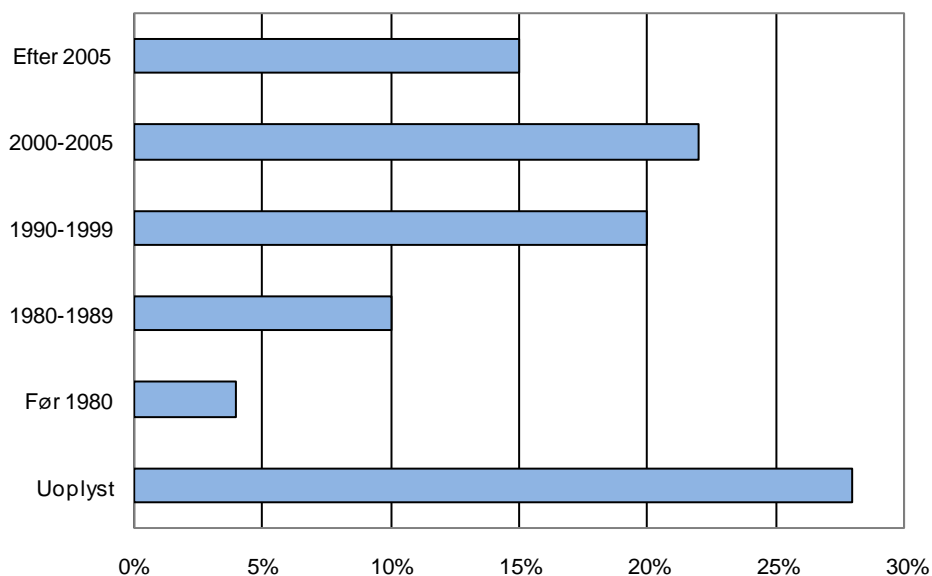
Oplysningerne om sælgerne forsørgelsesgrundlag viser altså, at kontanthjælp og pension er det typiske forsørgelsesgrundlag for en Hus Forbi sælger. Kun ganske få er på dagpenge. 13 % af sælgerne modtager ingen ydelse, og ca. halvdelen af disse oplyser, at salget af Hus Forbi er deres eneste indtægt. Sælgere er blevet spurgt, om de har andre indtægter ud over ydelser fra det offentlige og salget af Hus Forbi, og det er der kun nogle få, der har besvaret.

## **3.4 Tidligere beskæftigelse**

Der er mange Hus Forbi sælgere, som tidligere har levet et såkaldt almindeligt liv med familie, arbejde og stabile relationer. I spørgeskemaet spurgte vi derfor, hvornår de sidst havde været i et ordinært job, og hvad deres tidligere erhverv og uddannelse var.



Figur 3.5: Hvornår havde du sidst et ordinært job?



Figur 3.5 viser, at 15 % af sælgerne har haft et ordinært job efter 2005, og at næsten 40 % af dem har haft job efter 2000. Men der er også en tredjedel, der ikke har haft et ordinært job efter 1990.

Desværre er der 28 % af sælgerne, som ikke har kunnet oplyse tidspunkt for sidste ordinære job, eller også har de aldrig haft et job.

Når sælgerne skal fortælle, hvad deres tidligere erhverv og uddannelse er, så bliver man præsenteret for en meget vidtspændende liste af job. På listen finder man bl.a. en del tidligere sømænd og fiskere eller fangere. Desuden ses folk fra restaurationsbranchen, fx tjenere, kokke osv. og en række ikke-faglærte arbejdere, som har arbejdet som fabriksarbejdere og arbejdsmænd. Men der er også en række faglærte arbejdere, fx tømrere, smede og murere, og nogle ganske enkelte med højere uddannelse.

*”Jeg har nogle kurser som CNC-programmør. Jeg har en halv elektrikeruddannelse. Jeg har arbejdet som pædagogmedhjælper og vil da nok mene, at jeg kan de mest inden for VVS eller som tømrer.”*

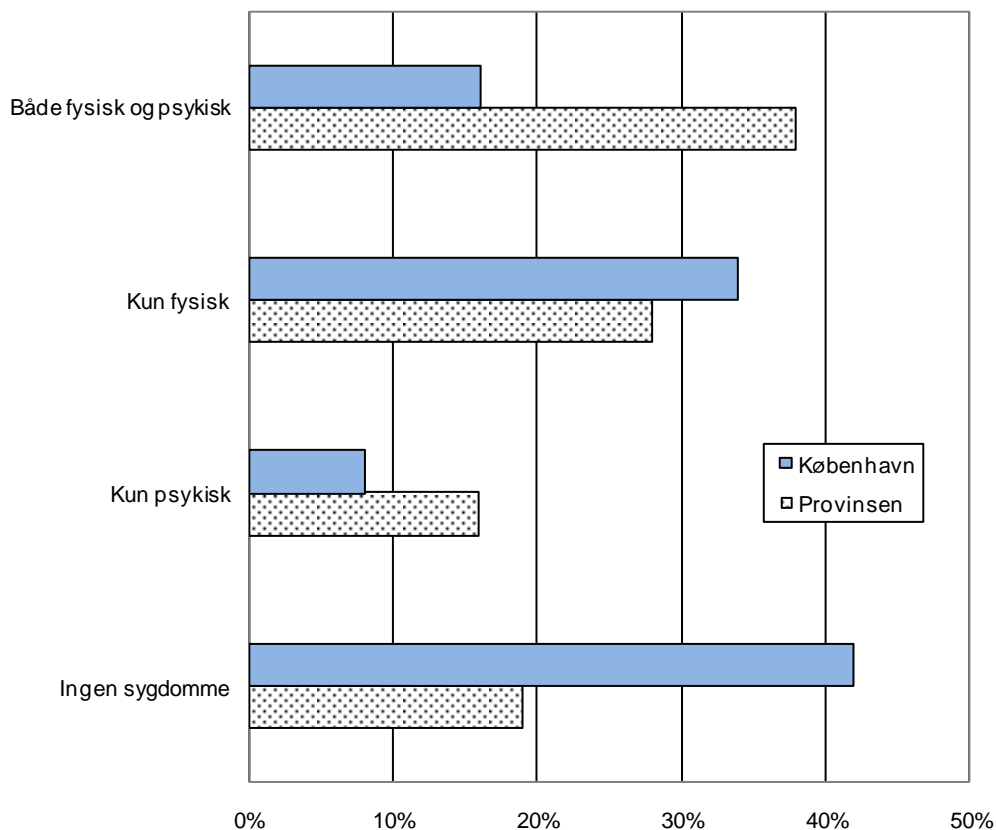
### 3.5 Sygdom og helbred

En enkelt sælger henter mellem 50-100 aviser, når han henter. Han er relativt velfungerende, skizofren og en dygtig sælger. Lærkehøj har god kontakt til denne person, og vedkommende bruger i det hele taget Lærkehøj. Med velfungerende menes der, at han har styr på sin økonomi, er velklædt, opfører sig pænt og har fast bolig. Han sælger for at kunne forsørge sin familie.

Sælgerne er også blevet spurgt om deres helbredssituation, og om de lider af nogen fysiske eller psykiske sygdomme.

*”Kig dog på mig. Jeg mangler begge ben, og jeg kan ikke sidde ned i længere tid, så smerter det. Det er sgu ikke nemt.”*

Figur 3.6: Procentdel der lider af fysiske og psykiske sygdomme



Ca. 2/3 af sælgerne har oplyst, at de lider af en eller anden form for fysisk eller psykisk sygdom. 10 % lider kun af en psykisk sygdom, 33 % lider kun af en fysisk sygdom, og endelig er der 21 %, som både lider af en fysisk og en psykisk sygdom.

*”Jeg har det der, man kalder for rygerlunger og så hepatitis C. Det gør, at jeg nok får lungebetændelse 4-5 gange om året. Så ligger jeg bare vandret og kan ingenting.”*

Figur 3.6 viser, at der er meget store forskelle i sygdomsmønstret blandt sælgerne i København og provinsen, idet sælgerne i København tilsyneladende er mindre sygdomsramt end i provinsen. Blandt sælgerne fra København er der 42 %, som har oplyst, at de ikke lider af nogen sygdomme, mens det kun er 19 % af sælgerne fra provinsen, der ikke er syge. Blandt sælgerne fra provinsen er der flere, som lider af en psykisk sygdom, mens der omvendt er lidt flere af sælgerne fra København, der lider af en fysisk sygdom alene. Det er umiddelbart vanskeligt at forklare disse forskelle.

*”Så er der de sælgere, der er på banen i perioder. De køber 100 aviser, som de regner med kan holde et vist stykke tid, og så er de af banen igen, fordi de bliver syge, ikke kan overskue tingene eller er kommet for langt ud i misbrug.”*

Sælgerne er også blevet spurgt om deres egen vurdering af deres helbreds-tilstand. Sælgerne kunnen svare, at deres helbred er:

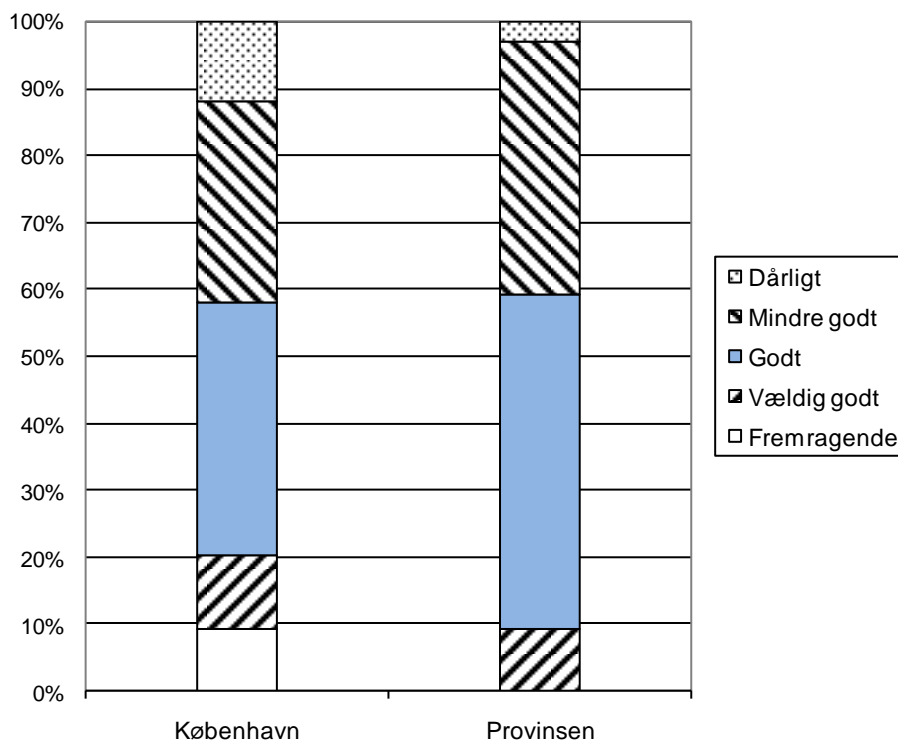
- Fremragende.
- Vældig godt.
- Godt.
- Mindre godt.
- Dårligt.

Man skal være opmærksom på, at der ikke er nogen objektiv definition af de forskellige helbredstilstande. Det er alene op til svarpersonerne at vurdere deres egen helbredstilstand her og nu.

Samlet set vurderer 7 % af sælgerne deres helbredstilstand som ’fremragende’, mens 11 % vurderer den som ’vældig god’, og 40 % vurderer den som ’god’. Der er således næsten 60 %, som beskriver deres helbred som godt, vældig godt eller fremragende. 32 % vurderer derimod deres helbred som ’mindre godt’, og kun 10 % vurderer det som ’dårligt’.

*”Det kunne være rart at få ordnet tænderne. Jeg har hørt, at jeg kan få noget hjælp, men jeg er lige kommet til byen.”*

Figur 3.7: Sælgerne fordelt efter selv vurderet helbredstilstand



Figur 3.7 viser en sammenligning mellem sælgerne i København og provinsen. Blandt sælgerne fra København er der 9 %, som beskriver deres helbred som 'fremragende', mens ingen fra provinsen gør det. Til gengæld er der kun ganske få i provinsen, som beskriver deres helbred som 'dårligt', mens det er tilfældet for 12 % fra København. Sælgerne fra provinsen "klumper sig" på 'godt/mindre godt', mens sælgerne fra København fordele sig mere på yderpunkterne i skalaen.

*"Dengang jeg boede sammen med min mand, blev jeg ret glad for kokain. Det prøver jeg jo så at stoppe med nu. Men lige nu er det mest, at jeg har gulsot, og jeg har konstant dårlig mave."*

Spørgsmålet er, om der er en sammenhæng mellem omfanget af fysisk og psykisk sygdom på den ene side og det selv vurderede helbred på den anden side. Forventningen er, at de sælgere, som vurderer deres helbred som 'fremragende/vældig godt', ikke er syge, og omvendt at de sælgere, der vurderer deres helbred som 'mindre godt/dårligt', i højere grad lider af nogle sygdomme.

Det viser sig, at der er en sammenhæng mellem selv vurderet helbred, og hvorvidt sælgerne er syge. 70 % af de sælgere, som vurderer deres helbred som 'fremragende' eller 'vældig godt', siger samtidig, at de ikke lider af nogen sygdom. Omvendt angiver 4 ud af 5 af de sælgere, som vurderer deres helbred som 'mindre godt' eller 'dårligt', at de lider af en eller anden sygdom.

*”Jeg bliver ved så længe, jeg kan. Lige nu går det godt, og jeg kan jo holde til det fysisk. Pæren fejler nok ikke noget. Okay der var jo lige efter nytår, hvor jeg fik noget influenza, og det trak tænder ud.”*

*”Jeg kan godt mærke, at det smerter i ledene, når det er koldt, eller det regner. Så kan jeg ikke stå så lang tid.”*

*”Jeg fik en depression efter skilsmissen, men jeg mærker ikke så meget til det som førhen.”*

*”Jeg ryger jo nok ikke så meget som førhen, da man jo ikke kan stå med en smøg i kæften og sælge aviser.”*

Sælgerne har haft mulighed for at uddybe deres svar om helbredstilstand. Det er især sælgerne, som har vurderet deres helbred som 'mindre godt' eller 'dårligt', der har gjort det. En stor del af disse fortæller, at deres dårlige helbred skyldes, at de har dårlig ryg, dårlige knæ og lignende, og det betyder, at de nogle dage har svært ved at være ude på gaden i flere timer og sælge aviser. Flere fortæller om de følgesygdomme, de har af deres misbrug, såsom dårlig lever, leverbetændelse, infektioner i stiksår, amputerede tæer pga. dårligt blodomløb mm. Endvidere er der flere, der fortæller, at de har rygerlunger efter mange års massiv rygning.

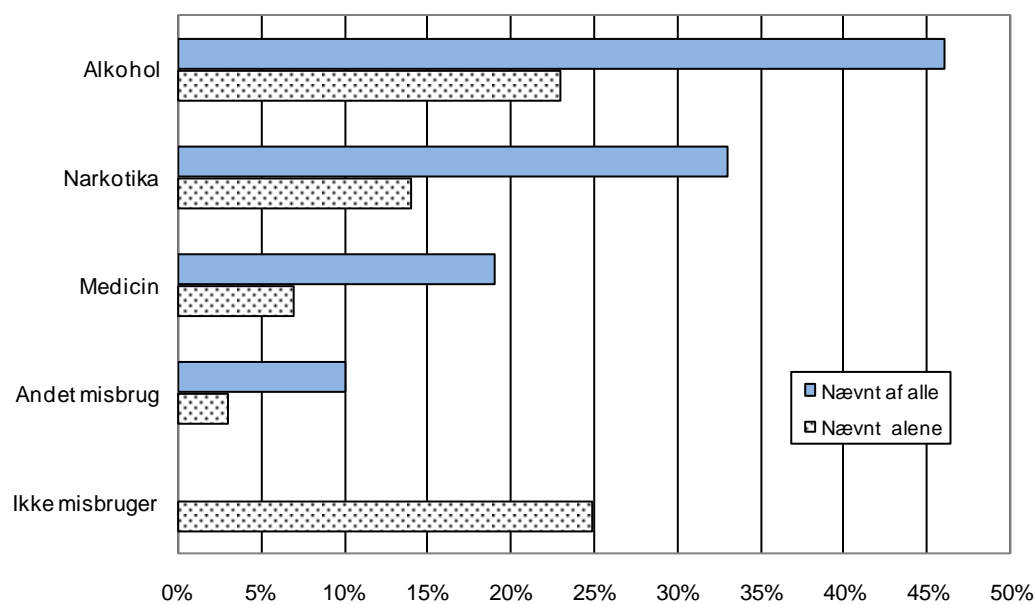
*”Jeg er hiv-positiv, mangler milten og jeg har hepatitis C.”*

### **3.6 Misbrug**

*”Der er ingen tvivl om, at Hus Forbi salget nedsætter deres misbrug, og de får større selvtillid og selvrespekt. Det giver de alle udtryk for.”*  
Distributør

Mange af sælgerne af Hus Forbi har helt klart et omfattende misbrug, som er en del af deres sammensatte problemer. I spørgeskemaundersøgelsen blev sælgerne spurgt til deres misbrug.

Figur 3.8: Misbrugssituationen for sælgere af Hus Forbi

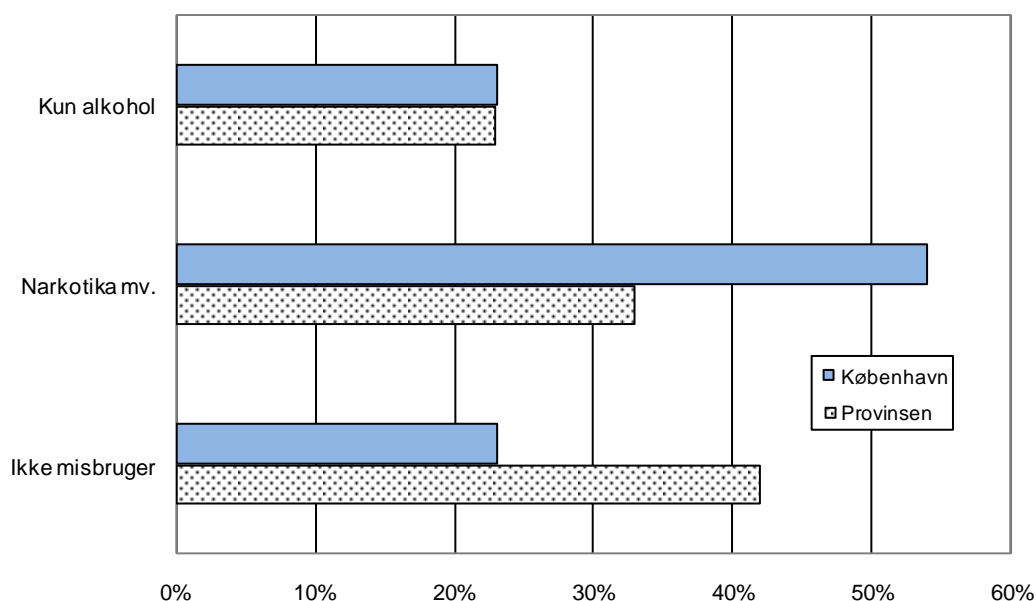


En stor del af sælgerne har en eller anden form for misbrug, og kun 25 % svarede, at de ikke var misbrugere. 46 % angiver, at de er misbrugere af alkohol, og heraf har 23 % af alle sælgerne angivet, at de kun misbruger alkohol. 33 % har angivet narkotika under misbrug, og heraf har 14 % oplyst narkotika som eneste misbrug.

Der er ca. 25 %, der har angivet mere end en form for misbrug, og det typiske er, at disse på samme tid er misbrugere af alkohol og narkotika. Der er 19 %, som har angivet medicin under misbrug, hvoraf 7 % kun misbruger medicin.

I nedenstående figur 3.9 er misbrugssituationen inddelt efter, hvorvidt sælgerne kun har et alkoholmisbrug, alene misbruger narkotika og/eller medicin eller andet, eller ikke er misbrugere. Denne inddeling af misbrugere anvendes i rapporten som baggrundsvariabel om sælgernes misbrugssituation.

Figur 3.9: Misbrugssituationen i København og provinsen



Der er markante forskelle mellem sælgerne i København og provinsen. I provinsen er der 42 %, som har oplyst, at de ikke er misbrugere, mens det er 23 % i København. Men til gengæld er der næsten 55 % af sælgerne i København, der er misbrugere af narkotika mv., mens det kun gælder 33 % af sælgerne i provinsen. Der er lige store procentdele, der kun misbruger alkohol.

En distributør fra København udtaler:

*”De sælgere, der kommer på Mændenes Hjem, er sammenlignet med de andre, der kommer på Mændenes Hjem, ikke i så høj grad misbrugende, for så ville de ikke være i stand til at sælge.”*

Og en distributør fra Jylland udtaler:

*”Sælgerne adskiller sig egentlig ikke fra de øvrige beboere her på stedet. De er i alderen 30-50 år og med 10-15 års misbrug på bagen. De er alle stadig aktive misbrugere. Blandingsmisbrug, Der er et par stykker, der er narkomaner, og et par stykker, som kun er alkoholikere. Stort set alle har et alkoholisbrug og/eller medicinmisbrug.”*

Vi kan sammenfattende om misbrugssituationen sige, at en fjerdedel af sælgerne ikke har noget misbrug, og en anden fjerdedel har kun angivet at misbruge alkohol. Ca. halvdelen af sælgerne har svaret, at de er misbrugere af narkotika eller andre ting. Af de 50 %, der er misbrugere af narkotika og andre ting, er ca. halvdelen alene misbrugere af narkotika. Den anden halvdel har et blandingsmisbrug, hvori indgår alkohol, narkotika, medicin o.l.

*”Reglen om, at de ikke må være berusede, kan de ikke overholde. Det, tror jeg, de fleste af dem er jævnlige, men det ser jeg faktisk som et udtryk for, at misbruget ikke er en hæmsko for dem i deres dagligdag. De kan godt fungere alligevel og sælge aviser. Det tyder jo også på, at de kan styre deres misbrug i et vidst omfang og ikke bare sumper til. Deres almindelige adfærd og optræden i bybilledet betyder jo meget for, om folk vil købe avisen.”*

Distributør

I det følgende har vi analyseret misbrug nærmere ved at sætte det i forhold til en række af de øvrige baggrundsvariable. Vi har set på, hvordan misbrugsgrupperne er sammensat i forhold til alder, sygdom, bolig og indkomstkilde.

**Tabel 3.2: Profil af forskellige former for misbrugere. Alder, sygdom, boligsituation og indkomstkilde**

|                        | Ikke misbrugere | Kun alkohol | Andet misbrug | Alle  |
|------------------------|-----------------|-------------|---------------|-------|
| <b>Alder:</b>          |                 |             |               |       |
| Under 40.....          | 29 %            | 16 %        | 33 %          | 28 %  |
| 40-49 .....            | 42 %            | 58 %        | 51 %          | 50 %  |
| 50 eller derover.....  | 29 %            | 26 %        | 17 %          | 22 %  |
| I alt.....             | 100 %           | 100 %       | 100 %         | 100 % |
| <b>Sygdom:</b>         |                 |             |               |       |
| Ingen sygdomme         | 37 %            | 39 %        | 34 %          | 36 %  |
| <b>Boligsituation:</b> |                 |             |               |       |
| Egen bolig.....        | 54 %            | 36 %        | 33 %          | 39 %  |
| <b>Indkomst:</b>       |                 |             |               |       |
| Ingen ydelse .....     | 21 %            | 9 %         | 10 %          | 12 %  |
| Pension.....           | 32 %            | 42 %        | 47 %          | 42 %  |
| Kontanthjælp mm ....   | 47 %            | 49 %        | 44 %          | 46 %  |
| I alt.....             | 100 %           | 100 %       | 100 %         | 100 % |

Blandt sælgere, der ikke er misbrugere, har en større procentdel egen bolig og andelen, der ikke modtager offentlig ydelse, er relativt høj. De sælgere, der kun misbruger alkohol, er karakteristiske ved, at de er relativt gamle, mens de øvrige misbrugere er karakteristiske ved, at de er relativt unge, og at relativt mange modtager pension.

### 3.7 Sammenfatning

Det viser sig, at 4 ud af 5 er mænd, at halvdelen er mellem 40 og 50 år gamle, og at 3 ud af 4 sælgere har dansk baggrund. I det store hele ligner sælgerne hinanden, uanset om de er fra København eller provinsen.



38 % af sælgerne har egen bolig, og hver fjerde sælger oplyser, at de bor på gaden eller på trapper hele tiden eller noget af tiden. Kun 3 % af sælgerne fra provinsen oplyser, at de bor på gaden.

Oplysningerne om sælgernes forsørgelsesgrundlag viser, at kontanthjælp og pension er det typiske forsørgelsesgrundlag. 13 % af sælgerne modtager ingen ydelser, og ca. halvdelen af disse oplyser, at salget af Hus Forbi er deres eneste indtægt. Der er kun få af sælgerne fra provinsen, som ikke modtager nogen ydelse. Hos hver tiende sælger er ydelsen uoplyst, og man kan formode, at det betyder, de ingen ydelse modtager. Men hovedindtrykket er, at sælgerne ikke har nævneværdige indtægter ud over deres offentlige ydelse og salget af Hus Forbi. Desuden kan det nævnes, at 4 ud af 5 sælgere har en eller anden form for gæld.

For 40 % sælgerne er det mere end 10 år siden, de sidst har været i beskæftigelse, og hos en forholdsvis stor gruppe på 16 %, er det mere end 20 år siden, de har været i beskæftigelse.

Der er 2 ud 3 af sælgerne, som lider af en eller anden form for sygdom, og der er flere syge blandt sælgerne i provinsen end i København. Der er desuden 75 % af sælgerne, der er misbrugere, og hver tredje har svaret, at de er misbrugere af narkotika. Andelen, der er misbrugere, er markant større blandt sælgerne i København sammenlignet med sælgerne fra provinsen.

60 % af sælgerne vurderer deres helbred som godt, vældig godt eller fremragende. Hver tredje vurderer deres helbred som mindre godt og kun 10 % som dårligt.

Endelig er det konstateret, at kun en fjerdedel af sælgerne ikke har noget misbrug. En anden fjerdedel har angivet kun at misbruge alkohol. En tredje fjerdedel er alene misbrugere af narkotika, og den sidste fjerdedel har et blandingsmisbrug, hvori indgår alkohol, narkotika, medicin o.l.



## 4 Hvorfor sælge Hus Forbi?

For at kunne sælge Hus Forbi skal man have et særligt identitetskort, som kun udstedes af Hus Forbi. Denne procedure skal bl.a. sikre, at sælgerne opfylder kriterierne om at være nuværende eller tidligere hjemløse.

Det er imidlertid interessant at vide, hvordan og hvorfor sælgerne er blevet sælgere. Gennem spørgeskemaundersøgelsen og interview er sælgerne og distributørerne blevet bedt om at forklare bevæggrundene for at sælge Hus Forbi.

Spørgeskemaundersøgelsen tegner det overordnede billede af sælgerkorpset ved at sige noget om, hvor mange der af den ene eller anden årsag har valgt at blive sælger. Interviewene kan derimod stikke et spadestik dybere og komme bagom tallene og få en forklaring på, hvad sælgerne mener, når de angiver deres motiver i spørgeskemaet. Der er ikke en livshistorie, der er ens for de mange sælgere, og de mange forskelligheder kan ikke alene indfanges af spørgeskemaet.

Endelig er der blevet set nærmere på, hvorfor der er hjemløse eller tidligere hjemløse, der i teorien kunne være sælgere, men ikke er det.

### 4.1 Begrundelser for at sælge?

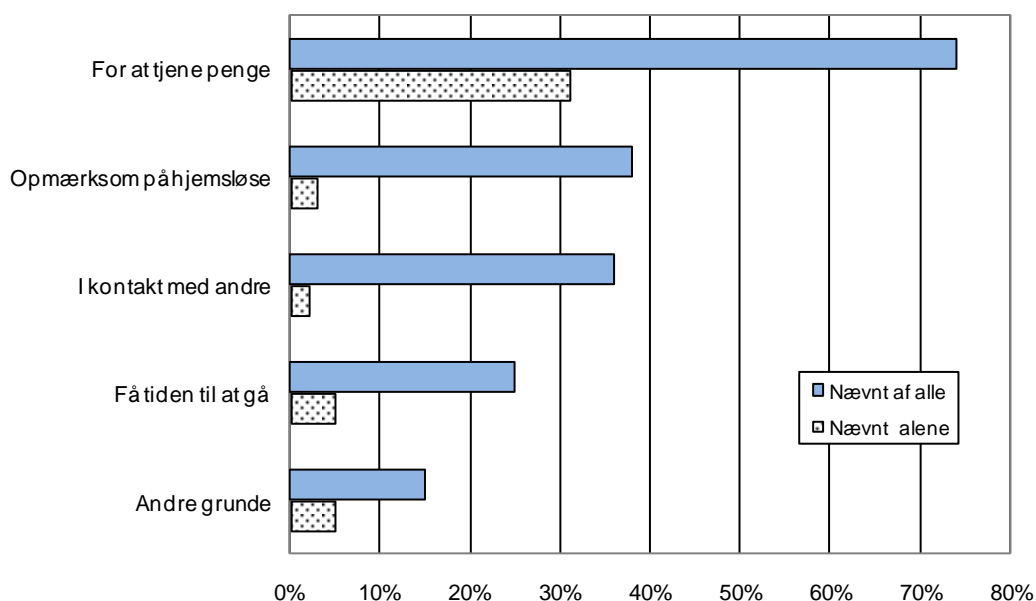
*”Hus Forbi er en af de få muligheder, de har for at tjene ret meget mere end ved andre ting. Vi har fx et tilbud, hvor de kan tjene 13 kroner i timen før skat i dusør, og der er det da klart, at det kan de sagtens tjene ind ved at sælge Hus Forbi.”*

Sælgerne er i spørgeskemaet blevet bedt om at angive, hvorfor de har valgt at sælge Hus Forbi. De kunne svare:

- *For at tjene penge!*
- *For at komme i kontakt med andre mennesker!*
- *For at få tiden til at gå!*
- *For at gøre opmærksom på de hjemløses forhold!*
- *Andre grunde!*

Det var muligt at angive flere forskellige svar. Svarene er vist i figur 4.1, som viser, hvor mange procent af sælgerne der har svaret, men også viser hvor mange der kun har givet et svar.

Figur 4.1: Hvorfor sælger de Hus Forbi?



Som det fremgår af figur 4.1 er den overvejende årsag til, at sælgerne sælger Hus Forbi, *at tjene penge*. 3 ud af 4 angiver dette som en årsag til salg. Herefter følger *at gøre opmærksom på de hjemløses forhold* og *at komme i kontakt med andre mennesker*. Det har henholdsvis 38 % og 36 % af sælgerne angivet.

I figur 4.1 er det også vist, hvor stor en andel der har angivet de enkelte begrundelser som den eneste begrundelse. Figuren viser, at ca. hver tredje sælger har angivet *for at tjene penge* som eneste begrundelse for at sælge avisen. Forholdsvis få sælgere har nævnt *for at komme i kontakt med andre mennesker* eller *for at få tiden til at gå* som eneste begrundelse. 5 % har angivet *for at gøre opmærksom på de hjemløses forhold*, og 5 % har nævnt *andre grunde* som eneste begrundelse.

Igen har sælgerne haft mulighed for at uddybe deres svar, hvilket ca. 50 sælgere har gjort. En stor del af disse fortæller, at det afholder dem fra kriminalitet eller de begår mindre kriminalitet. Flere fortæller, at salget af Hus Forbi skal dække deres udgifter til misbrug. En fortæller, at det ikke handler om 'flere penge' men penge overhovedet, idet han ingen indkomst har ud over salget af Hus Forbi. En anden fortæller, at han har en drøm om at få oprettet et stort hjemløsehus, hvor alle de hjemløse kan bo. Andre fortæller, at Hus Forbi giver dem noget fornuftigt at tage sig til, at man føler sig som en sælger, at man laver lobbyarbejde for de hjemløse.

*"Der er mange, som tror, at der ikke er hjemløse til."*

## 4.2 Sælgertyper

*”Vi har en, der tager rundt på værtshusene og sælger, og så lægger han lige et par numre, når han går. Så kan gæsterne lige læse lidt Hus Forbi. Så kommer han ellers igen måneden efter. På den måde plejer han sit publikum. Han har faste kontakter på alle værtshusene herude. Han gøder jorden. Han har tænkt over tingene.”*

På baggrund af spørgeskemaundersøgelsen blandt sælgerne kan vi konstruere 4 sælgertyper:

- *Den økonomiske sælger* er den sælgertype, som udelukkende er optaget af at tjene penge.
- *Den sociale sælger* søger kontakten med andre gennem salget af Hus Forbi og er ikke optaget af, hvorvidt han/hun er med til at gøre opmærksom på hjemløses forhold.
- *Den politiske sælger* har et ønske om at gøre opmærksom på de hjemløses forhold og er samtidig ikke så optaget af, hvorvidt han/hun gennem salget af Hus Forbi opnår kontakt med andre mennesker.
- *Den blandede sælgertype* udgøres af dem, der har svaret ’andre grunde’ og de øvrige kombinationer.

### 4.2.1 Den økonomisk beviste sælgertype

*”Der er da også nogle, der er holdt op, fordi det har været for grænseoverskridende for dem. Der var en enkelt beboer herfra herberget, som havde akut pengemangel op til jul, hvor han skulle købe julegaver. Der gik lidt tid, men han fik da taget sig sammen til at få solgt nogle aviser op til jul og tjente mange penge, men har ikke gjort det siden hen. Han siger selv, at han føler sig som legaliseret tigger, når han står derude. Det var kun, fordi han skulle have penge.”*

Den økonomiske beviste sælgertype har valgt at sælge Hus Forbi for at tjene til dagen og vejen, hvad enten det dækker over et misbrug, gaver til familie og venner og/eller blot en smule luksus i hverdagen. Vedkommende måler sig selv på, hvor meget der sælges, og hvor mange drikkepenge der kommer ind. For den økonomiske beviste sælger er det desuden en fordel, at den økonomiske gevinst opnås, når avisen sælges. Der er ikke unødigt ventetid. Den økonomiske beviste sælgertype er sårbar over for dage med dårlige salgstal, hvilket ligefrem opfattes som et personligt nederlag. Skulle det ske, at tasken med aviser bliver tømt, er der en stak postkort eller lignende i inderlommen, klar til at blive solgt på vejen hen til nye aviser eller blot en soveplads efter en velfortjent arbejdsdag.

*Den økonomisk bevidste sælger* har udelukkende svaret ’for at tjene penge’ i spørgeskemaet.

#### 4.2.2 Den sociale sælgertype

*"De får helt klart et større selvværd. Det giver dem en rytme i dagligdagen, og de får en hverdag at stå op til. Der er også et meget stort socialt element i det for dem. De fortæller, at de får en god respons fra kunder, og mange får ofte en ekstra gave eller drikkepenge. Det ser jeg som et tydeligt tegn på, at de bliver respekteret i gadebilledet. Der er dog også negative historier, men det er ikke ofte. Det handler bl.a. om, at nogle sælgere er blevet forulempet af forbipasserende eller blevet råbt efter."*

Den sociale sælgertype har valgt at sælge Hus Forbi for både at være en del af sælgerfællesskabet og for at have kontakt til kunderne. Vedkommende ville aldrig have mulighed for samme sociale kontakt, hvis ikke det var for sælgerkortet, Hus Forbi jakken, den årlige julefrokost og ikke mindst stakken af aviser under armen, der åbner vejen til det almindelige samfund.

For den sociale sælger er en god dag ikke så meget et spørgsmål om mange solgte aviser og drikkepenge, men i højere grad at få blot et smil eller få talt med kunder og forbipasserende om stort og småt. Gennem den daglige kontakt får den sociale sælger mulighed for at fortælle om sig selv til dem, der spørger. Samtidig ser den sociale sælger sig selv i rollen som samfundsstøtte over for andre medborgere, herunder en del ældre, der ligesom vedkommende selv kan føle sig ensomme. For denne type bliver det derfor vigtigt at pleje en fast skare af kunder, så de fortsætter med at komme hen til en snak og en avis.

*Den sociale sælger har i spørgeskemaet svaret 'for at komme i kontakt med andre mennesker' og samtidig ikke svaret 'for at gøre opmærksom på de hjemløses forhold'.*

#### 4.2.3 Den politiske sælgertype

*"Der er et par få stykker, der synes, det er vigtigt at bruge Hus Forbi til at gøre opmærksom på de hjemløse i samfundet, men det handler om at tjene penge og få lukket hullet i tegnebogen. Der er også dem, der er blevet ret gode til at sælge og ved, hvor de skal stå, og hvad de skal sige. De har en slags faglig stolthed."*

Den politiske sælger har valgt at sælge Hus Forbi, fordi vedkommende har et budskab til hr. og fru Danmark om, hvad det vil sige at være hjemløs i dagens Danmark – en viden der ikke kommer gennem de andre traditionelle medier, som ofte misforstår eller bevidst undlader at forholde sig til de skæve sider af samfundet. Øget salg betyder, at flere personer får Hus Forbis budskaber. Udover selve avisen er det vigtigt for den ideologiske sælger gennem sit virke på gaden at fortælle køberne om, at der er et menneske i enhver hjemløs.

*Den politiske sælger har i spørgeskemaet svaret 'for at gøre opmærksom på de hjemløses forhold' og samtidig ikke svaret 'for at komme i kontakt med andre mennesker'.*

#### **4.2.4 Den blandede sælgertype**

Udover de 3 ovenfor nævnte sælgertyper er det svært at identificere andre klare sælgertyper, som samtidig kan funderes i spørgeskemaundersøgelsens besvarelser. For nogle er det vigtigt at få lidt indhold i tilværelsen.

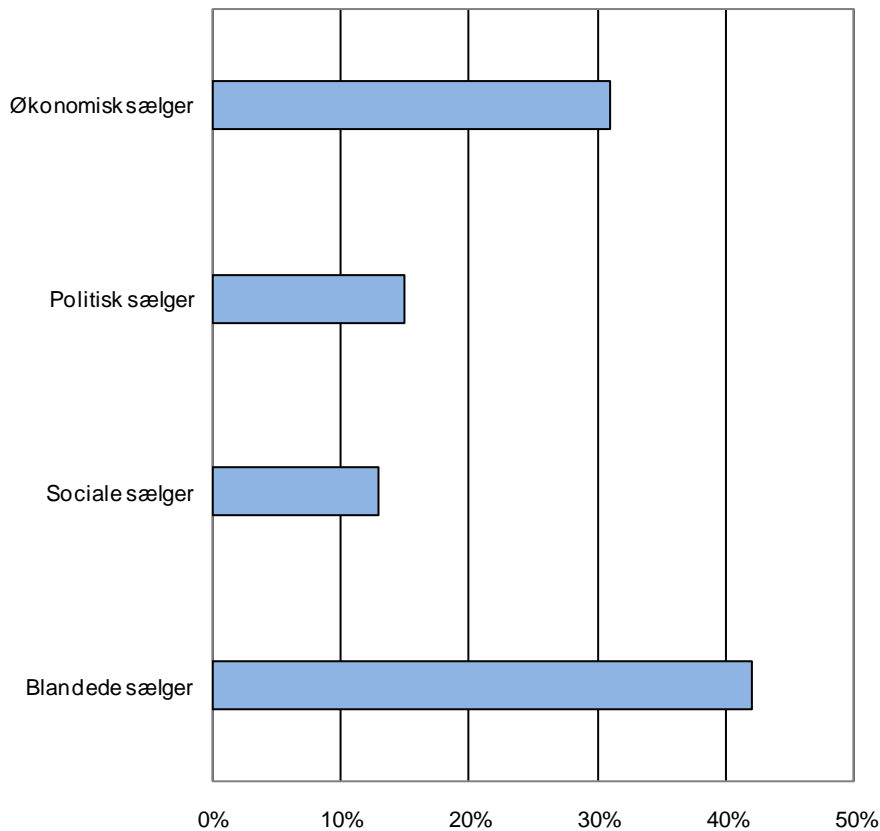
*"Jeg tror, at der er mange, der bruger det som en slags terapi. Af dem, der har solgt herfra Huset, er der mange, der får et indhold i deres tilværelse, når de begynder at sælge. Får noget at beskæftige sig med. Det har de været glade for, mange af dem, jeg har snakket med."*

Man kan også pege på den frie sælger, som har valgt at sælge Hus Forbi på grund af friheden til at bestemme over sin arbejdsdag. Vedkommende kan selv bestemme, hvornår og hvor lang tid der skal sælges aviser. Det er først og fremmest lysten, der driver værket.

*"Du skal ikke vente til den første med at få penge for dit arbejde med at sælge lige nu og her. Der er en umiddelbar gevinst. Noget andet er for de her mennesker, at de selv kan vælge, hvornår de vil arbejde. Der er ikke nogen, der står med stopuret i døren og siger, at de kommer for sent. De kan vælge præcist, hvornår de vil stå op og gå ud og sælge. Når de har lyst. Det er vigtigt for konceptet. Lige nu og her gevinst og du kan gøre indsatsen, når du har lyst. Når man ikke er for syg eller påvirket. Eller hvis man har behov for det. Det er nogle fordele, som det øvrige arbejdsmarked ikke kan honorere. Der er ikke nogle krav om, at man skal socialisere med kolleger, hvilket mange af sælgerne ikke kan."*

Man kan muligvis identificere enkelte andre større eller mindre sælgertyper. I denne undersøgelse har vi imidlertid valgt at slå de andre forskellige typer og begrundelser sammen til en slags restkategori, som vi kalder den *blandede sælger*, fordi de indeholder en række forskellige begrundelser for at sælge Hus Forbi. I forhold til spørgeskemaet består den *blandede sælger* af dem, der i spørgeskemaet har svaret '*andre grunde*' eller andre svarkombinationer.

Figur 4.2: Fire forskellige sælgertyper



Den største gruppe er den 'blandede' sælgertype, og den næststørste er den 'økonomiske', som er ca. hver tredje sælger. 15 % falder ind under den 'politiske' og 13 % under den 'sociale'.

I følgende tabel 3 er de forskellige sælgertyper analyseret i forhold til en række baggrundsvariable, fx alder, køn, bolig, etnisk baggrund osv. På forhånd giver en sådan sammenligning af sælgertyper anledning til at formulere en række hypoteser.

De *økonomiske sælgere* adskiller sig fra de øvrige sælgertyper ved at have en højere salgsaktivitet, ved i højere grad at være uden indkomst eller have et mere "usikkert" indkomstgrundlag i form af kontanthjælp, ved at være yngre, ved i højere grad at være boligløse og ved i højere grad at være misbrugere.

De *sociale sælgere* adskiller sig fra de øvrige sælgertyper ved at i højere grad at være kvinder, ved at være ældre, ved at have et lavere salgsniveau, da dette ikke er det primære formål, ved at have klarhed omkring bolig og økonomi, og ved i højere grad at være fra København, hvor man nemmere bliver socialt isoleret.



De *politiske sælgere* adskiller sig fra de andre ved at have et lavere salgsniveau, da dette ikke er den primære motivation, ved i højere grad at være dansk, ved i højere grad at have afklaring om økonomi og bolig, og ved at være ældre. Samlet giver det en type, som har et større ”overskud” og dermed er i stand til at sætte det at være Hus Forbi sælger ind i en større sammenhæng.

**Tabel 4.1: Karakteristik af sælgertyper**

|                          | Økonomiske sælgere | Sociale sælgere | Politiske sælgere | Blandede sælgere |
|--------------------------|--------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| <b>Alder:</b>            |                    |                 |                   |                  |
| Under 40.....            | 45 %               | 29 %            | 22 %              | 17 %             |
| 40-49 .....              | 41 %               | 54 %            | 48 %              | 56 %             |
| 50 eller derover .....   | 14 %               | 17 %            | 30 %              | 27 %             |
| <b>Køn:</b>              |                    |                 |                   |                  |
| Mand .....               | 86 %               | 72 %            | 82 %              | 80 %             |
| Kvinde .....             | 14 %               | 28 %            | 18 %              | 20 %             |
| <b>Etnisk baggrund:</b>  |                    |                 |                   |                  |
| Dansk .....              | 57 %               | 72 %            | 96 %              | 85 %             |
| Ikke-dansk.....          | 43 %               | 28 %            | 4 %               | 15 %             |
| <b>Geografi:</b>         |                    |                 |                   |                  |
| København.....           | 93 %               | 91 %            | 66 %              | 77 %             |
| Provinsen .....          | 7 %                | 9 %             | 35 %              | 23 %             |
| <b>Boligforhold:</b>     |                    |                 |                   |                  |
| Egen bolig .....         | 24 %               | 36 %            | 50 %              | 46 %             |
| <b>Indkomstgrundlag:</b> |                    |                 |                   |                  |
| Ingen ydelse.....        | 24 %               | 13 %            | 7 %               | 7 %              |
| Pension .....            | 30 %               | 46 %            | 41 %              | 49 %             |
| Kontanthjælp/andet ..... | 46 %               | 42 %            | 52 %              | 44 %             |
| <b>Salgsaktivitet:</b>   |                    |                 |                   |                  |
| Lav.....                 | 32 %               | 36 %            | 68 %              | 34 %             |
| Middel.....              | 21 %               | 32 %            | 28 %              | 32 %             |
| Høj.....                 | 47 %               | 32 %            | 4 %               | 34 %             |
| <b>Misbrug:</b>          |                    |                 |                   |                  |
| Ikke misbruger.....      | 25 %               | 24 %            | 28 %              | 27 %             |
| Alkohol.....             | 16 %               | 36 %            | 28 %              | 24 %             |
| Narkotika + andet.....   | 60 %               | 40 %            | 45 %              | 49 %             |

Aldersmæssigt viser tabel 4.1, at der er forholdsvis flere yngre (under 40 år) blandt de ’økonomiske’ sælgere, mens der til gengæld er flere blandt de politiske sælgere, der er 50 år eller derover. Sammenhængen mellem alder og sælgertype er statistisk signifikant.

Der er blandt de sociale sælgere en større procentdel kvinder sammenlignet med de øvrige sælgertyper, men sammenhængen mellem køn og sælgertype er ikke statistisk signifikant.

Med hensyn til etnisk baggrund viser tabellen, at der er en markant større procentdel ikke-danske sælgere blandt de økonomiske sælgere end blandt de øvrige sælgertyper. 43 % af de økonomiske sælgere har en anden etnisk baggrund end dansk, mens eksempelvis kun 4 % af de 'politiske' sælgere har udenlandsk baggrund. Sammenhængen mellem etnicitet og sælgertype er statistisk signifikant.

Det viser sig, at det især er sælgerne fra provinsen, der er optaget af de mere politiske spørgsmål omkring salget af Hus Forbi. Blandt de 'politiske' sælgere er der 35 %, der kommer fra provinsen, mens det eksempelvis kun er 9 % fra provinsen blandt de 'sociale' sælgere. Sammenhængen mellem geografi og sælgertype er statistisk signifikant.

Omkring boligforhold er der en større procentdel blandt de 'politiske' sælgere, der har egen bolig end blandt de øvrige sælgertyper, bortset fra den 'blandede sælgertype'. Bolig spiller altså en rolle for, hvorvidt man som sælger har "overskud" til at tænke sin egen rolle som sælger ind i en større sammenhæng, der handler om hjemløses forhold osv.

Det viser sig ligeledes, at der også blandt de 'politiske' kun er ganske få, som ikke modtager nogen ydelse, og samtidig flere, der modtager pension, end der er blandt de 'økonomiske' sælgere. Dette understøtter hypotesen om, at et politisk engagement i forhold til salget af Hus Forbi kræver, at der er ro og klarhed omkring forhold som bolig og økonomi.

Blandt de økonomiske sælgere er det til gengæld hver fjerde, som ikke har noget indkomstgrundlag, og derfor i højere grad er afhængige af den indkomst, som salget af Hus Forbi kan give. På samme måde er det kun 30 % af de 'økonomiske' sælgere, der modtager pension, hvorfor der er mindre klarhed omkring økonomien blandt de 'økonomiske' sælgere sammenlignet med de øvrige sælgertyper. Sammenhængen mellem indkomstgrundlag og sælgertype er dog ikke signifikant.

Ikke overraskende viser tabel 4.1, at de 'økonomiske' sælgere har en højere salgsaktivitet end de øvrige sælgertyper. Ca. halvdelen af de 'økonomiske' sælgere ligger i gruppen 'høj' salgsaktivitet, mens det samme kun gør sig gældende for hver tredje blandt de 'sociale', og kun 4 % blandt de 'politiske'. De 'blandede' er ligeligt fordelt, idet der er ca. en tredjedel af sælgerne inden for hvert af de 3 aktivitetsniveauer. Sammenhængen mellem salgsaktivitet og sælgertype er signifikant.

Endelig er der spørgsmålet om misbrug. Her viser det sig, at procentdelen af misbrugere er lige stor blandt sælgertyperne, men fordelingen af typen af misbruget varierer. 60 % af de 'økonomiske' sælgere misbruger narkotika, mens det gør sig gældende for ca. 40 % af de sociale og 45 % af de 'politiske' sælgere. Ligeledes er der 16 % af de 'økonomiske', som er alkoholikere, mens ca. hver tredje af både de 'sociale' og de 'økonomiske' er alkoholikere. Sammenhængen mellem misbrug og sælgertype er dog ikke statistisk signifikant.

Man kan opsummerende sige, at den *økonomiske sælger* er karakteriseret ved at være relativt ung. Der er også relativt mange mænd og ofte med ikke-dansk baggrund. Den økonomiske sælger optræder ret ofte i København. Derimod har de relativt sjældent deres egen bolig og der er relativt mange, der ikke modtager offentlige ydelser, er ofte misbruger af narkotika og andet. Endelig har den økonomiske sælger ret høje salgstal.

Den *sociale sælger* adskiller sig fra de andre typer ved relativt ofte at være en kvinde og optræder ofte i København. Der er relativt mange, der kun er alkoholmisbrugere. På alle de andre områder er den sociale sælger ret gennemsnitlig.

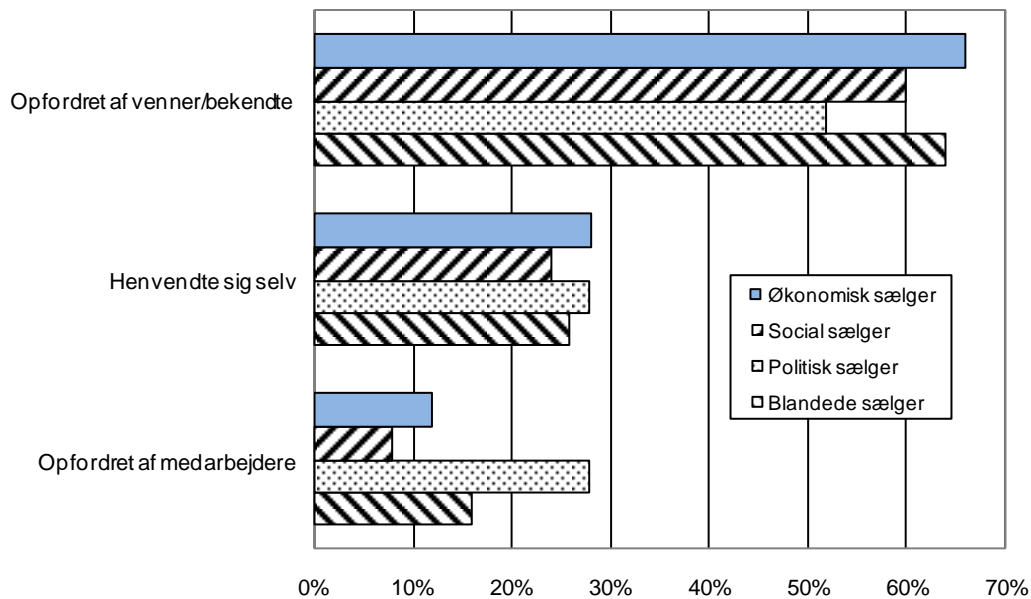
Den *politiske sælger* adskiller sig fra de andre typer ved at være relativt gammel. Der er en meget stor procentdel med dansk baggrund og en relativt stor del er fra provinsen. Den politiske sælger har ret ofte egen bolig og er på kontanthjælp. Derimod har den politiske sælger en ret lav salgssaktivitet.

Den *blandede sælger* adskiller sig, som forventet, stort set ikke fra de andre sælgertyper på nogen af tingene. Det eneste punkt er, at han/hun relativt ofte modtager pension.

### **4.3 Hvordan blev du sælger?**

Efter i det foregående at have analyseret sælgertyperne i forhold til en række baggrundsvariable er formålet med det følgende afsnit at se på sælgertyperne i forhold til de spørgsmål, der handler om indgangen til salg. Det handler først og fremmest om at se på, hvorfor de blev sælgere, hvordan de blev sælgere, og hvad de lavede, før de blev sælgere. I figur 4.3 fremgår begrundelserne, og det skal nævnes, at den samme sælger godt kan give flere begrundelser samtidig.

Figur 4.3: Hvorfor blev du sælger?



Figur 4.3 viser, at den hyppigste grund til at blive sælger er, at venner og bekendte opfordrede til det – det har 62 % svaret. Der er langt ned til den næsthypigste begrundelse, som 27 % har svaret, at man henvendte sig selv til Hus Forbi. Endelig er der 15 %, som har angivet, at en medarbejder på et forsorgshjem eller et herberg opfordrede dem til at blive sælger. Endelig har kun 7 % nævnt andre begrundelser.

Der er stort set ingen forskel mellem de forskellige sælgertyper i forhold til, hvordan de blev sælgere, bortset fra, at der er flere blandt de politiske sælgere, der er blevet opfordret af en eller flere ansatte på et forsorgshjem eller herberg til at blive sælger. Det kunne tyde på, at noget af det engagement, som de ansatte på forsorgshjem og herberg udviser, appellerer til netop denne sælgertype.

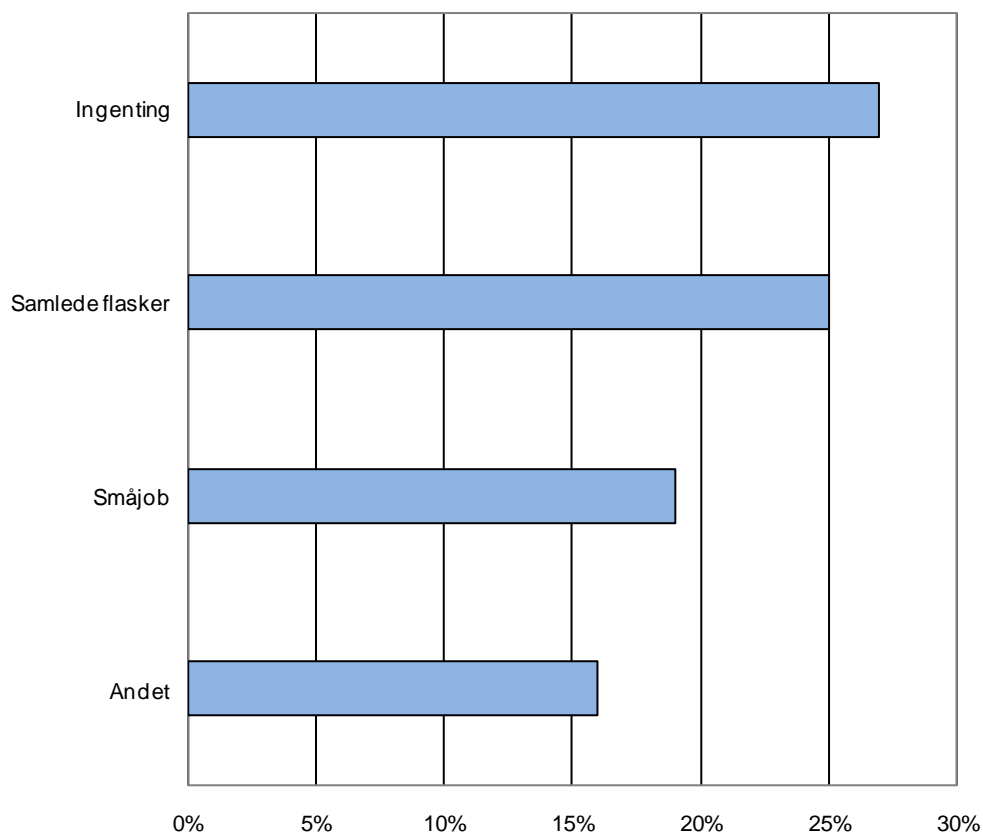
Igen har der været mulighed for at uddybe svaret. Her er det bemærkelsesværdigt, at flere nævner 'Henrik' eller 'hjemløsehuset', som den/det der fik dem i gang. Andre fortæller, hvordan de andre sælgere har fået dem i gang.

*"Jeg så, at andre, som solgte avisen, så glade ud."*

#### 4.4 Hvad lavede du, før du blev sælger?

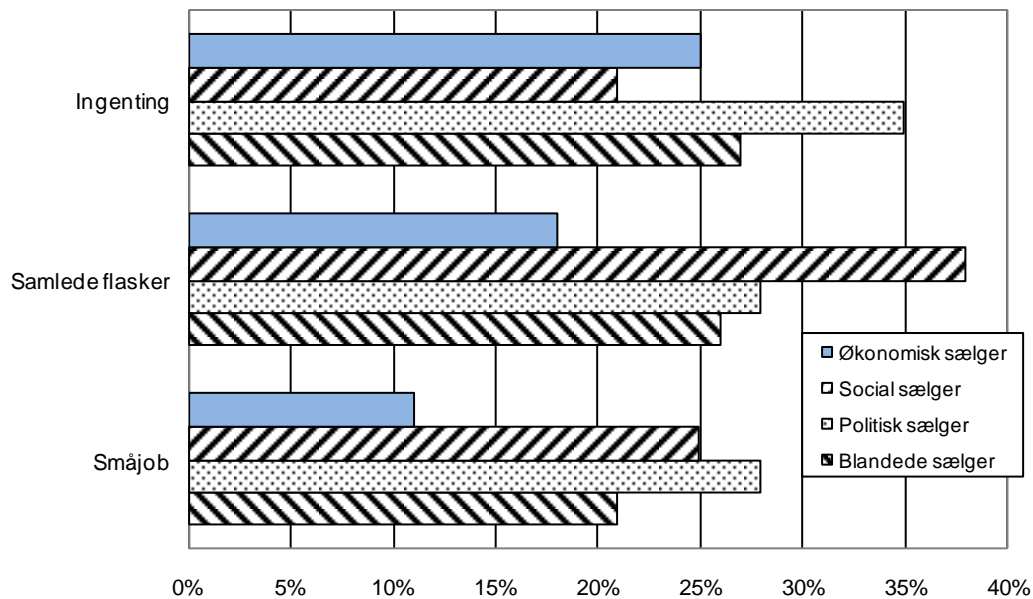
Et andet interessant spørgsmål i forbindelse med, hvorfor sælgerne blev sælgere er, hvad de lavede, før de blev sælgere for at tjene penge. I den følgende figur 4.4 er vist besvarelsene, og det skal nævnes, at man godt kan svare flere ting samtidig.

Figur 4.4: Hvad lavede du før, du blev sælger?



Figur 4.4 viser, at 27 % af sælgerne har svaret, at de slet ingenting gjorde for at tjene penge. Men der er 25 %, som har svaret, at de samlede flasker, og 19 % havde tilfældige småjob. Desuden var der også 12 %, som begik kriminalitet, og 9 % tiggede. Endelig er der 16 %, som har nævnt en række andre forskellige måder, de tjente penge på.

Figur 4.5: Hvad lavede du før, du blev sælger? - opdelt på sælgertyper



I figur 4.5 har vi sammenlignet de forskellige sælgertyper. Når det drejer sig om, at de ingenting lavede, før de blev sælgere, så er det mest udpræget blandt den politiske sælgertype, mens den sociale sælgertype var den, der mindst lavede ingenting. Til gengæld var de sociale sælgere dem, der oftest samlede flasker, men det gjorde de økonomiske sælgere derimod sjældent.

De økonomiske sælgere var også dem, der sjældent havde småjob, før de blev sælgere, men der var flere blandt de økonomiske sælgere, som tidligere begik kriminalitet og tiggede.

Sælgerne har haft mulighed for både at uddybe svaret 'andet' og i det hele taget at uddybe svaret på, hvad de lavede før for at tjene penge. Som nævnt ovenfor er der 12 % af sælgerne, som under 'andet' eller under uddybnin-gen har nævnt, at de tidligere begik kriminalitet for at tjene penge, og 9 % at de tiggede. Blandt de, der har nævnt kriminalitet, er stort set alle misbruge-re, og en stor del af dem, der har fortalt, at de tidligere var kriminelle og/eller tiggede falder ind under den økonomiske sælgertype.

Flere nævner, at de tidligere var prostituerede, og andre at de tjente penge ved at spille musik eller ved at optræde på gader og stræder. Der er endvi-dere flere, der fortæller, at de tidligere har haft et helt almindeligt arbejde som fx buschauffør, murerarbejdsmand, landmand, lærling som maler, fa-briksarbejder og ejendomsfunktionær. De, der tidligere har været i beskæf-tigelse eller ført en almindelig tilværelse, falder i vid udstrækning ind under den politiske og den blandede sælgertype. Stort set ingen af disse falder ind under den økonomiske sælgertype.

*"Tidligere gik jeg rundt og stjal i supermarkeder."*

*”Før i tiden var jeg vagabond og tjente penge ved at slibe knive.”*

## **4.5 Hvem sælger ikke Hus Forbi?**

Gennem interviewene og gennem spørgeskemaundersøgelsen er det lykkedes at danne et indtryk af, hvem sælgerne er.

SFI – Det Nationale Forskningscenter for Velfærd har anslået, at 11.000-13.000 personer i løbet af et år kan karakteriseres som hjemløse. Når man beskæftiger sig med et sælgerkorps, der tæller omkring 500 hjemløse, tidligere hjemløse og socialt udsatte, er det derfor nærliggende også at se nærmere på, hvem der ikke er sælgere og hvorfor?

På baggrund af interview med sælgere, tidligere sælgere og distributører vil dette spørgsmål i det følgende blive forsøgt besvaret.

### **4.5.1 Dem der ikke vil**

*”Folk skal forestille sig selv stå nede på Strøget, lidt halvsnuskede og sælge Hus Forbi. Jeg tror ikke engang, jeg ville gøre det for sjov, at udstille sig selv som fattig og hjemløs. Så jeg har dyb respekt for, at de kan. Ønsker du at få et sælgerkort og udstille dig som skæv eksistens, så er det nok fordi, du er det. Alle skal have lov til at sælge, hvis de vil.”*

*”Der er hjemløse, der ser det at sælge som stigmatiserende. De har brug for at skjule, at de netop er hjemløse, og det at stå på gaden og sælge Hus Forbi gør det sværere at skjule sig.”*

*”Mange er kede af at skulle ud og møde folk og blive set i byen. De er bange for folks reaktioner og almindelige mennesker i al almindelighed. De er jo ikke vant til at omgås almindelige mennesker eller mennesker, som ikke er påvirket på den ene eller den anden måde.”*

For andre hjemløse er det at sælge aviser forbundet med prestigetab inden for hierarkiet af hjemløse.

*”Gennem Hus Forbi er der sælgere, der formår at få hverdagen til at fungere uden af skulle bevæge sig ind og ud af fængslet.”*

*”Du spurgte mig om en gruppe af mennesker, der ikke sælger Hus Forbi. Jeg ser jo dem, der kommer i spjældet igen og igen. Når de bliver lukket ud, vil de ikke nedværdige sig til at sælge Hus Forbi. De vil hellere lave et godt bræk i stedet. Den gruppe er meget svær at ramme. De føler, at så er man helt nede på bunden af samfundet, hvis man sælger Hus Forbi i forhold til at være rig kriminell – i perioder. Jeg kan så blot sige, at man jo ikke kommer i spjældet for at sælge Hus Forbi, og man har venner på gaden. Men de har jo deres egne venner. Det kan man se på tatoveringerne.”*

*”Men mange af dem synes jo, at det er grænseoverskridende. De føler, at det er legalt tiggeri at stå der og udstille sig selv som hjemløse. Det er primært de yngre, der sælger. De ældre finder nogle nicher.”*

*”Og så er der dem, der ikke ønsker at blive set på som hjemløse. De vil ikke udstille sig selv. De føler sig sat i bås.”*

Der er sælgere, der kun sælger Hus Forbi, når de ikke har andre reelle alternativer til at tjene penge. Så snart de har de penge, de skal bruge, forsvinder de væk fra Hus Forbi.

*”Det tager noget tid, og folk skal først lære det, hvis de kan.”*

*”Der er ikke andre her på stedet, som har så meget brug for ekstra penge som de 2. Der er måske også en opfattelse af, at de 2 sælgere har monopol.”*

*”Vi har en bred målgruppe her i cafeen. Har kommet både hårde og lette misbrugere, ensomme mænd og kvinder, ældre. Hus Forbi er ikke interessant for en stor del af vores gæster. De fleste har bolig og har ikke de problemer, som de hjemløse eller tidligere hjemløse har. De, der sælger Hus Forbi, har et lettere misbrug det meste af tiden, og indimellem et massivt misbrug. De har typisk nogle mål med at sælge som kunne være at kunne købe noget bestemt, spare op, have flere penge til forbrug og til misbrug. Men man skal ikke fornægte, at det er en stor overvindelse for mange at stille sig op på gaden og agere sælger.”*

*”De meget voldsomt misbrugende ser vi heller ikke som sælgere. Der er det alt for langsomme penge, der er forbundet med salg af Hus Forbi.”*

#### **4.5.2 Dem der ikke kan**

*”Jeg kender for mit eget vedkommende eksempler hjemme fra Odense på nogen, der er udviklingshæmmede og hjemløse. De magter simpelthen ikke det med at sælge Hus Forbi. Det er uhyggeligt. Det er en helt anden form for hjælp, de skal have. At være Hus Forbi sælger. Det er jo sådan set en hjælp til selvhjælp.”*

Blandt de hjemløse er der misbrugere, der netop på grund af deres misbrug er ude af stand til at sælge. Andre er i den grad præget af sygdomme, der for nogles vedkommende er direkte invaliderende.

Der er sælgere, der ikke er fysisk og/eller psykisk i stand til at sælge Hus Forbi. At stå på gaden i blæst og kulde eller ligefrem under hedebløjer stiller krav til fysikken, hvilket kan være vanskeligt at overkomme efter et hårdt og nedslidende liv. Andre har svært ved at håndtere de afvisninger, der nu engang også følger i kølvandet på det at sælge Hus Forbi. De er psykisk sårbare og efter en kortere periode som sælgere giver de op.



Der er hjemløse, der rent økonomisk ser Hus Forbi som et ringere alternativ. De gør nu engang det, de er bedst til. De har erfaringer og rutiner, hvor de er vant til at skaffe penge gennem kriminalitet og prostitution, der giver et højere afkast lige nu og her, om end der er forbundet højere risici for at komme galt af sted og dermed forsvinde fra sælgermarkedet.

For andre hjemløse er det muligt at ernære sig ved småjob som fx skærslibere og ved at arbejde for såkaldte dusører på forsorghjem. Der er ikke nødvendigvis tale om mere vellønnede former for arbejde, men i kombination med andre begrundelser for ikke at sælge, bliver disse småjob brugbare alternativer.

*”Det er påfaldende, at der ikke er flere, som har lyst til at sælge avisen. De gør det ikke. Generelt oplever jeg, at lysten til at foretage sig noget er væk. Vi har genbrugsaktiviteter her på stedet som understøttende aktivitet, og det er vores målsætning eller intention at engagere brugerne i dette. Men når jeg skal bruge folk til i det daglige fx til at tage med opsamlingsvognen ud for at hente ting og sager til vores genbrugsbutik, er der stort set ingen, der melder sig. Det er som om, de har opgivet ævred eller indrettet økonomien efter den offentlige understøttelse, de modtager. De behøver ikke eller gider ikke foretage sig noget.”*

Der er steder, hvor konkurrencen blandt sælgerne er hård, og hvor de svage og knap så gode sælgere skubbes væk for siden hen at opgive helt.

*”Nu er jeg rask og nu kan jeg sælge, men det kan i den verden skifte meget hurtigt. Der kan være penge i det lige nu og her, hvor man måske sidder med gæld på narkomarkedet eller spillemarkedet, eller man har brug for at spare op og derefter vil noget helt andet. I december er der altid mere salg. Sælgerne ved, at pengene sidder løsere på folk, og de vil selv gerne give gaver til familie og kæresten. Om alle pengene så også går til børnene, man ikke har set i 5 år, det ved man jo ikke.”*

At sælge Hus Forbi kræver til tider tålmodighed, opdragelse, servicemindedhed og et minimum af udadvendthed. Der er hjemløse, der helt mangler de kompetencer, og som i visse tilfælde rager uklar med både kunder og andre sælgere.

De af Hus Forbi opstillede regler som opførelse i forbindelse med salg gør, at der er hjemløse, der efter advarsler får frataget sælgerkort, og dermed muligheden for at sælge.

*”Deres almindelige adfærd og optræden i bybilledet betyder jo meget for om folk vil købe avisen.”*

En af distributørerne, der samtidig er tilknyttet en § 110-institution, sammenligner sælgerne med de øvrige beboere og konstaterer, at der er hjemløse, der er så dårligt fungerende, at de knap kan komme til spisning. De ville

ikke kunne klare sig som sælgere, da de ganske enkelt mangler overskuddet til at samle sig om andet end sig selv og deres kaotiske hverdag.

Det er oplevelsen i provinsen, at det ikke er muligt at hente aviser, fordi distributørerne ikke har åbent på de tidspunkter, hvor sælgerne har brug for, at der er åbent. Der er sælgere, der ikke kan overskue at ”spare” aviser sammen og indordne sig under distributørernes åbningstider, og som derfor må opgive at sælge Hus Forbi.

## 4.6 Sammenfatning

Den enkelte sælgers motiv for at sælge Hus Forbi handler oftest om at tjene penge. 3 ud af 4 angiver dette som en årsag til salg, men som en distributør spørger: *Hvad kommer dernæst?*

På baggrund af spørgeskemaundersøgelsen og interviewene er det tydeligt, at der ligger andre vigtige motiver til grund for at stille sig ud på gaden dag efter dag, gøre opmærksom på, at man ikke helt er en del af det etablerede samfund og derfor har valgt at sælge Hus Forbi.

Alt efter hvilken sælgertype, man via spørgeskemaundersøgelsen kan inddele de forskellige sælgere i, står det klart, at det ikke er tilfældigt, hvilke personer, der er den ene type frem for den anden, når man ser på en række baggrundsvariable som fx alder, etnisk baggrund, boligforhold etc.

Den *økonomiske sælger* er karakteristisk ved at være en ung mand og ofte med ikke-dansk baggrund i København, som sjældent har egen bolig og heller ikke modtager så mange offentlige ydelser. Vedkommende har desuden et højt salgstal og er ofte misbruger af narkotika og andet.

Den *sociale sælger* adskiller sig fra de andre typer ved relativt ofte at være en kvinde i København, som kun er alkoholmisbruger. På de andre områder er den sociale sælger ret gennemsnitlig.

Den *politiske sælger* adskiller sig fra de andre typer ved at være relativt gammel med dansk baggrund og ofte fra provinsen. Vedkommende har ofte egen bolig og er på kontanthjælp. Han har en ret lav salgsaktivitet.

Hvad lavede sælgerne før de blev sælgere af Hus Forbi for at tjene penge? En fjerdedel af sælgerne har svaret, at de slet ingenting gjorde for at tjene penge, mens en anden fjerdedel har svaret, at de samlede flasker, og 19 % havde tilfældige småjob. Men der var også en del, som begik kriminalitet og tiggede.

Sælgerne ser først og fremmest en række positive forhold, der særligt kendetegner Hus Forbi, som dernæst får betydning for, hvorfor de bliver og vil

blive i Hus Forbi som sælgere. At sælge Hus Forbi er meningsfuldt for den enkelte.

Samtidig står det klart, at der er nogle, der ikke deler sælgernes opfattelse af Hus Forbi og derfor ikke vælger at blive sælgere. For andre er det i højere grad et spørgsmål om manglende evner.



## 5 Betydningen af at være sælger

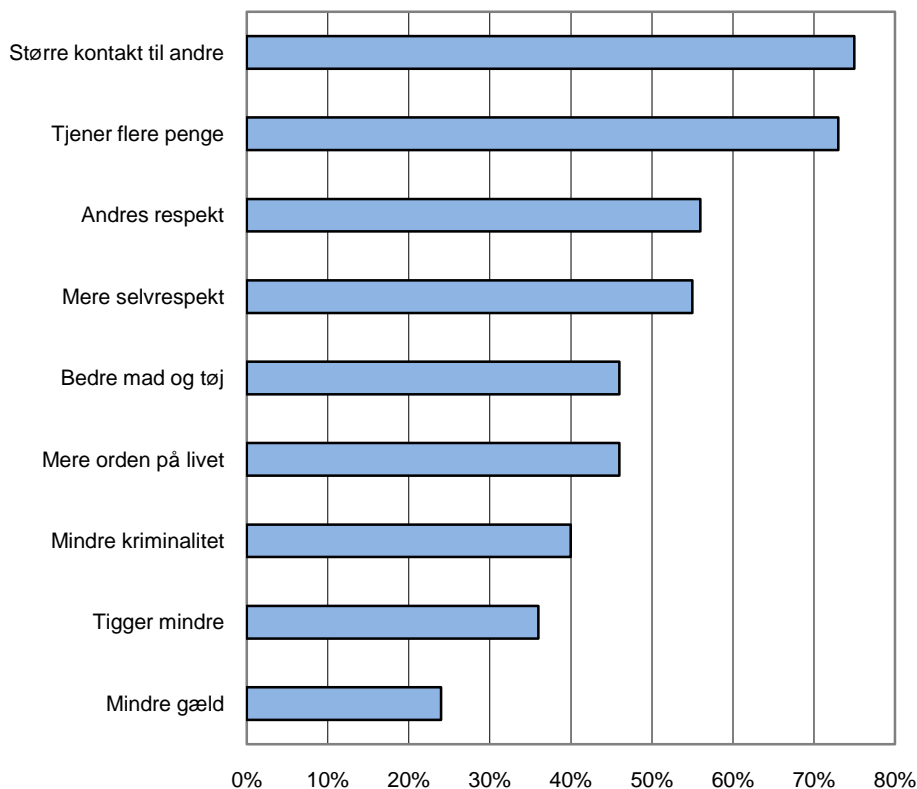
Et af de helt centrale spørgsmål i undersøgelsen er, hvad sælgerne selv synes, de har fået ud af at være sælger. Har det eksempelvis forbedret deres helbred? Har de fået mere selvrespekt? Har de fået bedre mad og tøj? Er deres misbrug blevet større eller mindre? Osv. I spørgeskemaet er sælgerne blevet spurgt om, hvad det betyder for dem at være sælger.

I dette kapitel ser vi først på, hvad sælgerne selv peger på som konsekvenser af at være sælger. I særlig grad undersøges konsekvenserne for sælgerne helbred og misbrug. Desuden ser vi på, hvad sælgerne ville have gjort, hvis de ikke var sælgere af Hus Forbi. Til slut bringes svarene på spørgsmålet om, hvad sælgerne betragter som det gode ved at være sælger af Hus Forbi.

### 5.1 Personlige konsekvenser

I spørgeskemaet blev sælgerne stillet et konkret spørgsmål om: *Hvad betyder det for dig at være sælger af Hus Forbi?* som de kunne svare 'ja' eller 'nej' til. De kunne svare mere end en ting.

Figur 5.1: Hvad betyder det at være sælger?



Der er 2 ting, som sælgerne fremhæver som de vigtigste ved at være sælger af Hus Forbi. Det ene er, at de *kommer mere i kontakt med andre mennesker* og det andet er, at de *tjener flere penge*. Det mener tre fjerdedele.

Lidt længere nede på listen finder vi svar som, at *andre respekterer mig mere* og *mere selvrespekt*, som godt halvdelen har svaret. Mens 46 % har svaret, at de *får bedre mad og tøj* samt, at de har fået *mere orden på deres liv*.

40 % har svaret, at salget af Hus Forbi betyder, at de *laver mindre kriminalitet*, hvilket indikerer, at der er forholdsvis mange af sælgerne, som har været kriminelle. En næsten lige så stor andel (36 %) siger, at salget betyder, at de *tigger mindre*. Et af formålene med Hus Forbi er, at bladsalget skal fungere som et alternativ til tiggeri og kriminalitet for sælgeren. Endelig er der 24 %, som siger, at de *har fået mindre gæld* ud af at sælge Hus Forbi.

Besvarelsene giver et klart indtryk af, at sælgerne oplever flere positive ting ved at være sælger af Hus Forbi. Forbedringerne er sket over en bred kam, og det er ikke kun et spørgsmål om, at de tjener flere penge ved at være sælger.

Sælgerne har haft mulighed for at uddybe svarene, og her er der flere, der fremhæver, at Hus Forbi betyder, at de har noget at stå op til, og at det giver dem noget meningsfyldt at fylde dagen ud med. Flere siger, at de nyder den sociale kontakt med "almindelige" mennesker, som salget giver dem.

I nedenstående tabel er spørgsmålet om, hvad det betyder at sælge Hus Forbi analyseret i forhold til forskellige baggrundsvARIABLE, fx sælgertype, køn, alder, boligsituation o.l.

### **5.1.1 Sælgertyper**

Man kan opstille forskellige hypoteser om sælgertyperne, fx at den 'økonomiske' sælgertype i højere grad er optaget af de økonomiske konsekvenser såsom at tjene flere penge og få mindre gæld, mens de 'sociale' og 'politiske' sælgertyper lægger større vægt på henholdsvis kontakten med andre og selvrespekt, og på om andre respekterer en mere.

**Tabel 5.1: Procentdel af forskellige sælgertyper, der har fået noget ud af at være sælger**

|                             | Økono-<br>misk sæl-<br>gertype | Social<br>sælger-<br>type | Politisk<br>sælger-<br>type | Blandet<br>sælger-<br>type | Alle |
|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|------|
| Tjener flere penge .....    | 73 %                           | 64 %                      | 77 %                        | 74 %                       | 73 % |
| Mere i kontakt med andre .. | 62 %                           | 93 %                      | 80 %                        | 78 %                       | 75 % |
| Andre respekterer mig.....  | 53 %                           | 64 %                      | 50 %                        | 57 %                       | 56 % |
| Mere selvrespekt.....       | 35 %                           | 64 %                      | 67 %                        | 63 %                       | 55 % |
| Mindre kriminalitet .....   | 38 %                           | 36 %                      | 40 %                        | 43 %                       | 40 % |
| Tigger mindre .....         | 35 %                           | 32 %                      | 37 %                        | 39 %                       | 37 % |
| Har fået mindre gæld .....  | 15 %                           | 20 %                      | 23 %                        | 33 %                       | 24 % |
| Fået bedre mad og tøj.....  | 37 %                           | 44 %                      | 50 %                        | 52 %                       | 46 % |
| Mere orden på mit liv.....  | 37 %                           | 44 %                      | 37 %                        | 57 %                       | 46 % |
| Procentbasis.....           | 60                             | 25                        | 30                          | 82                         | 197  |

Tabel 5.1 viser nogle interessante forskelle på, hvad de forskellige sælgertyper har fået ud af at være sælger.

Den *økonomiske sælgertype* adskiller sig fra de øvrige sælgertyper ved at de i mindre grad er *kommet i kontakt med andre*, og de har i mindre grad fået *mere selvrespekt*, ligesom de heller ikke har fået *mindre gæld* eller *bedre mad og tøj*. Derimod nævner den økonomiske sælgertype ikke at *tjene flere penge* oftere end de øvrige sælgertyper.

Den *social sælgertype* adskiller sig fra de øvrige ved, at relativt mange er *kommet mere i kontakt med andre*, og at de synes, *andre nu respekterer dem mere*. Til gengæld er der relativt få, der siger, at de *tjener flere penge* ved at være sælger. Dette billede passer udmærket med billedet af en social sælgertype.

Den *politiske sælgertype* adskiller sig fra de øvrige ved at ligge højt, når det gælder om at *tjene flere penge*, *mere selvrespekt* samt *bedre mad og tøj*. Til gengæld ligger de lavt, når det handler om, at *andre respekterer mig mere*. Men samlet set adskiller den politiske sælger sig ikke markant fra de øvrige sælgertyper.

Den *blandende sælgertype* adskiller sig fra de øvrige ved i højere grad at have *fået mere orden på sit liv* og *mindre gæld*. Den blandede sælger ligger også relativt højt, når det gælder *mindre kriminalitet* og *mindre tiggeri*.

Tabel 5.1 viser altså, at sælgertyperne adskiller sig på en række punkter, når det handler om det udbytte, de har fået af at være sælger. Man kan i vidt omfang genkende sælgertyperne i deres udbytte, bortset fra den politiske sælger, som ikke rigtig adskiller sig, bl.a. fordi der ikke indgik politik i spørgsmålet om udbytte.

Sælgerne har kunnet uddybe deres svar på, hvad de får ud af at sælge Hus Forbi. De tilkendegivelser, sælgerne her har givet, er i overvejende grad positive, og de handler i vid udstrækning om, at de har det godt med at sælge avisen, og de får mange positive tilkendegivelser fra folk, de møder.

*”Jeg gør det for at holde mig i gang. Jeg snakker med nogen og får frisk luft. Jeg bliver deprimeret, når jeg ikke har noget at lave.”*

*”Jeg hygges mig og nusser om mennesker, som går forbi.”*

Andre fremhæver, at det er mere værdigt end at tigge, men nogle mener dog, at det er det samme som at tigge. En enkelt ser det, at han er nødt til at sælge Hus Forbi, som *”et skridt ned ad bakken.”*

Andre igen nævner, at Hus Forbi betyder, at der bliver gjort noget for de hjemløse.

*”Det er godt at sælge Hus Forbi, så bliver det bedre for de hjemløse.”*

*”Det er som at fiske i ønskebrønden.”*

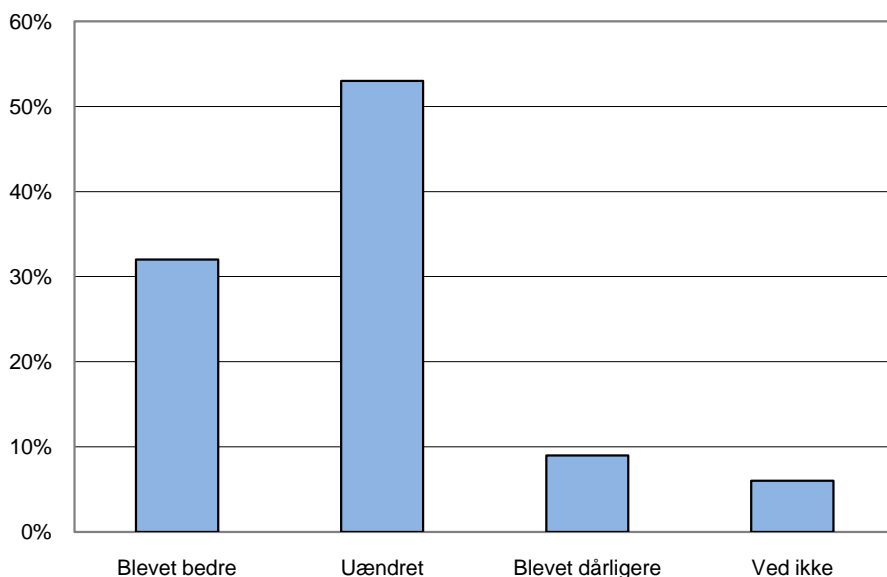
## 5.2 Misbrug og helbred

I det foregående afsnit så vi nærmere på udbyttet af at være sælger på en række forskellige områder. Men i spørgeskemaet indgik 2 særlige spørgsmål om, hvordan det havde påvirket deres helbred og deres evt. misbrug at være sælger af Hus Forbi.

### 5.2.1 Misbrugssituationen

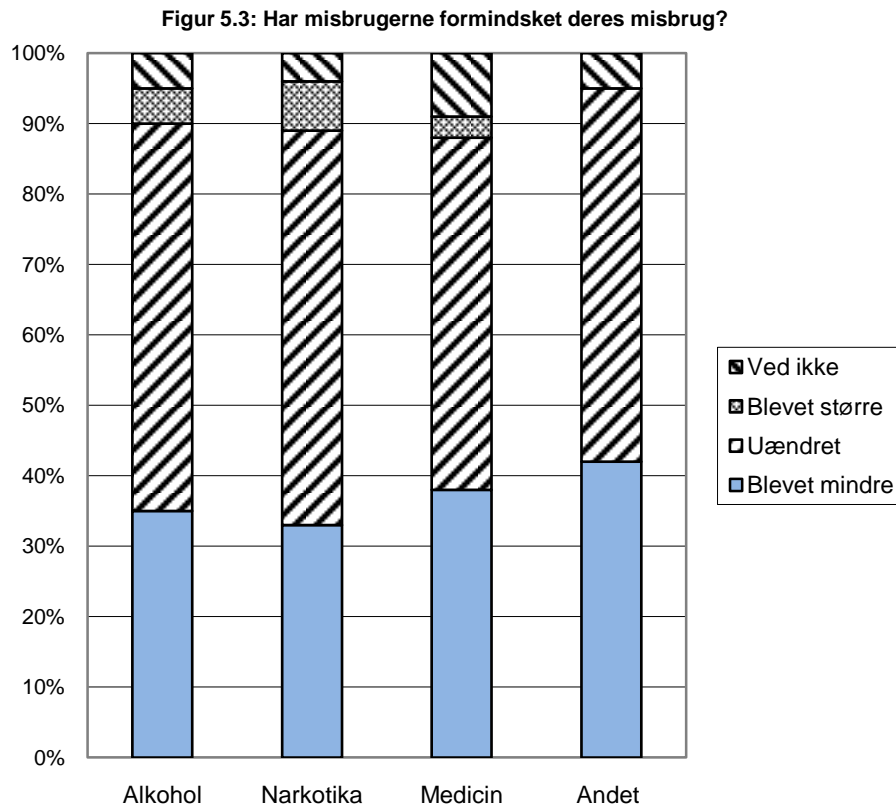
I det følgende er det analyseret nærmere, hvilken betydning det at være sælger har haft for misbrugssituationen hos sælgerne.

Figur 5.2: Sælgerne fordelt efter hvorvidt misbrug er blevet større eller mindre



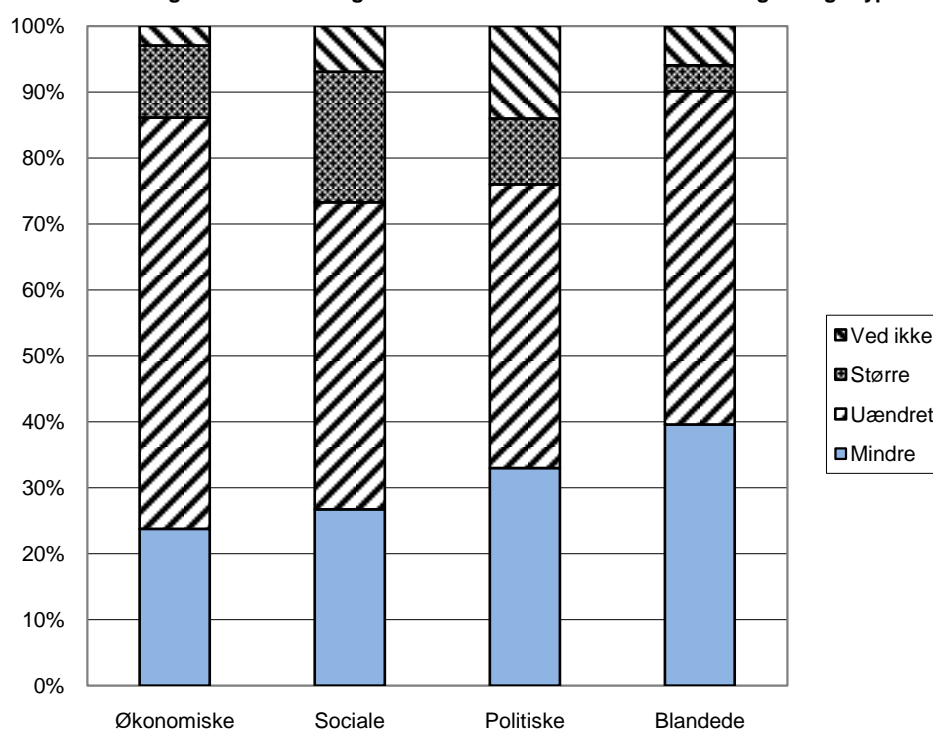


Figur 5.2 viser, at sælgernes misbrug er blevet mindre. Ganske vidst siger de fleste, at der ikke er sket ændringer, men der er flere, der siger, at det er blevet mindre, end at det er blevet større. Spørgsmålet er stillet, så det direkte er relateret til det at være sælger, og vi kan derfor konkludere, at der er en vis sammenhæng mellem det at være sælger og at opnå et mindre misbrug.



Figur 5.3 viser, at i de 4 misbrugsgrupper er procentdelen, der har mindre misbrug, betydeligt større end den procentdel, der har forøget deres misbrug. Der er tale om et mindre misbrug blandt 30-40 % af alle misbrugerne, og der er kun tale om et større misbrug blandt ca. 5 % af misbrugerne. De resterende ca. 60 % har uændret misbrug.

Figur 5.4: Er misbruget blevet større eller mindre? I forskellige sælgertyper



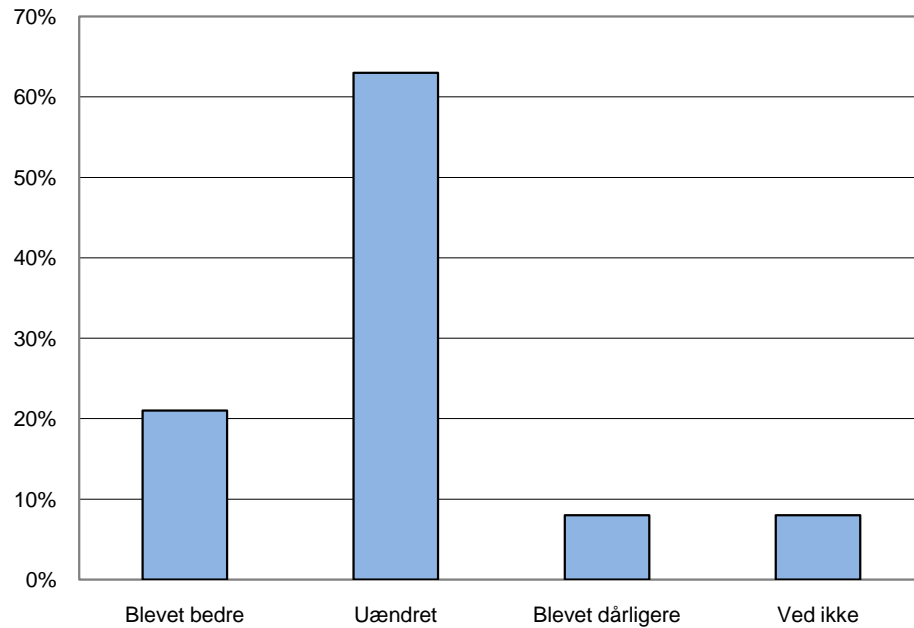
Figur 5.4 viser, at der er lidt flere af de blandede sælgere, der har fået et mindre misbrug sammenlignet med de øvrige sælgertyper. Omvendt er der flere blandt de sociale sælgere, der har fået et større misbrug.

Opsummerende ses det, at hos ca. halvdelen af de sælgere, der er misbrugere, er misbruget uændret, og kun hos en mindre del er det steget. Det viser sig altså, at det at sælge Hus Forbi ikke betyder, at misbrugerne øger deres misbrug, men i stedet at misbruget stabiliseres eller falder.

### 5.2.2 Helbredssituationen

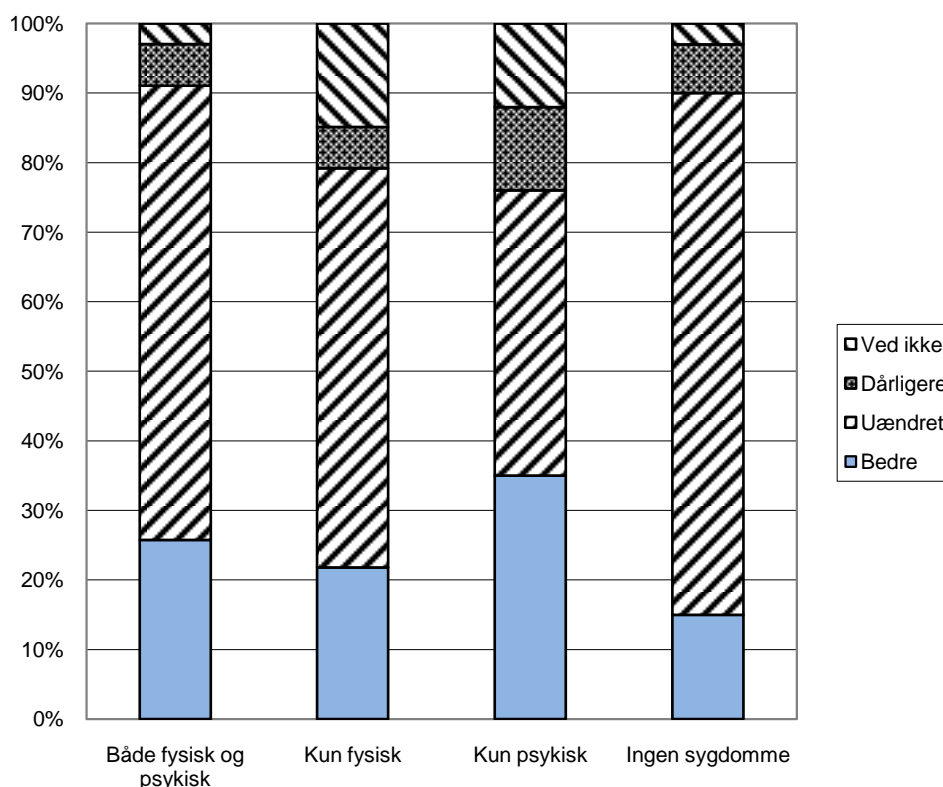
Nedenfor er der set nærmere på, hvad det har betydet for helbredssituationen blandt sælgerne, at de er begyndt at sælge Hus Forbi.

Figur 5.5: Sælgerne fordelt efter hvorvidt deres helbredstilstand er blevet bedre eller dårligere



Figur 5.5 viser, at hos ca. 20 % af sælgernes er helbredstilstanden blevet lidt bedre, efter at de er blevet sælgere af Hus Forbi. Igen siger de fleste dog, at der ikke er sket nogen ændring, men der er flere, der siger, det er blevet bedre, end at det er blevet dårligere. Igen er spørgsmålet stillet, så det relaterer sig til rollen som sælger, og derfor kan det igen konkluderes, at der er en vis sammenhæng mellem forbedringen af helbredstilstanden og det at være sælger.

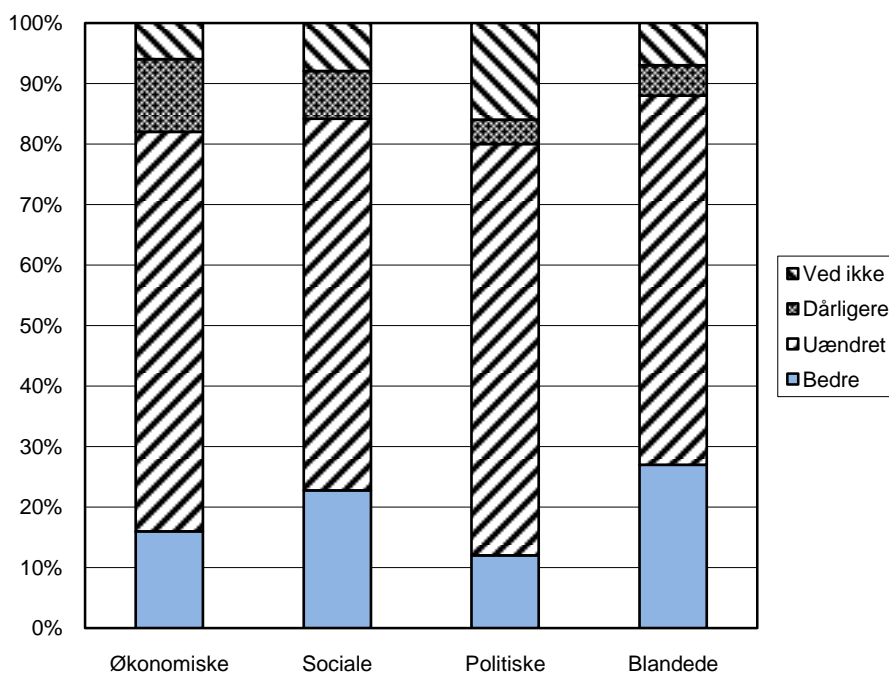
Figur 5.6: Er helbredet blevet bedre eller dårligere fordelt på sygdomsformer



Figuren 5.6 viser, at det især er de psykisk syge, der har fået et bedre helbred. Dog er der samtidig en større andel af de psykisk syge, der siger, at de har fået det dårligere end blandt de øvrige, men ”netto” er der stadig flest blandt de psykisk syge, der har fået det bedre. Noget tyder altså på, at Hus Forbi især betyder noget helbredsmæssigt for de psykisk syge.

Blandt dem, der ikke lider af nogen sygdom, er det 3 ud af 4, som svarer, at deres helbredssituation er uændret, men 15 % har fået det bedre og 8 % har fået det dårligere.

Figur 5.7: Er helbredet blevet bedre eller dårligere? I forskellige sælgertyper

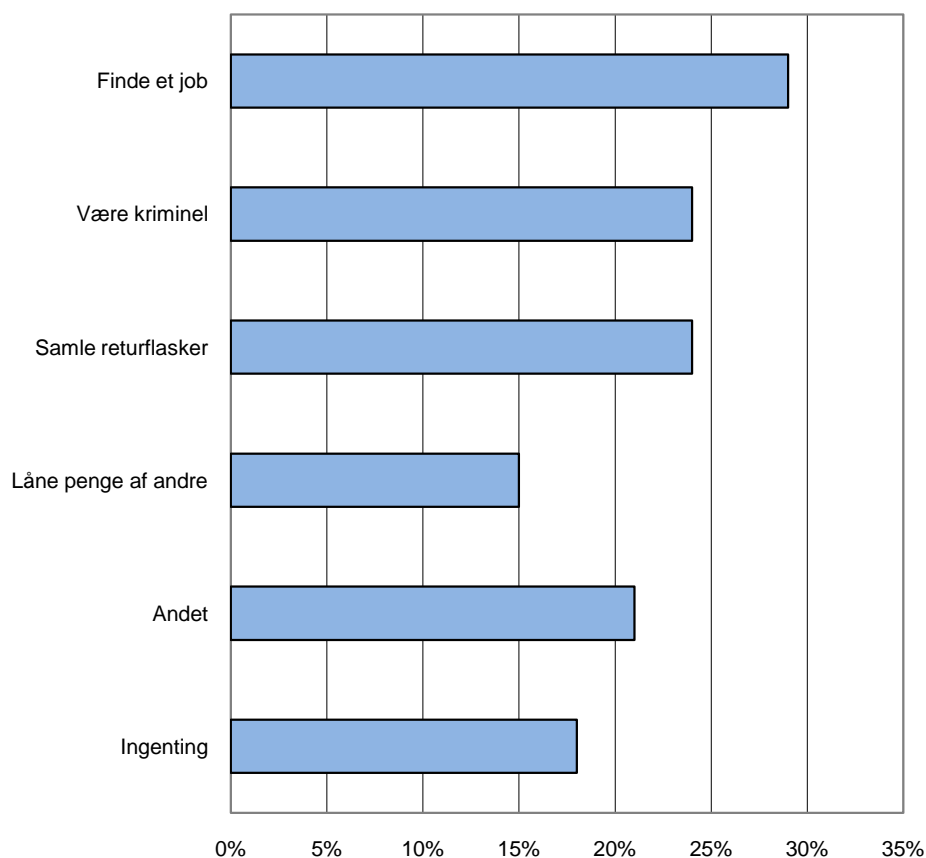


Som det ses af figur 5.7, er det især den blandede og den sociale sælgertype, der har fået det bedre helbredsmæssigt, og samtidig er der flest blandt de økonomiske sælgertyper, der har fået et dårligere helbred. Det store flertal siger dog, at deres helbred er uændret, efter de er begyndt at sælge Hus Forbi.

### 5.3 Hvad ville de ellers lave?

En anden måde at vise, hvad sælgerne får ud af at sælge Hus Forbi er ved at spørge dem om, hvad de ville lave for at tjene penge, hvis de ikke var sælgere af Hus Forbi. Dette er gjort gennem et særligt spørgsmål i spørgeskemaet.

Figur 5.8: Hvad ville du lave for at tjene penge, hvis du ikke solgte Hus Forbi?



Figur 5.8 viser, at 29 % af sælgerne ville forsøge at finde sig et job, hvis de ikke var sælgere af Hus Forbi. Men der var også 24 %, som ville vælge kriminalitet for at skaffe penge, og andre 24 % ville samle flasker. Der er 21 %, der har angivet 'andet', heraf er der 13, der angiver, at de ville tigge, hvis ikke de kunne sælge Hus Forbi. Andre angiver, at de ville være prostituerede, arbejde sort eller være gøgler eller gademusikant. Endelig er der 18 % af sælgerne, som ikke ville gøre noget som helst.

Sælgerne kunne svare flere ting, men det kan nævnes, at der er 19 % af sælgerne, som kun angiver '*finde mig et job*' som et alternativ til at være sælger. Blandt de øvrige er der en del, som har nævnt '*at finde et job*' i kombination med '*samle returflasker*' og/eller '*være kriminel*' og/eller '*låne penge*'.

Det er interessant, at der er forholdsvis mange af sælgerne, som angiver, at de ville finde sig et job, såfremt de ikke kunne sælge Hus Forbi. Dette udsagn kan man vælge at tolke på 2 måder. Enten at det er alvorligt ment, og at det at finde sig et job er et reelt alternativ til at sælge Hus Forbi. Omvendt kan man se det som udtryk for, at der blandt sælgerne er et udbredt ønske om at opnå et såkaldt "normalt liv" med bolig, familie og job.

Der er naturligvis forskel på, hvad forskellige typer af sælgere vil gøre for at tjene penge.

Blandt sælgerne, der vil finde sig et job, er der flere med udenlandsk baggrund, men ellers adskiller de sig ikke nævneværdigt fra sælgerne, som har angivet de øvrige alternativer.

Derimod adskiller sælgerne, der ville vælge at begå kriminalitet, sig på en række punkter fra de øvrige. Disse er kendetegnet ved i højere grad at være yngre, at have egen bolig, at være på kontanthjælp, og i særlig grad ved at være misbrugere af narkotika. Hele 88 % af dem, der ville vælge kriminalitet, er misbrugere af narkotika eller andet, mens det samme kun gør sig gældende for 33 % af dem, der intet ville foretage sig.

Endelig kan det nævnes, at de sælgere, som intet ville foretage sig for at tjene penge, er nogen, der i højere grad modtager pension, så deres økonomiske situation er afklaret og stabil.

Sælgerne har kunnet uddybe deres svar på, hvad de ville lave for at tjene penge. Her er der flere af dem, der har svaret *'finde et job'*, som har uddybet, hvilken type job de i så fald ville forsøge at finde. Det drejer sig om rengøring, havearbejde, klunse og sælge genbrugsting, eller holde foredrag og få løn i form af gavekort eller lignende.

En fortæller, at han er meget opmærksom på, at man opnår større respekt, hvis man viser, at man laver noget.

*"De fleste mennesker respekterer en eller anden form for virkelyst."*

En giver udtryk for, at hun ikke aner, hvad hun ville gøre.

*"Jeg går helt ned, hvis ikke – ved det simpelthen ikke!"*

## **5.4 Hvad er det gode ved at sælge Hus Forbi?**

*"Man møder folk, man snakker med folk, man får et smil og bliver engang imellem inviteret hjem til folk."*

I spørgeskemaet har sælgerne med egne ord kunnet skrive eller fortælle om, hvad det gode er ved at sælge Hus Forbi, og det er der mange af sælgerne, der har gjort. Svarene kan inddeles i 3 blokke. I den ene handler det om at tjene penge og at undgå kriminalitet, i den anden om kontakten med andre mennesker og kammeratskabet med de andre sælgere, og i den tredje om budskabet, som det at være sælger og Hus Forbi sender.

Det viser sig, at det især er de økonomiske sælgere, der nævner penge og den ekstra indtægt, de sociale sælgere, der nævner kammeratskab og kon-

takt med mennesker, og de politiske sælgere, der nævner budskabet og signalet Hus Forbi sender. Blandt de, der nævner penge, og at de undgår at lave kriminalitet, ses igen en overvægt af misbrugere.

Her er nogle eksempler på, hvad de forskellige sælgertyper har skrevet eller fortalt:

### **Økonomisk sælgertype**

*”Nem og hurtig måde at få penge på. Har du et par aviser, så er der altid lidt.”*

*”Det giver mig økonomisk frihed til bl.a. at rejse, nogle gange at få lidt massage og til at komme til frisør.”*

*”Det gode er, at man kan tjene penge uden at gøre noget kriminelt.”*

### **Social sælgertype**

*”Jeg møder søde og sjove mennesker, og det giver mig selvrespekt.”*

*”Det giver et indhold i livet. Jeg sælger ikke aviser for pengenes skyld, men for den menneskelige kontakt. Jeg kan ikke leve foruden.”*

*”Du får noget at stå op til, mere selvværd og en chance for at tjene til dagen og vejen. Da jeg startede fik, jeg ikke bistand og havde kun mine flasker.”*

### **Politisk sælgertype**

*”Det gode er, at alle får at vide, at der også findes hjemløse her i byen.”*

*”Jeg kommer i kontakt med mennesker, der ikke kender til de hjemløses problemer. Det giver tilfredshed.”*

*”Jeg leverer en god avis til køberne, der handler om hjemløse.”*

### **Blandede sælgertype**

*”Jeg har kundekontakt med folk fra alle samfundslag, en BZ på 15 år, en ældre fin pelsklædt kvinde, Mikkel Warning, Jens Rhode, vi snakker om politik og sjove episoder. Medarbejderne på Hus Forbi er gode folk. Enkelte steder møder man folk, som er nedladende.”*

*”Hus Forbi er hjælp til selvhjælp.”*

## **5.5 Sammenfatning**

Med hensyn til, hvilken betydning salget af Hus Forbi har for sælgerne, er det først og fremmest det, at de kommer i kontakt med andre mennesker, og at de tjener flere penge, der nævnes. Et af formålene med Hus Forbi er, at bladsalget skal fungere som et alternativ til tiggeri og kriminalitet for sælgeren. 40 % oplyser, at det at være sælger betyder, at de laver mindre kriminalitet, og 37 % oplyser, at de tigger mindre.



Generelt set vurderer sælgerne, at de har fået stort udbytte af at sælge avisen. De fleste sælgere nævner 4 eller 5 forskellige ting, hvor deres situation er blevet forbedret, efter at de er blevet sælgere af Hus Forbi.

De forskellige typer af sælgere adskiller sig fra hinanden på en række områder. Det er især de *socialle*, *politiske* og *blandede sælgertyper*, der har fået noget ud af at sælge Hus Forbi, mens den *økonomiske sælgertype* ikke synes, de har fået specielt meget ud af det. Sælgertyperne kan i vid udstrækning genkendes i deres udbytte af salget.

Med hensyn til sælgernes helbred og misbrug tyder meget på, at salget af Hus Forbi har betydet forbedringer for en stor del af sælgerne. Analyserne viser, at især stofmisbrugerne har fået et mindre misbrug og samtidig fået det bedre helbredsmæssigt. Kun ca. 5 % af alle misbrugerne har forøget deres misbrug, efter de er blevet sælgere. Samlet set tyder det altså på, at det at sælge Hus Forbi, og derved tjene lidt flere penge, ikke øger misbruget, men at misbruget stabiliseres eller mindskes for langt de fleste misbrugere.

Meget tyder på, at også især de psykisk syge har gavn af at være sælgere, idet der er forholdsvis flere blandt de psykisk syge, der tilkendegiver, at de har fået det bedre helbredsmæssigt.

Hvis *ikke* de solgte Hus Forbi, så ville 29 % af sælgerne forsøge at finde sig et job, mens 18 % ingenting ville foretage sig. Men et andet alternativ til salg er at begå kriminalitet, og det nævner 24 %. Her er det bemærkelsesværdigt, at 88 % af misbrugerne af narkotika og andet ville begå kriminalitet i stedet for at sælge Hus Forbi.



## 6 Sælgernes deltagelse og fremtidsudsigter

I undersøgelsen er der spurgt ind til sælgernes 'dagligdagsaktiviteter' og til kontakten med den andre sælgere.

### 6.1 Dagligdag og deltagelse

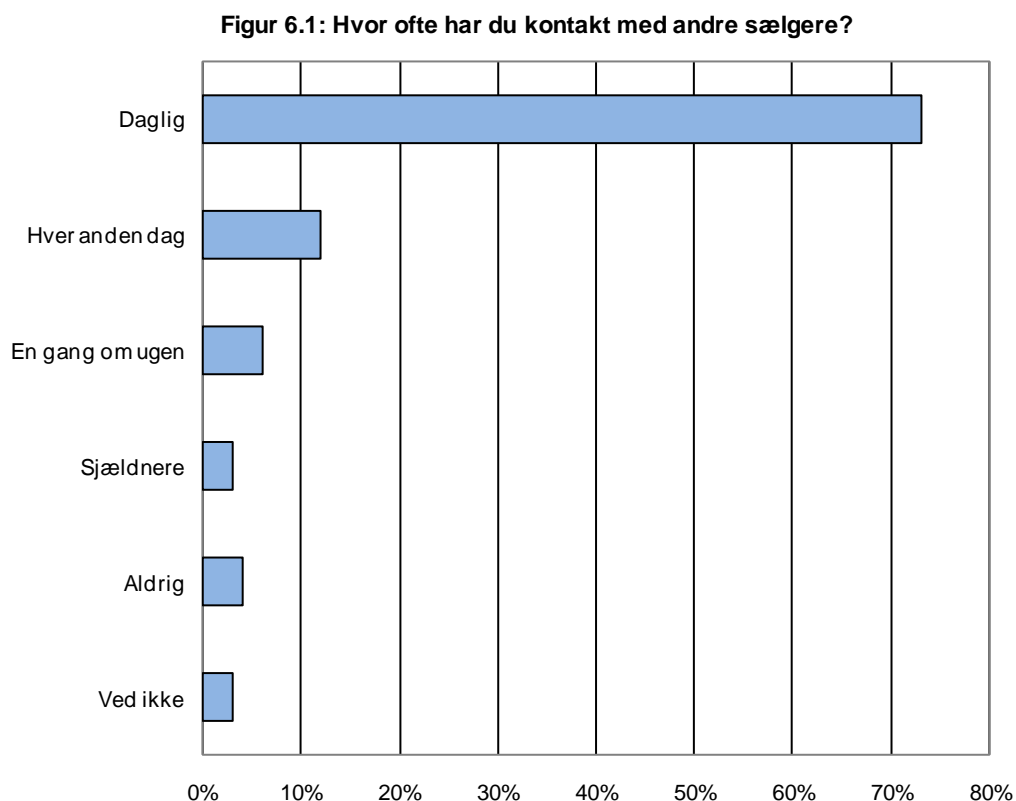
**Tabel 6.1: Hvad laver du, når du ikke sælger Hus Forbi?**

|                | Væresteder | Café<br>værtshus | Bibliotek | Familie<br>venner | Motion<br>sport | Biograf |
|----------------|------------|------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------|
| Daglig .....   | 41 %       | 6 %              | 6 %       | 17 %              | 4 %             | 1 %     |
| Hver uge ..... | 18 %       | 11 %             | 7 %       | 20 %              | 5 %             | 5 %     |
| Sjældnere ...  | 9 %        | 17 %             | 18 %      | 23 %              | 10 %            | 28 %    |
| Aldrig .....   | 11 %       | 34 %             | 37 %      | 12 %              | 46 %            | 33 %    |
| Uoplyst .....  | 22 %       | 32 %             | 32 %      | 27 %              | 36 %            | 33 %    |
| Total .....    | 100 %      | 100 %            | 100 %     | 100 %             | 100 %           | 100 %   |
| N .....        | 197        | 197              | 197       | 197               | 197             | 197     |

Tabel 6.1 viser, at ud over at besøge væresteder og familie og venner, er det meget begrænset, hvad sælgerne foretager sig af dagligdagsaktiviteter. En stor del af sælgerne er sports- og motionsmæssigt inaktive, og kun ganske få går i biografen eller på café eller værtshus. Dette hænger sandsynligvis sammen med deres økonomiske situation, men social isolation eller marginalisering spiller sandsynligvis en stor rolle også. Tallene påvirkes dog af, at ca. en tredjedel er uoplyste. En stor del af disse er dog sandsynligvis heller ikke "aktive", når de ikke sælger aviser.

## 6.2 Kontakt med andre sælgere

Sælgerne er blevet spurgt om, hvor ofte de er i kontakt med andre sælgere.



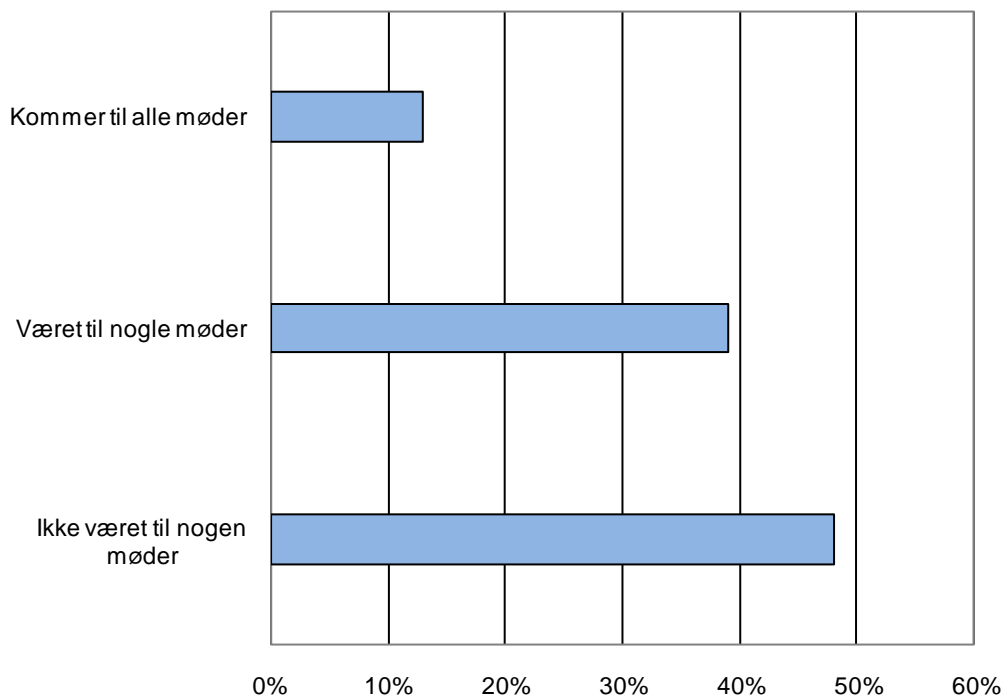
Som det fremgår af figur 6.1 er en stor del af sælgerne dagligt i kontakt med hinanden. Blandt dem, der dagligt er i kontakt med andre sælgere, er det næsten 60 %, der dagligt besøger væresteder. Meget tyder derfor på, at en stor del af kontakten mellem sælgerne foregår på væresteder el.lign.

Sælgerne, som har daglig kontakt, adskiller sig først og fremmest fra hinanden ved, at sælgerne, som har daglig kontakt med andre sælgere, i højere grad er fra København og i højere grad bor i egen bolig. Endvidere viser det sig, at der er relativt flere blandt sælgerne med daglig kontakt, der har dansk oprindelse, ligesom relativt mange har et højt salg, og der er flere, der er misbrugere af narkotika.

### 6.3 Hus Forbi møder

I spørgeskemaet er stillet spørgsmålet, om sælgerne har været til nogen møder om Hus Forbi.

Figur 6.2: Kommer du til møder om Hus Forbi?



Næsten halvdelen af sælgerne har aldrig været til nogen møder om Hus Forbi. Men der er en lille aktiv kerne på 13 %, som kommer til alle møder, og knap 40 %, som kommer til nogle af møderne.

Analyserne viser, at der ikke er store forskelle mellem de sælgere, som kommer til møder om Hus Forbi, og de sælgere, som ikke gør. Det viser sig dog, at der er en større procentdel af flere sælgere fra provinsen end fra København, der aldrig kommer til møderne. 76 % af sælgerne fra provinsen kommer aldrig til møderne, og at det samme kun gør sig gældende for 43 % af sælgerne fra København. Det viser sig endvidere, at der er flere sælgere med en høj salgsaktivitet blandt de sælgere, som kommer til møderne, end blandt dem, der aldrig kommer.

Mere overraskende er det måske, at der ikke er nogen forskel på, hvor ofte de forskellige sælgertyper kommer til møderne. Man kunne have forventet, at der ville være forholdsvis flere blandt både de 'sociale' og de 'politiske' sælgere, der kommer til møderne end blandt de 'økonomiske', men dette er tilsyneladende ikke tilfældet.

## 6.4 Fremtidsudsigter

*”Hus Forbi holder gejsten oppe for mig. Jeg har været nede og kysse pisserenden, og jeg er bange for at bygge noget op igen og miste det hele.”*

*”Jeg vil stoppe med alkohol. Jeg er blevet morfar og kunne rigtig godt tænke mig at kunne tage mit barnebarn med ud at fiske.”*

I undersøgelsen blandt sælgerne er der spurgt ind til, hvad de har planer om i fremtiden. Der er primært 2 spørgsmål, der handler om fremtiden. Det første er spørgsmålet om, hvorvidt de har tænkt sig at fortsætte med at sælge Hus Forbi, og det andet er et åbent spørgsmål, hvor de er blevet bedt om med egne ord at beskrive deres planer for fremtiden.

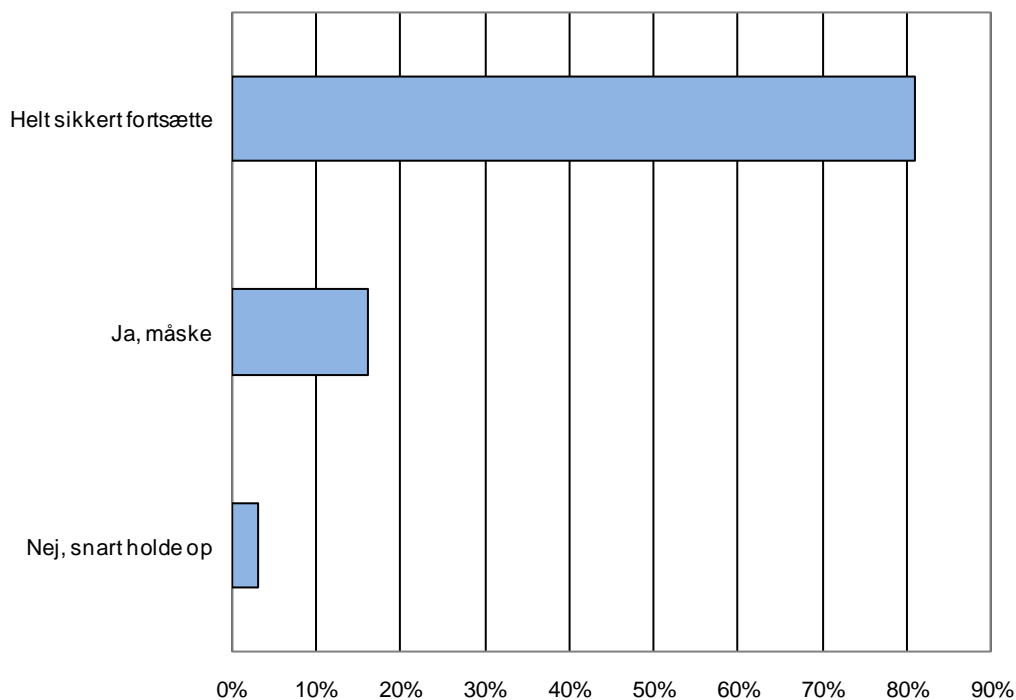
Det er på baggrund af disse spørgsmål muligt at sige noget om sælgernes ønsker for og planer om fremtiden, både på det korte sigt – fortsætte med at sælge eller ej – og på det lidt længere sigt – beskrivelse af planer for fremtiden. Særligt det første spørgsmål siger noget om, hvordan sælgerne har det med at sælge Hus Forbi, mens det andet spørgsmål kan give svar på, om sælgerne overhovedet er i stand til at gøre sig tanker om fremtiden, og hvilket liv de egentlig ønsker at føre. Spørgsmålet kan derfor også i høj grad bruges til at få en fornemmelse af, hvordan sælgerne har det.

### 6.4.1 Fortsætte med at sælge Hus Forbi

*”Mit mål er at komme i skole igen og bagefter får et job og være almindelig lønmodtager. Derfor vil jeg ikke sælge i fremtiden. Hus Forbi er eminent som platform for dette!”*

I følgende figur 6.3 er vist, hvor mange sælgere der har tænkt sig at fortsætte med at sælge avisen.

**Figur 6.3: Har du tænkt dig at fortsætte med at sælge Hus Forbi?**



Figur 6.3 viser, at mere end 80 % af sælgerne har tænkt sig at fortsætte med at sælge avisen, hvilket tyder på, at de fleste sælgere er tilfredse med at være sælgere. Kun 5 % siger, at de snart vil holde op. Der er derfor ingen tvivl om, at langt de fleste sælgere har det godt med at sælge avisen.

I den følgende tabel er vist, hvordan de 4 sælgertyper fordeler sig i forhold til, om de har tænkt sig at fortsætte med at sælge aviser. Som vist ovenfor er det langt de fleste af sælgerne, der helt sikkert eller måske ønsker at fortsætte.

**Tabel 6.2: Sælgertyper fordelt på fortsat salg**

|                        | Økonomisk sælgertype | Social sælgertype | Politisk sælgertype | Blandede sælgertype |
|------------------------|----------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Ja, helt sikkert ..... | 81 %                 | 88 %              | 86 %                | 76 %                |
| Ja, måske .....        | 14 %                 | 4 %               | 14 %                | 24 %                |
| Nej .....              | 6 %                  | 8 %               | 0 %                 | 0 %                 |
| I alt.....             | 100 %                | 100 %             | 100 %               | 100 %               |
| Antal – N.....         | 60                   | 25                | 30                  | 82                  |

Tabel 6.2 viser, at der kun er mindre forskelle mellem sælgertyperne. Blandt de blandede sælgere er der færrest, der er helt sikre på, at de vil fortsætte. Til gengæld er der ingen blandt de blandede, der ikke ønsker at fortsætte. Blandt de 'sociale' er der 88 %, som ønsker at fortsætte, men samtidig er der her 8 %, der ikke vil fortsætte.

## 6.5 Fremtidsplaner

*Min plan er at få min egen lejlighed, så jeg kan få gjort min uddannelse færdig, og så, at mine børn kan komme og besøge mig.”*

*”Jeg ønsker at få mit eget landbrug og at få kæresten og børnene til at komme tilbage.”*

Sælgerne har i et åbent spørgsmål med egne ord kunnet fortælle om deres tanker eller drømme om fremtiden, og tre fjerdedele af sælgere har gjort dette.

En gennemlæsning af svarene viser, at sælgerne i stor stil har et ønske om at bryde med den tilværelse, de fører nu, og drømmer om et mere ”normalt” liv. Fremtidsplanerne eller -ønskerne kredser om de helt traditionelle ting som bolig, job, uddannelse, helbred og sociale relationer. Det handler om at få sig en lejlighed og et job eller en uddannelse, og på denne måde adskiller sælgernes planer og ønsker sig ikke fra det, som alle andre går og drømmer om.

*”Jeg vil forsøge at finde mig en bolig og starte i lære som cykelsmed.”*

Flere giver udtryk for, at de ønsker at vende tilbage til et tidligere job eller erhverv, som de af den ene eller anden grund har måttet forlade og derefter er havnet i hjemløshed eller lignende.

*”Jeg vil gerne være tatovør igen.”*

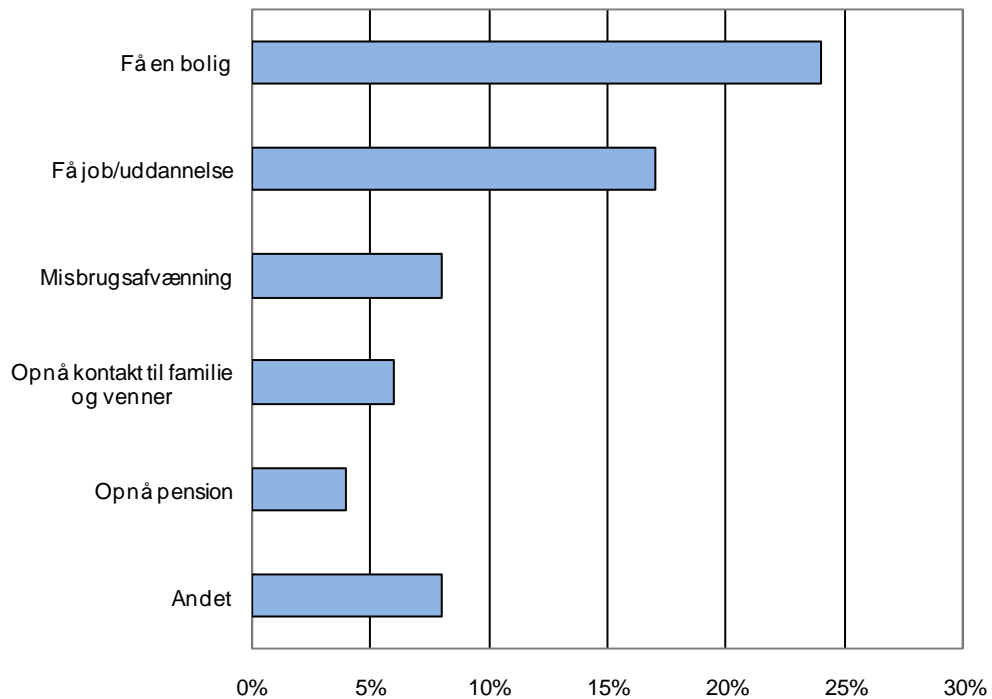
Der er dog en forholdsvis stor gruppe, som giver udtryk for, at de ingen planer har eller ikke ved, hvad deres planer er.

*”Jeg har ikke nogen planer. Som jeg har det nu, har jeg det godt.”*

På baggrund af de svar, sælgerne har givet, er der foretaget en sammentælling, som er vist i nedenstående figur 6.4. Nogle sælgere har oplyst mere end en ”plan”, og i de tilfælde er det den første, der er anvendt.



Figur 6.4: Hvilke fremtidsplaner har du?



Hver fjerde sælger har beskrevet, at deres fremtidsplan er at få en bolig eller få klarhed omkring deres boligsituation. Der er 17 %, som har svaret, at de har plan om at få et job eller påbegynde en uddannelse, og 8 % der har plan om at påbegynde et afvænningsforløb for deres alkohol- og/eller stofmisbrug. Derudover er der en lille gruppe, som nævner, at de gerne vil forsøge (igen) at få kontakt med deres børn og/eller familie eller andre sociale kontakter, de tidligere har haft. Endelig er den en gruppe, hvis planer for fremtiden er kategoriseret som 'andet'. Som eksempler herunder kan nævnes en sælger, som ønsker at blive gøgler og turnere rundt i Danmark, en der ønsker at rejse til Australien, en der blot ønsker at få et godt liv, og en der slet og ret har et ønske om at blive gammel og ældes med ynde.

Hvilke fremtidsplaner har de forskellige sælgertyper?

### ***Den økonomiske sælger***

*"Jeg er fleksibel. Hvis jeg finder et job, er det i orden, men da jeg ikke kan dansk er Hus Forbi ok. Hvis jeg kunne dansk ville jeg finde mig et job."*

*"Mit mål er at skrabe penge sammen."*

Blandt de økonomiske sælgere er det ca. halvdelen, som har afklaring af boligforhold som plan for fremtiden. Når man gennemlæser, hvad de økonomiske sælgere har skrevet eller fortalt til interviewer, handler det me-

get om at få afklaring omkring tilværelsen primært i form af bolig og job, men også om at få styr på misbruget.

Flere af sælgerne har tydeligvis drømme om fremtiden, som er mere eller mindre urealistiske, blandt andet er der en, der drømmer om at få sit eget landbrug og få børnene og kæresten tilbage. En anden drømmer om at blive besøgsven for ældre mennesker. Endelig er der en, der giver udtryk for, at han tager en dag ad gangen.

### ***Den sociale sælger***

*"Min plan er at komme i gang med at spille musik og komme ud af min gæld."*

*"Jeg vil så gerne finde en bolig og blive hjemmegående husmor."*

Blandt de sociale sælgere er der ligeledes en stor gruppe, der i deres fremtidsplaner kredser omkring en afklaring på deres boligsituation, og et udbredt ønske om at finde et job eller komme tilbage til en tidligere arbejdsplads eller et tidligere erhverv. En giver udtryk for, at han ønsker at få en bolig, fordi det er for dyrt at bo på herberg. En anden beskriver, hvordan han drømmer om at komme tilbage på skolebænken og derefter finde sig et job og blive almindelig lønmodtager. Han fortæller, at Hus Forbi kun er en midlertidig platform for ham og føler, at det er eminent at bruge Hus Forbi som springbræt videre. En beskriver, hvordan han gerne vil flytte på landet og opnå førtidspension. En anden drømmer om at rejse til Afrika. Blandt de sociale sælgere er der flere, der giver udtryk for, at de gerne vil spille musik og kunne leve af det.

### ***Den politiske sælger***

*"Jeg har ingen planer. Jeg ser ingen udvej på min boligsituation. Lige så snart man får en adresse, tror de, at man er blevet millionær, og så får man en masse venner (rudekuverter)."*

*"Jeg vil gøre hf færdig og derefter på lærerseminariet. Få min egen bolig og holde mig væk fra stofferne."*

Blandt de politiske sælgere er det også afklaring af boligsituationen, der er mest fremtrædende. Der er blandt de politiske sælgere en forholdsvis stor del, som fortæller direkte, at de ingen planer har for fremtiden, og flere af disse siger samtidig, at de har det godt, som de har det nu. En giver udtryk for, at han ikke ser nogen udvej fra situationen, som den er nu, fordi så snart han finder en bolig, så vælter det ind med rudekuverter! En anden har ingen fremtidsplaner for sig selv, men giver udtryk for, at hans ønske er, at hans børn og børnebørn får et godt liv. Han selv ønsker blot fred og ro. En tredje har som mål at gøre det, han kan lide og komme til at kunne fejre sin 50 års fødselsdag.

### ***Den blandede sælger***

*"Jeg håber, at jeg bliver gammel sammen med min nye kæreste."*

*"Jeg ønsker mig et lykkeligt liv og at kunne være med til at hjælpe andre."*

Den blandede sælger har ligeledes et udbredt ønske om at få egen bolig samt job. Her i blandt er der flere, som giver udtryk for, at de ønsker at blive selvstændige og derved få deres eget, som de selv bestemmer over. En sælger vil gerne starte en genbrugsforretning eller drive virksomhed i andre lande, og en ønsker at blive tandlæge. Andre er mere beskedne og giver udtryk for, at de blot ønsker at *"holde gejsten oppe"* eller *"ikke komme i fængsel"*, og en der slet og ret ønsker at få *"et godt liv"*. Blandt de 'blandede' sælgere findes også nogle stykker, hvis ønsker er i den mere kuriøse ende. Her er en, der ønsker at blive *"astronaut"*, en der ønsker at *"komme ud at fiske"*, og en anden, som ønsker at skabe sig en *"spillekarriere"*.

## **6.6 Opsummering**

Det viser sig, at det er begrænset, hvad sælgerne foretager sig af aktiviteter i dagligdagen. Sælgere besøger ofte væresteder samt familie og venner, men derudover er de passive.

Mange af sælgerne er i daglig kontakt med andre sælgere. Denne kontakt foregår i vid udstrækning på væresteder el.lign. Særligt sælgere fra København og sælgere med egen bolig er i kontakt med de andre sælgere dagligt.

Der er flere sælgere fra København end fra provinsen, som kommer til møderne i Hus Forbi. Møderne afholdes som bekendt i København, og geografien er øjensynligt en stor barriere for at være aktiv i Hus Forbi ud over det at være sælger.

Der er ingen tvivl om, at det at være Hus Forbi sælger på kort sigt har stor betydning for sælgerne, og langt størstedelen tilkendegiver da også, at de ønsker at fortsætte med at være sælgere. Om Hus Forbi på lidt længere sigt har nogen betydning for sælgerne, er det mere vanskeligt at konkludere noget om, men sælgernes tanker om fremtidsplaner og fremtidsdrømme er i høj grad en indikator for, hvad Hus Forbi kan betyde på længere sigt. Tre fjerdedel af sælgerne har faktisk mere eller mindre konkrete fremtidsplaner. En stor del af sælgerne kredser om at få afklaret boligsituationen. Der er også en del, som ønsker at finde et job og ønsker at komme i behandling for deres misbrug. Sælgernes svar giver et klart indtryk af, at de ønsker sig ændringer og forbedringer i deres liv.



## **7 Hus Forbi – fra græsrodsavis til en professionel avis**

### **7.1 Hus Forbi – en brugerorganiseret avis**

Fra avisprojektet Hus Forbi blev etableret til i dag, har en væsentlig del af diskussionerne omkring avisen drejet sig om, hvordan brugerne inddrages og involveres i de forskellige aktiviteter, der er forbundet med at udgive og sælge en avis. Det gælder såvel fra repræsentation og deltagelse i den formelle organisation i form af bestyrelse som deltagelse i de daglige aktiviteter omhandlende redaktion (indholdet i avisen), journalistik (hvem skal skrive i avisen) administration (regnskab, økonomi og administration) samt salg af avisen.

Der har været tale om en turbulent periode, som nærmest kan karakteriseres som en udviklings- og forsøgsperiode omkring et projekt styret af nogle ideer om at skabe et avisprodukt med stor brugerinddragelse og brugerinvolvering. Der har været tale om en trial and error proces, hvor mange ting er blevet afprøvet båret af gode intentioner og ideer, og hvor nogle er lykkedes – andre er mislykkedes.

Projektet har været båret frem af ildsjæle – brugere som ikke-brugere – som har villet projektet, og som har taget stilling til de store linjer, men også selv de mindste ting som har været nødvendige for at udgive en avis. Det gælder de organisatoriske rammer, som blandt andet har betydet, at avisen har haft tilholdssted flere steder, det gælder diskussioner om indholdet, målgruppen for avisen, og hvem der skriver i avisen, og det gælder organiseringen af salg af avisen, og hvem der skal sælge den.

Økonomisk har projektet modtaget støtte fra Socialministeriet indtil 2007 – altså en 10-årsperiode. En støtte som har været af stor betydning for, at projektet har kunnet lykkes. Det har været målsætningen at blive økonomisk selv bærende, hvilket er lykkedes i dag, hvor Hus Forbi er økonomisk selv bærende med et overskud. Fra at udkomme hver tredje måned (4 aviser om året) udkommer avisen nu hver måned (12 gange om året), og fra at være solgt i ca. 10.000 eksemplarer er solgt nu oppe på ca. 70.000 eksemplarer pr. nummer.

Som avis har et af formålene været at få udbredt kendskabet til hjemløse og deres forhold. Det er i høj grad lykkedes med et stigende oplag, stigende salg og en stigende læserskare. Og økonomisk er det lykkedes at blive selv bærende.

Organisatorisk har der været tale om betydelige ændringer gennem perioden. I overskriftform kan man sige, at avisen Hus Forbi har gennemlevet en

periode, hvor den er gået fra en brugerstyret græsrodsorganisering med inddragelse af hjemløse i alle led og samarbejde med professionelle til i dag at være en brugerstyret organisation med en klar opdeling i en redaktion med faglige journalister, en administration med professionelt ansatte og brugerinddragelse af hjemløse primært via sælgerkorpset.

*”Det er først nu, at jeg føler, at vi er optimale på den ledelsesmæssige side af Hus Forbi, altså redaktion, administration og bestyrelse. I dag bliver der solgt så mange aviser, at vi har mulighed for at indgå i en række projekter direkte henvendt til sælgerne. Lige nu er det påklædning. Næste fase kan være at indgå som sociale entreprenører henvendt til målgruppen.”*

Bestyrelsesmedlem og tidligere formand for Hus Forbi

Som omtalt har formålet med Hus Forbi fra starten været at få udgivet en avis, der kunne sætte fokus på og skabe debat om hjemløse – hvilket manglede i de øvrige medier – samt at give hjemløse mulighed for at deltage i salget af avisen og komme til penge som et alternativ til at tigge eller andet.

Disse målsætninger er stort set opretholdt hele perioden igennem og været styrende for aktiviteter og organiseringen af avisen. I dag hedder det i paragraf 2 i vedtægterne for foreningen Hus Forbi, at foreningens formål er:

- At udgive en landsdækkende avis, Hus Forbi, der sælges på gaden af hjemløse og tidligere hjemløse.
- Avisen er først og fremmest de hjemløses talerør til at synliggøre området, skabe debat og sætte fokus på sociale og samfundsmæssige forhold.
- Avisen produceres i samarbejde mellem hjemløse og professionelle.

Foreningen skal bestræbe sig på at gøre avisen økonomisk selv bærende og udgive den mindst 6-12 gange om året.

I det følgende gives et kort historisk rids af udviklingen fra en græsrodsorganiseret avis til en professionel avis.

## **7.2 Græsrodsavis**

Avisen Hus Forbi blev til på initiativ af en række institutionsledere og organisationsfolk inden for hjemløseområdet og stærkt inspireret af gadeavisen Big Issue i London. Første nummer af avisen kom på gaden i 1996 i anledning af FN's internationale fattigdomsår og Kulturby 96, København, og blev udført i et samarbejde imellem hjemløse, tidligere hjemløse og journalister.

Det første nummer blev vel modtaget, og det blev besluttet på et opfølgende evalueringsmøde at fortsætte avisen. Derefter blev Hus Forbi som forening dannet i 1997.

Der blev fra starten lagt vægt på en brugerstyret avis. Avisen blev ledet af en bestyrelse, hvor hjemløse og tidligere hjemløse udgjorde majoriteten, ligesom de udgjorde majoriteten i redaktionsgruppen. Avisen tilknytter en freelance- redaktør og modtager støtte fra Socialministeriet.

Formålet med avisen var fra starten tosidigt. På den ene side at være med til at skabe debat og dialog om hjemløse og andre socialt udstødte, som ellers ikke så ofte kommer til orde i medierne, på den anden side at give de hjemløse mulighed for at deltage i en aktivitet og ved at sælge avisen tjene penge.

Hus Forbi var at betragte som en græsrodsorganisation og i høj grad brugerstyret. Arbejdet blev drevet frem af ildsjæle, som gerne ville lave en avis, der fortalte om de hjemløse, fordi der ikke var andre aviser, som skrev om de hjemløses forhold, og samtidig en avis, som de hjemløse kunne sælge. Den pædagogiske del fyldte meget med henblik på at inddrage de hjemløse i arbejdet omkring avisen og ambitionen om at få de hjemløse til at bidrage med artikler til avisen. En avis om hjemløse, skrevet af journalister og hjemløse.

Avisen havde ingen faste lokaler. Redaktionsmøderne, som blev holdt cirka en gang om måneden, blev afholdt på Kofoeds Skole eller på Sundholm. Arbejdsdelingen i Hus Forbi bar i starten præg af tilfældighed ved, at de, der lige havde tid til at løse de forskellige opgaver, gjorde det. Kofoeds Skole tog sig af administrationen.

*”Det var ildsjæle, der drev avisen. I dag er det mere professionelle elever ansatte.”*

Medlem af SAND

Der blev talt om at få udbredt avisen, men det gik langsomt. Pengedelen fyldte ikke så meget. Der blev solgt 10.000-15.000 aviser hver 3. måned. Der var en håndfuld sælgere i København og nogle i Århus, som var aktive, og alle var kendte i hjemløsemiljøet. Det var et godt produkt, men det var begrænset, hvor mange aviser der blev solgt. I 1999 udkom dog 4 numre af Hus Forbi mod 3 numre i de tidligere år.

### **7.3 Brugersorganisering af sælgerne**

Det er først, da Hus Forbi i 2000 flytter til Hjemløsehuset, at projektet fænger mere. Den daværende redaktør var drivkræften bag flytningen til lokaler i Hjemløsehuset og tog sig af netop de ting, ingen andre (særligt de hjemløse) kunne finde ud af. Der blev arbejdet mere systematisk. Ud over de månedlige redaktionsmøder blev der afholdt halvårslige møder, hvor man forsøgte at tænke i temaer og planlægge et par numre frem.

Der havde været forsøg med at få kontakt til potentielle distributører forskellige steder i landet. Problemet var, at der ikke var hjemløse nok, der ville sælge aviser. Det lykkedes dog med en ihærdig indsats at få sat gang i at skaffe flere sælgere med bl.a. sælgerklubber og sociale arrangementer. I 2002 er avisen på 16 sider og har et oplag på ca. 20.000 og udkommer 6 gange om året.

Samarbejdet mellem professionelle og hjemløse var imidlertid fra starten vanskeligt. Der var en god energi og vilje, men rent praktisk var der til tider vanskeligheder i kommunikationen og med at forstå hinanden og med at holde kontakt og aftaler. Med flytningen til Hjemløsehuset og nye ildsjæle blev der sat en række initiativer i gang på hjemløseområdet. Der var tale om en turbulent periode, hvor den ideologiske del fyldte meget. Der blev taget kontakt til freelancejournalister for at få skrevet artiklerne, og der blev etableret en redaktionsgruppe, som stod for at producere avisen.

Ved at samle hjemløseaktiviteterne i De Hjemløses Hus fik de hjemløse en større stemme; gennem SAND, i bestyrelsen, på boformerne og en mere politisk bevågenhed gjorde, at de fik mere indflydelse, men dog ikke i det redaktionelle arbejde.

De Hjemløses Hus blev samtidig et af de centrale steder for udlevering af aviser til sælgerne. Dette betød, at sælgerskaren voksede. Det væltede ind med mennesker dagen lang, og en del af motivet for at flytte ind på Tornebuskegade var at få mere arbejdsro, om end noget af trafikken fortsatte.

Det var også baggrunden for, at der blev taget initiativ til at få mere styr på sælgerkorpset, og hvem der skulle være sælgere. Der var en række organisatoriske problemer i starten, som hovedsageligt handlede om selve udleveringen af sælgerkort og indførelsen af sælgerkontrakter.

## **7.4 Omstilling til professionel avis**

Kombinationen af forskellige aktiviteter bl.a. gedefodbold for hjemløse, større opmærksomhed omkring avisen og flere sælgere betød, at der i årene fra 2003 til 2005 skete en voldsom stigning i salget af avisen.

I 2004 får avisen ny redaktør. Han afskaffer redaktionsforummet, og der bliver lagt vægt på at deltage i en række hjemløseaktiviteter, som rakte ud over avisen med inddragelse af de hjemløse. Til gengæld udvidede man skaren af freelancere. Med denne omlægning blev kimen lagt til en mere professionel avis. Med den nye redaktør kunne man sige, at brugerdelen i forhold til den redaktionelle side af avisen med få undtagelser var ude af billedet.



Man led dog i de første år under dårlig økonomi. Meget af avisen var i de første år gratis stof, fordi avisen blev produceret af de hjemløse ud fra ikke blot økonomiske hensyn, men også moralske hensyn om, at avisen var de hjemløses avis.

I de følgende år bliver avisen imidlertid solgt i større oplag, og i 2006 udkommer avisen for første gang en gang om måneden. Der bliver behov for at få mere styr på organisationen. Der kommer flere sælgere til, sælgerkort og sælgerkontrakter bliver indført, det planlægges at flytte til nye lokaler, og der ønskes bedre arbejdsforhold for de ansatte.

Der ansættes en ny salgsmedarbejder. Hus Forbi tager langsomt en drejning mod en organisering med en mere fast struktur, og tilgangen til opgaverne bliver i det hele taget mere professionel.

Den nye salgsmedarbejder får indført sælgermøder med henblik på at skabe et netværk blandt brugerne og en organisation, hvor der er plads til sælgerne. Der etableres forhold, der kendetegner en ”normal” arbejdsplads med kollegialt samvær, julefrokoster, firmagaver, merchandise etc. På den måde udfyldes det tomrum, som har efterladt sig i forhold til brugerne.

*”Hus Forbi er blevet en slags arbejdsplads for sælgerne. Der er en enorm identifikation i at være Hus Forbi sælger – udover at de selvfølgelig tjener penge. Det vigtige er også, at arbejdet sker på brugerne præmisser. Man kan stå op, når man vil, og arbejde, når man har lyst, energi og ressourcer til at gå ud og sælge.”*

Tidligere formand for bestyrelsen

Ved udgangen af 2006 bliver der ansat en ny redaktør, som arbejder mere målbevidst på at give avisen et professionelt tilsnit med vægt på kvalitet i artiklerne. Målgruppen for avisen er fortsat borgerne, og der er tale om en avis med et indhold og tilgang, som ikke er for, men om hjemløse.

Der bliver også lagt vægt på at professionalisere avisen redaktionelt set: Prioritere layout, typerne af historier, arbejde med de enkelte freelancere, der skriver etc. Der er udarbejdet en skabelon for hver avis: Hvad er det for nogle typer af historier, der skal være? – et fast miks pr. blad. Samtidig bruges der flere freelancejournalister.

Avisen har i dag en redaktion og administration med fagligt ansatte personer, hvor der er tale om en klar opdeling tydeliggjort ved den fysiske opdeling med redaktionen i Tornebuskegade og administrationen placeret i Hjemløsehuset. Administrationen tager sig af sælgerne, og brugerinddragelsen af hjemløse sker primært via sælgerkorpset. Der afholdes månedlige redaktionsmøder, hvor der evalueres og planlægges, og månedlige statusmøder mellem administration og redaktion, ligesom der afholdes månedlige sælgermøder i Hjemløsehuset med deltagelse fra administrationen.

I redaktionsmøderne deltager ofte 2 brugere – som er tidligere hjemløse, mens der til sælgermøderne kan være mellem 20 til 40 brugere. For at knytte kontakten mellem redaktionen og brugerne deltager en fra redaktionen nu og fremover i de månedlige sælgermøder.

## **7.5 Brugerorganisering – hvordan?**

Med udviklingen af en professionel avis kan man med rette spørge, hvordan det så er med brugerorganiseringen i dag. Den øgede professionalisering af redaktionsarbejdet og administrationen har betydet, at samarbejdet mellem de professionelle og de hjemløse har skiftet karakter, og brugerorganiseringen er i dag koncentreret om inddragelse af de hjemløse som sælgere af Hus Forbi.

På trods af disse ændringer er foreningen fortsat ledet af en bestyrelse, hvor de hjemløse via deres hjemløseorganiseringer i dag har flertal i bestyrelsen, og derfor formelt er brugerstyret.

I de næste kapitler vil vi først sætte fokus på bestyrelsesarbejdet og brugerstyret i Hus Forbi, hvorefter vi efterfølgende vil se nærmere på den nuværende brugerorganisering med brugerinddragelse af sælgerne, og se nærmere på, hvorvidt der er tale om en brugerindflydelse.

## 8 Bestyrelsen – brugerstyring

### 8.1 Bestyrelsen for foreningen Hus Forbi

Hus Forbi har fra starten været karakteriseret ved stor grad af brugerindflydelse og med vægt på et brugerperspektiv. Hvad angår brugerindflydelse kan der opstilles et kontinuum, der spænder fra meget ringe indflydelse til reel kompetence og ansvar. Det går fra brugerdeltagelse over brugerinddragelse, brugerindflydelse til egentlig brugerstyring.

I forhold til foreningen Hus Forbi kan man sige, at der i relation til bestyrelsen for foreningen er tale om brugerstyring, idet der blandt de 7 bestyrelsesmedlemmer indstilles et medlem af ”Sammenslutningen af boformer”, og 3 medlemmer indstilles af Sammenslutningen af nærudvalg i Danmarks bestyrelse, SANDs bestyrelse. Derudover indstilles et medlem af de ansatte, et medlem vælges på generalforsamlingen, og et medlem udpeges af den afgående bestyrelse. Der har udviklet sig en tradition for, at sidstnævnte bestyrelsesmedlem har indsigt i bladdrift.

Der er tale om en brugerorganisation på den måde, at alle sælgere pr. automatik er medlemmer af foreningen og derfor har lov til at møde op til generalforsamlingen og til sælgermøderne. Det gør de imidlertid ikke alle sammen. Der er tale om et varierende fremmøde til generalforsamlingerne. Den seneste generalforsamling, hvor der var valg til bestyrelsen, var der 16 stemmeberettigede. På den måde kan man ikke tale om nogen stor form for brugerdeltagelse.

*”Ud af de i alt 5-6 generalforsamlinger jeg har været til, har der til den bedste generalforsamling været ca. 40 brugere, og til den dårligste har der været 14 brugere.”*

Tidligere formand for bestyrelsen

De hjemløse er inddraget i bestyrelsesarbejdet og dermed inddraget i beslutningerne angående avisens drift og vilkår. Spørgsmålet er imidlertid, på hvilken måde denne formelle brugerstyring kommer til udtryk i praksis, og i hvilket omfang der er tale om brugerindflydelse.

### 8.2 Brugerstyring – fra et brugerorienteret til et professionelt Hus Forbi

Historisk har det været sådan, at formanden for bestyrelsen frem til 2004 kom fra de hjemløses miljøer. I starten af foreningen Hus Forbis historie kan man betegne Hus Forbi som en græsrodsorganisation med udbredt brugerstyring og med en formand, der var bruger. Arbejdet var drevet af ildsjæle og ikke præget af den store planlægning, og bestyrelsen havde på

grund af størrelse og sammensætning svært ved at gennemføre beslutninger. Sælgerne var en fast kreds af hjemløse.

Bestyrelsen var sammensat af hjemløse fra forskellige dele af hjemløsemiljøet og med forskellige interesser. Bestyrelsens arbejde var præget af mange diskussioner, ofte iblandet personfnidder, og hvor enkelte medlemmer i højere grad var optaget af at varetage egne interesser. Der var fx ikke meget hjælp at hente fra bestyrelsens side angående rekruttering af sælgere. Fremmødefrekvensen til bestyrelsesmøderne var meget varierende, og der blev efterlyst struktur i bestyrelsesarbejdet.

Der var en redaktionsgruppe, som stod for produktion af avisen, som udkom 3-4 gange om året, og større beslutninger blev som regel truffet uden for bestyrelsen og på initiativ fra fx redaktionsgruppen eller administrationen. I bestyrelsen manglede man personer, som havde forstand på, hvordan man laver avis. Der manglede i det hele taget professionel og strategisk planlægning.

*”Dengang ville man gerne signalere, at man var en avis for hjemløse, hvorfor det var meget vigtigt, at man havde en formand, der var hjemløs. Der var ikke de store forestillinger om målgrupper blandt læserne. De var samlet under et: Omverdenen, hvad enten de var almindelige mennesker eller politikere. Det var ikke så funktionsopdelt som i dag. Der var der mere det der, at vi var et team, der arbejder sammen.”*

Medlem af SAND

De manglende erfaringer i bestyrelsen omkring bladdrift resulterede i, at selve arbejdet i Hus Forbi blev præget af tilfældigheder, og hvor de personer, der lige havde tid til at løse de forskellige opgaver, gjorde det.

En af de mærkbare konsekvenser for selve udgivelsen af avisen var, at deadlines ikke blev overholdt, hvormed sælgerne ikke kunne være sikre på, hvornår de havde en avis at sælge.

Det, at Hus Forbi fra omkring 2003/2004 begynder at udkomme flere gange, og oplaget og salget for hvert enkelt nummer stiger, tydeliggør 2 væsentlige behov: Dels at der kom folk i bestyrelsen, som havde forstand på at drive en avis, dels at der blev styr på en række organisatoriske og økonomiske forhold. Bestyrelsen blev et vigtigt omdrejningspunkt for et velfungerende Hus Forbi.

I erkendelsen af behovet for at få inddraget personer, som vidste noget om at drive en avis, blev Finn Ellegaard (fra avisen Ny Notat) den første bladmand i bestyrelsen. I dag sidder Bo Maltesen (fra Politiken) som faglig bladmand i bestyrelsen.

Da sælgerne bliver mere organiserede, og salgstallet for avisen vokser, bliver der et større og større behov for få orden på arbejdet i bestyrelsen og i forholdet til de ansatte.

I foråret 2004 vælges forstander Robert Olsen fra Mændenes Hjem som formand for bestyrelsen. Robert Olsen havde forinden fungeret som menigt bestyrelsesmedlem. Dermed var formanden for bestyrelsen ikke længere en hjemløs eller tidligere hjemløs. (I dag er Dieter Sebelin, forstander på Skjoldbo, formand for bestyrelsen).

Under Robert Olsen kom der først og fremmest styr på en række formelle forhold såsom kontrakter i forhold til ansatte, husleje, samarbejde med Hjemløsehuset, indførelse af medarbejderudviklingssamtaler etc. Samtidig blev der vedtaget nye vedtægter (2005), hvor antallet af bestyrelsesmedlemmer blev reduceret fra 9 til 7 medlemmer, og det bliver bestemt, at hjemløseorganisationen SANDs bestyrelse indstiller 3 personer til bestyrelsen. Rammerne for en professionel avis med fornuftig avisdrift blev etableret.

Samtidig blev bestyrelsesarbejdet effektiviseret ved, at referaterne fra de enkelte møder blev sat i system, og at der i højere grad blev fulgt op på, at bestyrelsens beslutninger blev ført ud i livet.

I 2006 udvidede Hus Forbi antallet af aviser til 12 numre om året, hvilket udover at øge arbejdspresset på redaktionen, medførte, at bestyrelsen skulle tage stilling til organiseringen af sælgerne i forhold til:

- Hvilken status sælgerne skulle have?
- Hvor meget sælgerne skulle kontrolleres?

Der bliver fx indført sælgerkort de fleste steder, og der skal være tale om en sælgerkontrakt.

I forbindelse med, at der i løbet af 2003 for første gang i Hus Forbis historie kommer et økonomisk overskud, anlægger bestyrelsen en afventende holdning og træffer 3 principielle beslutninger:

- at overskuddet på daværende tidspunkt ikke skulle bruges på projekter uden for Hus Forbi
- at avisen skulle udvikles, og kvaliteten forbedres
- at den fysiske placering af Hus Forbis administration og redaktion skulle være uden for Hjemløsehuset, hvor Hus Forbi havde holdt til siden 2000.

I samme periode er der på baggrund af det økonomiske overskud diskussioner om, hvorvidt foreningen Hus Forbi skal være en fond. Dette afvises af bestyrelsen, da Hus Forbi først og fremmest bliver set som et brugerprojekt, hvilket ikke ville kunne harmonere med en fond styret af professionelle. Fondstanken ville sætte spørgsmålstegn ved Hus Forbis troværdighed. Der-

med var der nået en slags øvre grænse for, hvor professionelt Hus Forbi kunne være.

### 8.3 Brugerne i bestyrelsen

Hvad angår brugerne i bestyrelsen er der forskellige erfaringer. Nogle brugere har været meget engagerede, men er af forskellige årsager forsvundet væk igen. Udbrændthed nævnes som en forklaring. Selvom brugerne har det med at blive ”vældig” engagerede og ansvarsfulde og dermed udvise stabilitet, så er der erfaring for, at nogle overbelaster sig selv.

I forbindelse med flytningen fra Hjemløsehuset til Tornebuskegade påvirkes bestyrelsesarbejdet af, at nogle af SANDs brugere ikke møder til bestyrelsesmøderne. Efter en række debatter i SANDs bestyrelse bliver der i højere grad lagt vægt på at indstille medlemmer, som er mødestærke, og som tager bestyrelsesarbejdet alvorligt. Det bliver tilkendegivet, at lyst og interesse i højere grad skal tilgodeses, og selvom der er tradition for, at det er bestyrelsesmedlemmer af SAND, som også sidder i Hus Forbi, er man enige om, at det i princippet kan være andre. Siden da har de af SAND udpegede bestyrelsesmedlemmer siddet meget stabilt.

*”De sidste 2 år har brugerne taget deres ansvar vældigt alvorligt.”*  
Medlem af SAND

SANDs repræsentanter både medlemmer og suppleanter i Hus Forbis bestyrelse deltager i møderne.

*”Suppleanter har ingen problemer i forhold til bestyrelsesmedlemmer. Vi er inviteret til de samme ting, og vi deltager i de samme ting. Det er jo kun stemmeretten, der er forskellen.”*  
Bestyrelsesmedlem

Stemmeretten er dog sjældent i spil i bestyrelsesarbejdet. Der er stærke bestræbelser på, at man snakker sig frem til enighed. Er der uenigheder eller forskellige opfattelser, bliver punktet taget op på det kommende møde.

*”Det er meget sjældent, vi stemmer. De aftaler, der bliver lavet, bliver mere eller mindre lavet i forening. Det er meget sjældent, at vi er ude i stemmeregler og sådan noget. Er der ikke klarhed eller forskellige opfattelser, beslutter vi ikke noget. Enten bliver det droppet, eller det tages op på næste bestyrelsesmøde.”*  
Bestyrelsesmedlem

Inden for det sidste halve års tid er der en række emner, der har været fokus på:

- Udflytning af administration og navnlig salgsdel til Hjemløsehuset.
- Sælgere med østeuropæisk baggrund.
- Hus Forbis udseende udadtil på gadeplan.
- Økonomi, budgetter og regnskaber.

Repræsentanterne for SAND holder ikke formøder med henblik på at stå mere samlet på bestyrelsesmøderne i Hus Forbi og dermed gøre brug af den relative stemmemajoritet, SAND har. På SANDs bestyrelsesmøder bliver Hus Forbi taget op med mellemrum.

SANDs repræsentanter opfatter sig som tilstrækkeligt kvalificerede til at deltage i bestyrelsesmøderne i forhold til de professionelle medlemmer af bestyrelsen. Der er i bestyrelsesarbejdet lagt vægt på, at fremlæggelse af regnskaber og budgetter foregår på en gennemskuelig måde, så alle har mulighed for indsigt.

Men hensyn til brugerindflydelse og brugerstyring ser SANDs repræsentanter klart bestyrelsen som brugerstyret:

*"Hus Forbi er brugerstyret. Det er den jo i kraft af, at vi er så mange, der er tæt på brugerniveau."*

Tidligere formand for bestyrelsen

På den anden side er det mere uklart, i hvilket omfang de som medlemmer af bestyrelsen har indflydelse og gennemslagskraft. I og med, at der skal tages stilling til mange komplicerede sager, føler de som medlemmer til tider, at der bliver truffet beslutninger hen over hovedet på dem.

*"Bestyrelsesarbejdet er blevet mere topstyret. Det er meget formanden og den bladkyndige i bestyrelsen, der kører med klatten. Det kan man ikke undgå at lægge mærke til. Men det kan da også være, at det er det, der skal til. Men hvis man er fræk og modig, kan man godt komme igennem med nogle ting."*

Bestyrelsesmedlem

I relation til tankerne om, at avisen skal produceres i et samarbejde mellem hjemløse og professionelle og være de hjemløses talerør, er det opfattelsen, at det er de professionelle, som er drivkraften, og at det er så som så med brugerindflydelsen.

*"Det daglige bliver jo varetaget af professionelle redaktører og journalister, og dem der vant til sådan noget. Det er ikke så meget, vi har af indflydelse på det redaktionelle. Og det kan jeg da godt savne, at vi kunne få lov til at påpege nogle ting, der kunne blive undersøgt eller blive skrevet om."*

Bestyrelsesmedlem

## **8.4 Forholdet mellem bestyrelse og redaktion**

Ifølge vedtægterne bliver redaktøren af Hus Forbi udpeget og ansat af bestyrelsen. Samtidig hedder det, at redaktøren fungerer som sekretær for bestyrelsen. I følge funktionsbeskrivelserne for organisationen er det bestyrelsen, som fastlægger de overordnede retningslinjer for drift og den redaktionelle linje.

Bestyrelsen blander sig ikke i redaktionen af avisen. Det redaktionelle indhold for de enkelte numre fastlægges på redaktionsmøderne som ledes af redaktøren. Det er redaktøren, der bærer ansvaret for, at indholdet i de enkelte artikler lever op til en etisk og journalistisk standard, og derfor træffer de endelige beslutninger i forhold til indholdet.

I takt med, at kravene til produktion og indhold, deadlines etc. stiger, har der været tale om en professionalisering, som brugerne med få undtagelser har haft vanskeligheder med at leve op til, hvorfor de allerede for en del år siden langsomt gled bort fra det redaktionelle arbejde.

*”Hus Forbi er ikke længere det, man var engang, hvor de hjemløse havde et medie, og hvor de hjemløse selv kunne skrive om, hvordan de så hjemløseproblematikken.”*

Medlem af SAND

I dag er redaktionsmøderne åbne, og det vil sige såvel for brugerne som bestyrelsesmedlemmerne. Det er dog få brugere – primært 2 tidligere hjemløse, som bidrager med artikler til avisen – som deltager i redaktionsmøderne. Derudover deltager ansatte journalister og en række freelance journalister.

Selvom der er enighed om den overordnede redaktionelle linje, har der altid været diskussioner om fx vægtningen af indholdet i avisen, avisens forside og avisens kritiske linje. Hus Forbi skal mange ting på en gang, sætte fokus på de hjemløse, være dagsordenssættende, være kritiske, have gode fortællinger/historier etc. Der har til stadighed været diskussioner om, hvad der skal være Hus Forbis særkende.

Der har været perioder med stor enighed i bestyrelsen og i forhold til redaktøren, ligesom der har været konkrete diskussioner, hvor fx SANDs repræsentanter har været kritiske overfor den redaktionelle linje.



## 9 Brugerorganisering

### 9.1 Hus Forbi – brugerorganisering

Hus Forbi er en brugerorganisation, som fra starten er præget af et engagement fra mange forskellige brugere med forskellige ideer og holdninger. Initiativerne var indimellem præget af tilfældigheder, og der var ikke styr på organisationen. Der var stort behov for at få organiseret brugernes ideer, og at ideerne blev omsat til beslutninger.

I begyndelsen var det opfattelsen, at de hjemløse skulle være med til både at sælge og producere avisen. Der blev derfor brugt meget energi på at få de hjemløse til at skrive i avisen. Som konsekvens af dette bestod redaktionsgruppen i de første par år primært af hjemløse. Det var en ambition fra de professionelles side at lære de hjemløse at blive 'journalister' gennem workshops, skrivekurser, følordninger etc. Det viste sig imidlertid sværere end som så og kom aldrig rigtigt til at fungere, og de hjemløse blev aldrig en reel del af dem, der skrev artikler.

Hvad der derimod fungerede var redaktionsmøderne.

*"De levede i virkeligheden, og de hjemløse vidste, hvad der rørte sig. De var fantastiske, når vi "brainstormede" og var til stor hjælp, når der var brug for at finde frem til de personer, der skulle sætte ansigter på historierne. Der var nogle få stabile medlemmer af redaktionsgruppen, men der var flere, der blot kom ind og ud. Alle kunne i princippet være med."*

Tidligere journalist på Hus Forbi

Der var nogle få aktive, der holdt ud i mange år. Det var tilsyneladende de samme, der også var med i SAND. Det var meget sjældent eller næsten aldrig de gadehjemløse, der var en del af redaktionsgruppen. De hjemløse hørte om redaktionsgruppen gennem opslag og foldere på fx herberg og gennem beboerråd. Herigennem blev de hjemløse opfordret til at indsende materiale til avisen.

*"Dengang ville man gerne signalere, at man var en avis for hjemløse, hvorfor det var meget vigtigt, fx at man havde en formand, der var hjemløs. Der var ikke de store forestillinger om målgrupper blandt læserne. De var samlet under et: omverdenen, hvad enten de var almindelige mennesker eller politikere."*

Medlem af SAND

Fra omkring 2003/2004 sker der efterhånden en begyndende professionalisering af redaktionsgruppen. Erkendelsen af vanskelighederne med at de hjemløse kan bidrage til avisen betyder, at der lægges større vægt på at inddrage de hjemløse i salget af avisen og styrke netværket blandt sælgerne i

form af sælgerkurser frem for på skrivekurser. Der skete en glidende adskillelse af redaktionsgruppen og sælgerkorpset.

Da Hus Forbi var en del af Hjemløsehuset og fortsat havde kontakt til hjemløseområdet, var det ikke noget problem for redaktionen. Det var det praktiske med at få nok folk til at sælge avisen, der var det sværeste. Det blev på et tidspunkt diskuteret, om man skulle lade andre grupper (fx spejdere, studerende eller førtidspensionister) sælge avisen, hvis bare man fastholdt formålet med avisen – at oplyse om hjemløse. Det er dog aldrig blevet tilfældet.

## 9.2 Brugerinddragelse – sælgermøder

I forhold til Hus Forbi kan man stille spørgsmålet, hvem det er, der er brugerne? Er det de hjemløse, eller er det netop sælgerne? Alle sælgere er pr. automatik medlem af foreningen Hus Forbi, og som sådan kan man tale om en brugerorganisering. Sælgerne har således lov til at møde op til generalformsamlingen og til sælgermøderne.

I forhold til avisen Hus Forbi er det klart opfattelsen i dag, at sælgerne er de ”rigtige” brugere af Hus Forbi, idet det er dem, som udbreder avisen til hr. og fru Danmark. De bliver inddraget gennem salg af avisen og får deres stemme hørt gennem sælgermøderne. Det er den reelle brugerinddragelse, som den finder sted i dag.

I takt med denne opfattelse har man fra bestyrelsens side i højere grad ønsket at gøre noget for sælgerne og bestræbe sig på at give sælgerne nogle forhold, der gør det attraktivt at være sælger. Et af argumenterne har været, at sælgerne ikke skulle føle sig ydmyget og forlegne over at være sælgere. Man skulle være mere end ’blot at være hjemløs’, man skulle være ’Hus Forbi sælger’.

Der afholdes sælgermøde en gang om måneden i Hjemløsehuset. For at tiltrække sælgerne til sælgermøderne får hver sælger 3 aviser, når de møder op. Der er en større gruppe af sælgere, der møder op til sælgermøderne. Her gives der informationer om salg, og der tages forskellige ting op i forhold til salg af avisen, ligesom sælgerne kan fremkomme med ting, de er utilfredse med eller ønsker belyst. Typisk er der snak om bonusordning. Stort salg/oplag udløser bonus i form af aviser til alle sælgere. Der gives besked til distributørerne, og det er for nuværende kun et begrænset antal steder (4), hvor bonusaviserne kan hentes.

Sælgermøderne bliver også brugt til at inddrage de diskussioner, der er på gaden internt blandt sælgerne og i forhold til Hus Forbi. På den måde bliver en del problemer taget i opløbet. De gælder også i forhold til indholdet i avisen, hvor administrationen kan lade det gå videre til redaktionen.

Sælgerne har ikke indflydelse på indholdet af avisen. Der er stort set kun nogle få tidligere hjemløse, der kommer til det månedlige redaktionsmøde, hvor der evalueres og planlægges.

Hvad angår forholdet mellem redaktionen og de hjemløse, lægges der vægt på, at avisen skal kunne læses af hr. og fru Danmark, og skal informere om hjemløse og deres vilkår og ikke kun omhandle hjemløse. Artiklerne skal have et professionelt tilsnit. På den anden side er det vigtigt, at redaktionsgruppen er i kontakt med de hjemløse, og det er da også oplagt, at redaktionsgruppen ikke ville være kommet frem til de historier, de bringer, hvis ikke der kom indspark fra de hjemløse i redaktionsgruppen eller andre hjemløse fra gaden og det netværk, som er mellem redaktionen og hjemløsemiljøerne.

I forhold til at inddrage hjemløse i arbejdet omkring avisen er der en klar erkendelse af, at de hjemløse er forskellige. Man skal holde sig for øje, at det ikke er alle hjemløse, der kan inddrages og i alle funktioner. Det er erfaringen, at de ofte skifter rolle, når de ligesom kommer på den anden side af disken i forhold til de andre hjemløse. Man skal derfor tilpasse opgaver og funktioner, som man på forhånd har en formodning om, de kan mestre, da de er sårbare over for nederlag.

Med henblik på at vedligeholde kontakten til de hjemløse vil en fra redaktionen fremover deltage i sælgermøderne. Dermed får sælgerne også mulighed for en jævnlig kontakt med redaktionen, nu hvor der i foråret 2008 er sket en fysisk adskillelse mellem redaktionen i Tornebuskegade og administrationen i Hjemløsehuset.

Der kommer ikke mange sælgere på generalforsamlingen (et par stykker), så man kan ikke sige, at sælgerne blander sig i, hvordan Hus Forbi skal køres. Det handler også om, at mange sælgere ikke lige kan huske, hvad dag der er møde. Det er typisk de mere engagerede, der kommer, og som ikke er for påvirkede den dag, der er møde. På den sidste generalforsamling havde den ansatte salgsmedarbejder noget, han gerne ville have gennemført, og så kom der en del til generalforsamlingen.

Hvad angår inddragelse i opgaver i forhold til avisen ud over sælgeropgaverne, er der i dag tale om en brugerinddragelse, som i højere grad er rettet mod enkeltpersoner. Det er en succes, når Hus Forbi ”opdager” hjemløse med ekstra ressourcer, som kan inddrages i Hus Forbi. Her er inddragelse af en tidligere hjemløs som salgsmedarbejder et rigtigt godt eksempel. Der er således større fokus på de enkelte brugeres ressourcer. Det gælder fx, når man støder på hjemløse, hvor man kan se nogle kompetencer eller talenter, at der så er en opmærksomhed omkring at forsøge at skubbe vedkommende i retning af Hus Forbi, SAND eller andet som springbræt. Forbindelsen mellem Hus Forbi og SAND giver gode muligheder for de hjemløse, hvis

de ellers kan komme på de kurser, så de kan få udviklet deres kompetencer eller talenter og blive andet end ”bare at være hjemløs”.

### 9.3 Hus Forbi – sælgeraktivitet

Hus Forbi kan karakteriseres som en socialøkonomisk virksomhed, der kan rumme sælgerne og samtidig tilbyde et meningsfuldt arbejde. Brugere sælger et produkt, og de har også ansvaret for at købe et produkt.

I forhold til at sælge avisen er der tale om en meget åben visitation. Der stilles ikke direkte krav til det at være sælger. De, der sælger, er hjemløse eller tidligere hjemløse, som er økonomisk på spanden. De skiver under på, at de er hjemløse eller tidligere hjemløse, og at de vil overholde reglerne for salg, men der spørges ikke til deres situation.

*”Folk skal forestille sig selv stå nede på Strøget, lidt halvsnuskede og sælge Hus Forbi. Jeg tror ikke engang, jeg ville gøre det for sjov, at udstille dig selv som fattig og hjemløs. Så jeg har dyb respekt for, at de kan. Ønsker du at få et sælgerkort og udstille dig som skæv eksistens, så er det nok fordi, du er det. Alle skal have lov til at sælge, hvis de vil. Der gives advarsler til sælgere, der ikke følger reglerne, og de risikerer at miste deres kort.”*

Administrator, Hus Forbi

Det er erfaringen, at mange af sælgerne får en social kontakt til mennesker, de ellers ikke ville have fået kontakt til. En kontakt, som også går den anden vej forstået på den måde, at mange ældre ensomme mennesker også har dårlige kontakter. En stor del af sælgerne er i stand til at udføre en aktivitet sammen med et misbrug på en anstændig måde.

Der er hjemløse, der formår at spare op og planlægge deres måned uden at drikke pengene op. Der er hjemløse, der lige så snart de får kontanthjælp, går ned og køber aviser også de gamle (som senere kan byttes) for at have et lager, der rækker til hele måneden.

At sælge aviser er for nogle det første skridt i retning af at blive reintegreret i samfundet igen. Der er mange, der ikke kan eller vil reintegreres, men gennem Hus Forbi kan de få styr på først og fremmest deres eget liv. Ved at sælge er der eksempler på hjemløse, som har fået egen bolig, og nogle få er kommet i arbejde.

Som denne undersøgelse af sælgerne viser, får det at sælge Hus Forbi brugere ud af isolation og giver et netværk på gaden. Det giver dem et indhold i hverdagen. Det er der ikke mange andre job, der kan. Der er grupper af socialt udstødte, for hvem Hus Forbi ikke er relevant: Det gælder fx udviklingshæmmede hjemløse og tidligere indsatte, som ikke vil ”nedværdige” sig til at sælge Hus Forbi. Der er regler for, hvordan man skal opføre sig,

men ellers stilles der ikke krav. Alle skal have lov. Det er udelukkende Hus Forbi, der bestemmer, hvem der må sælge.

Det at sælge Hus Forbi er ikke for en lille lukket kreds. Der er højt til loftet, hvilket fremgår af hele konceptet: Det er for hjemløse, tidligere hjemløse eller socialt udsatte. Det er det at tjene nogle penge, der driver. Siden hen oplever mange, at de får mange andre ting ud af det. Det gælder deltagelse i sælgermøder, dialog og sammenhold. Hjemløse, der ikke er sælgere, er ”potentielle” sælgere.

Ved at sælge Hus Forbi er der tale om et værdigt alternativ til kriminalitet og tiggeri. Med værdigt menes det at tjene sine egne penge og det, at de ikke skal deltage i, hvad for dem synes, meningsløse aktiveringsprojekter. Sælgerne har en fleksibel form for beskæftigelse. Der er tale om en individuel aktivitet, hvor de er deres egne arbejdsgivere.

#### **9.4 Fastholdelse eller ud af hjemløshed?**

Spørgsmålet er, om det at være sælger af Hus Forbi er med til at fastholde den enkelte sælger i en ”hjemløsesituation”, eller det er et springbræt til at komme ud af denne situation.

Det er ikke enkelt at svare på spørgsmålet, for hvad vil det sige at komme ud af en ”hjemløsesituation”? Som denne undersøgelse viser, er der mange sælgere, for hvem det har betydning at være sælger af Hus Forbi. Det gælder i forhold til hverdagslivet og socialt, men det gælder også helbreds-mæssigt og i forhold til vedkommendes misbrugssituation.

*”De fleste af de hjemløse rykker sig af en eller anden årsag; det kan være Hus Forbi, en socialrådgiver, en der dør, møde kærlighed etc. Der er mange faktorer, der gør, at folks liv forandrer sig. Hus Forbi er det første skridt mod en eller anden form for normalisering. Det at man i et eller andet omfang kan finde ud af at stå op, gå ned på gaden og sælge sine aviser. Der er vanskeligt for mange af de her mennesker.”*

Tidligere journalist på Hus Forbi

Der er ofte tale om små skridt, som ikke nødvendigvis betyder, at sælgerne kommer ud af deres hjemløsesituation eller kommer ud af deres misbrugssituation. Spørgsmålet, om de bevæger sig ud af en situation eller ej, er måske i realiteten heller ikke så interessant. Spørgsmålet er, hvad der er alternativet til det at være sælger? Som det fremgår af undersøgelsen, gælder det for en del af sælgerne, at alternativet til at sælge Hus Forbi ville være en situation, hvor de ville skaffe deres udkomme ved fx enten tiggeri eller samle flasker.

*”Hus Forbi kan være med til at finansiere et misbrug. Men det er jo misbruget, der fastholder dem i misbruget. Var der ikke Hus Forbi,*

*ville de finansiere deres misbrug på en anden måde. Men alt andet lige er det mindre risikofyldt, end hvad de ellers kunne finde på.”*

Tidligere journalist på Hus Forbi

I Hus Forbis levetid er antallet af sælgere steget, især inden for de seneste 3-4 år. Der er således flere og flere hjemløse, for hvem det er interessant at være sælger af Hus Forbi. På den anden side må det konstateres, at det kun er et lille mindretal af de hjemløse, som er sælgere af Hus Forbi. Der er således et stort flertal af hjemløse, for hvem det at være sælger af Hus Forbi åbenbart ikke er interessant eller synes at være en realistisk mulighed.

*”Der kan være hjemløse, der ikke opfatter sig som hjemløse, men ofre for nogle omstændigheder, og som derfor ikke ønsker at sælge Hus Forbi. Det kan godt være, at de drikker, men de føler slet ikke, at de har noget tilfælles med dem, der sælger Hus Forbi.”*

Tidligere journalist på Hus Forbi

Hus Forbi har i flere år arbejdet på at øge salget af avisen både i København og i provinsen ved at udvide kredsen af sælgere. Det er lykkedes at etablere faste distributionssteder rundt i provinsen primært i de store og større byer knyttet til boformer og væresteder. På den måde er der kommet flere sælgere i provinsen, men som denne undersøgelse viser, udgør de en mindre del af det samlede sælgerkorps.

Det er imidlertid fortsat intentionen at øge antallet af sælgere, både for at få solgt flere aviser, men også – som denne undersøgelse viser – fordi det har betydning for de hjemløse at være sælgere af Hus Forbi. For en stor del af de hjemløse, som bliver sælgere af Hus Forbi, viser det sig at være et godt alternativ til deres hjemløse hverdagsliv. På den måde udfylder Hus Forbi en socialpolitiks funktion. Det er imidlertid uklart, om og i hvilken udstrækning det er Hus Forbis opgave at hjælpe sælgerne eller andre hjemløse videre i livet og i så fald hvordan.

## **9.5 Hus Forbi – ”Fælles ansvar 2”**

Hus Forbi har ikke været tænkt som et arbejdsmarkedsprojekt, men er i dag kommet med under regeringens program ”Fælles ansvar 2”, fordi det lykkedes for nogle af sælgerne at komme videre efter, at de i længere tid har været i stand til at sælge Hus Forbi. Det er bl.a. en af overvejelserne at få etableret et samarbejde med socialforvaltningerne med henblik på en afklaring af sælgerne om, hvor de befinder sig i matchgruppensystemet.

Tanken om, at Hus Forbi kan være en form for arbejdsmarkedsspringbræt for sælgerne, har løbende været en diskussion, men har fået ny næring. Erfaringerne fra sælgeraktiviteten i forhold til Hus Forbi viser, at der i forhold til de hjemløse er behov for alternative aktiveringsprojekter, der tager højde for den forskellighed, der er blandt hjemløse. Der er uden tvivl sælgere, der

umiddelbart kunne se ud, som om de kunne varetage et almindeligt job. Et af problemerne er imidlertid, at det kan være vanskeligt at bedømme i forhold til mange af de ikke-faglærte job, der er i dag. Der mangler en social fleksibilitet og rummelighed.

Erfaringerne fra salg af Hus Forbi er, at bedømmelse af, om en sælger kan klare et almindeligt job, tager tid. Men netop ved at følge dem over længere tid i en rummelig aktivitet som fx at sælge Hus Forbi, kan man finde ud af hvad de kan klare, og derfra kan man tænke arbejdsmarkedrettede indsatser.





## **10 Vurdering af Hus Forbi**

### **10.1 Konceptet Hus Forbi – en brugerstyret avis**

Konceptet for Hus Forbi omfatter udgivelsen af en avis med det formål at synliggøre vilkårene for hjemløse og forholdene på hjemløseområdet samt skabe debat og sætte fokus på sociale og samfundsmæssige forhold. Derudover har det været formålet med avisen fra starten at inddrage hjemløse i et samarbejde med professionelle i forskellige aktiviteter herunder i salget af avisen og i deltagelse i foreningens bestyrelse.

Alle kan i princippet blive medlemmer af foreningen Hus Forbi, men i vedtægterne nævnes eksplicit medlemmer som boformer for hjemløse, nærudvalg, væresteder, distributører, sælgere, organisationer, virksomheder og læsere.

Avisen er de hjemløses avis, hvilket kommer til udtryk i sammensætningen af bestyrelsen for foreningen Hus Forbi. Blandt de 7 bestyrelsesmedlemmer indstilles et medlem af Sammenslutningen af Boformer, og 3 medlemmer indstilles af SANDs bestyrelse. Derudover indstilles et medlem af de ansatte, et medlem af den afgangende bestyrelse (et medlem med indsigt i blad-drift), og et medlem vælges på generalforsamlingen. P.t. er det medlem, som er valgt på generalforsamlingen, både sælger og med i bestyrelsen for Rådet for Socialt Udsatte. Som sådan har de hjemløse flertal i bestyrelsen, og der er således formelt tale om en brugerstyret avis.

Som avis er der tale om en succes, idet avisen fra at udkomme 3 gange om året, i dag udkommer 12 gange, og salget af avisen er steget fra ca. 10.000 til 70.000 aviser. Avisen har fra starten modtaget økonomisk støtte fra Socialministeriet, som har haft betydning for udviklingen af det brugerorganiserede projekt. Målsætningen har været at blive økonomisk selv bærende, hvilket i dag er opnået. Avisen er konsolideret og økonomisk selv bærende med et pænt overskud, og inden for det seneste år er læserskaren vokset.

### **10.2 Den øgede professionalisering**

Denne kolossale udvikling har betydet, at organiseringen af avisen, hvad angår redaktion og administration, har undergået mange ændringer – først og fremmest i retning af øget professionalisering med en klarere arbejdsdeling mellem redaktion og administration og hver med fastlagte funktioner og opgaver.

Den øgede professionalisering har haft betydning for mange forhold omkring avisen. En gennemgående diskussion i Hus Forbis historie har drejet sig om, hvem der var målgruppen for avisen. Var der tale om en avis:

- om hjemløse til hjemløse,
- om hjemløse til hr. og fru Danmark, skrevet af hjemløse eller
- om hjemløse til hr. og fru Danmark, skrevet af professionelle

Denne diskussion er stort set stoppet i dag. Der er enighed om, at målgruppen for avisen er hr. og fru Danmark. Der er også bred enighed om, at det er lykkedes avisen at oplyse hr. og fru Danmark om de hjemløses forhold, og at det i princippet kun har kunnet lade sig gøre ved, at det primært er professionelle, som har stået for formidlingen.

Der er dog også enighed om, at oplysningerne om de hjemløses forhold i mange tilfælde kun har kunnet lade sig gøre på grund af den tætte forbindelse mellem redaktionen og de hjemløse, fordi der har været en tæt tilgang til hjemløsemiljøet og de hjemløses hverdag. Derudover har hjemløse deltaget og stået til rådighed med kontakter og informationer, som har givet avisen et fortrin frem for alle andre aviser. Der er i dag 2 tidligere hjemløse, som deltager i redaktionsgruppemøderne og leverer materiale til avisen.

Den øgede professionalisering har også betydet, at sælgerkorpset i højere grad er blevet organiseret. Sælgerne har i dag et id-kort og har underskrevet en sælgerkontrakt på, at de er hjemløse eller tidligere hjemløse, med oplysning af de regler, der følger med for at blive sælger. Samtidig bliver der afholdt sælgermøder i København med information og udveksling af synspunkter og ideer. I det hele taget er der i dag et langt større fokus på sælgerne, på betydningen af sælgerne for salget af avisen, og på hvad sælgeraktiviteten betyder for de hjemløse sælgere.

Sælgerens betydning er blevet bekræftet med uddeling af jakker, tasker, sko, id-kort etc. Denne anerkendelse viser, at de bliver betragtet som en del af personalet. Andre genkender dem, og de har fået en identitet. De er blevet koblet til det produkt, de står og sælger.

Ved at sælger og køber mødes, skabes der forståelse og dialog, og det sker på sælgerens præmisser – på gaden. Der er fx folk, der køber hos en fast sælger. Der er nedbrudt barrierer mellem almindelige mennesker og hjemløse, hvilket også har været en del af formålet. Fordomme er blevet ændret. Hus Forbi lever således op til de opstillede sociale og socialpolitiske mål.

På mange måder kan man sige, at avisen Hus Forbi er en succes, primært fordi det i overensstemmelse med tankerne om og formålet med avisen er lykkedes at oplyse hr. og fru Danmark om de hjemløses forhold, og fordi sælgerne gennem en række anerkendende initiativer har opnået en respekt og en samhørighed med avisen.

### 10.3 Brugerinddragelsen og brugerindflydelsen

Professionaliseringen af redaktion og administration samt den øgede vægt på sælgerne har haft betydning for inddragelsen af de hjemløse som brugergruppe, og for samarbejdet mellem de hjemløse, de professionelle og de ansatte på avisen.

I forhold til de oprindelige tanker om inddragelse af de hjemløse i produktion af indholdet, i skrivning af avisen, i salg og i organiseringen, er brugerinddragelsen i dag primært koncentreret om sælgerne og deres vilkår. Der er i dag en langt større erkendelse af, at de hjemløse er meget forskellige, og at det ikke er alle hjemløse, der kan inddrages i alle former for aktiviteter. Mange hjemløse vil gerne, men har svært ved at mestre tingene, når det kommer til stykket, og de er sårbare over for nye nederlag. Derfor er det vigtigt at inddrage de hjemløse i aktiviteter, de kan mestre. Det er på baggrund af erfaringerne med de hjemløses deltagelse i forskellige aktiviteter omkring avisen, at brugeinddragelsen i dag er koncentreret omkring det at sælge avisen. I forhold til andre opgaver er der tale om mere individrettet inddragelse af brugerne.

Selvom der formelt er tale om en brugerstyret avis, er der mange, der sætter spørgsmålstegn ved brugerindflydelsen og mener, at den kan være svær at få øje på. Det gælder også brugerne i bestyrelsen, som peger på, at professionaliseringen har betydet, at der er beslutninger, som bliver taget hen over hovedet på dem, ligesom professionaliseringen har betydet, at de som bestyrelse har fået mindre indflydelse, fordi det bliver varetaget af de professionelle. I forhold til målsætningen om, at avisen skal produceres i et samarbejde mellem hjemløse og professionelle, synes der med de seneste års udvikling at være behov for at udvikle og igangsætte flere initiativer for udviklingen af et sådant samarbejde.

Der har i relation til brugerne været intentioner om, at Hus Forbi kunne være en form for springbræt i form af aktivering, hvor hjemløse kunne tjene deres penge. I den forbindelse er der sat fokus på, hvad man så senere kunne gøre for at hjælpe og støtte sælgerne til at komme videre. Der er eksempler på sælgere, som er kommet i job, men for den store del af sælgerne er der behov for initiativer og tilbud om hjælp, igangsætning af projekter, som kan forbedre hverdagen for dem.

Denne diskussion har ikke mindst presset sig på og blevet rejst i forbindelse med, at avisen er begyndt at give et økonomisk overskud.

Selvom Hus Forbi på mange måder er lykkedes i forhold til målsætningerne for avisen, er der nye mål, der presser sig på. Avisen står således over for en række udfordringer. Det gælder forholdet til brugerne og til sælgerne. Hvem kan blive sælger, og skal der yderligere initiativer til i forhold til sælgerne? Men det gælder også i forhold til avisen, både hvad angår ind-

hold og layout og en yderligere professionalisering. I det følgende skal der peges på nogle af de udfordringer, som avisen står overfor.

#### **10.4 Hvem er sælgere?**

Selvom man i Hus Forbi har haft en generel holdning om, at udlændinge, der er hjemløse, også gerne må sælge Hus Forbi, satte det pludselige rykind af østeuropæere i slutningen af 2007 gang i diskussionen om, hvem det er, der er de primære sælgere af Hus Forbi.

I bestyrelsen er der forskellige opfattelser. En går på, at det kan true Hus Forbis renommé med mange udenlandske sælgere, idet avisen i mange år er blevet, og i manges øjne bliver opfattet af kunderne mv. som en dansk hjemløseavis.

For andre peges der på, at der er forskellige typer af østeuropæere, ligesom der er forskellige typer af hjemløse, og det er vanskeligt at gennemskue, hvorfor østeuropæerne kommer, og hvad deres baggrund er. I forhold til om de må være sælgere, er argumentet, at man må stole på, at når de kommer langvejs fra og siger, de er hjemløse, er det, fordi de er det.

Der er ingen tvivl om, at det først og fremmest er hjemløse og tidligere hjemløse og socialt udsatte, der skal være sælgere af Hus Forbi. Det er blevet slået fast ved tidligere diskussioner af sælgergruppen, og det står i vedtægterne. Derimod står der intet om, at det skal være eller primært skal være etniske danske hjemløse. Foreløbig er der sat en grænse, der siger, at 10 % af sælgerkorpset må være af anden etnisk herkomst. Der er tale om en klar udfordring for Hus Forbi, og man bør nok tage den diskussion en gang for alle og få en endelig afklaring på, hvad politikken er på området.

#### **10.5 Skal man aktivere de hjemløse i forhold til aktiveringsdeltagelse og det at komme videre?**

Der har været en forventning om, at Hus Forbi kunne fungere som en form for aktiveringsprojekt, men det har samtidig været opfattelsen, at der ville være tale om en krævende opgave, der ikke har været plads til. I forbindelse med østeuropæerne blev der gjort en indsats for at skaffe netop østeuropæerne i rigtigt arbejde. Samtidig har der været enkelte sagsbehandlere, der har henvist til Hus Forbi, som en del af aktiveringen, og der er blevet holdt møder med kommunens medarbejdere omkring at styrke aktiveringen i forbindelse med projekt ”Fælles Ansvar 2”.

Der ligger ikke helt klare udmeldinger, og det er heller ikke en del af målsætningen for Hus Forbi, hvem og hvorfor hjemløse kan blive sælgere; og hvorvidt det at være sælger er et skridt i retning af at komme videre på ar-

bejdsmarkedet. Der er da også blandt distributører forskellige holdninger og praksiser i forhold til, hvem der kan have gavn af at blive sælger.

Det er opfattelsen, at visitationen til at sælge Hus Forbi foregår godt nok, som den gør i dag, og giver en følelse af fællesskab ved, at man har et sælgerkort og en slags uniform. Spørgsmålet er, om der skal udvikles et bedre samarbejde mellem Hus Forbi, gadeplansmedarbejdere og jobcentre.

Hvis Hus Forbi skal vægte aktiveringsdelen, vil det kræve flere ressourcer, da sælgerne generelt er en gruppe, der vil have svært ved at indgå i almindelige aktiveringsforløb. Spørgsmålet er, om Hus Forbi skal inkludere sig på en aktiveringstankegang, og i givet fald om man så ikke skal have nogen ind over til at løfte en sådan aktiveringsopgave.

## **10.6 Hus Forbi – en københavneraktivitet?**

Avisen Hus Forbi har fra starten været en københavneraktivitet på den måde, at avisen stort set kun blev solgt i København. I gennem de seneste år er det imidlertid lykkedes at udbrede salget til store dele af provinsen gennem etablering af distributionssteder oftest boformer og væresteder og med lokale sælgere.

Ser man på situationen i dag, er det dog fortsat sådan, at en meget stor del af salget af Hus Forbi finder sted i København, og som denne undersøgelse viser, er en meget stor del af sælgerne koncentreret omkring København. I provinsen er det opfattelsen, at der er tale om et københavnerprojekt.

Det er oplagt, at der ligger en udfordring for avisen omkring det at udvide avislæserskaren, og få flere hjemløse i provinsen inddraget i salget omkring Hus Forbi.

Erfaringerne fra København med afholdelse af sælgermøder og kontakt til distributørerne har været en af grundene til, at der er kommet flere sælgere, og der bliver solgt flere aviser i København. Spørgsmålet er, om der er ressourcer til at få organiseret flere distributionssteder i provinsen, og om der er tilstrækkeligt med potentielle hjemløse, der kan inddrages i salget af Hus Forbi.

Der ligger tanker om at ansætte en sælger, som kan tage rundt på de forskellige væresteder, boformer mv. i provinsen og engagere dem i salget af Hus Forbi og overdrage erfaringerne fra København både omkring organisering af salg og de sociale betydninger, det har for de hjemløse.

## 10.7 Hvad skal man med et overskud?

Forretningselementet over for aktiveringselementet er blevet tydeligere med årene i og med, at Hus Forbi er begyndt at tjene penge. Dette kombineret med uafhængighed af Socialministeriet, som var en af de oprindelige målsætninger.

Det har ikke været målsætningen med Hus Forbi, at man skulle tjene en masse penge, men der er ingen tvivl om, at det har skabt en stolthed blandt medarbejderne og ikke mindst blandt sælgerne.

Spørgsmålet er, hvordan man skal bruge overskuddet. I første omgang har man forholdt sig afventende og foreslået at bruge overskuddet til forbedringer for sælgerne, idet jakker mv. er blevet en fast del af budgettet.

Der er imidlertid tale om en udfordring, ikke blot på kort sigt, men også på det længere perspektiv. Skal man igangsætte projekter eller blot støtte projekter eller noget helt tredje? Fra starten har der været ideer om, at Hus Forbi kunne være en slags fødselshjælper for andre projekter.

Der skal tages en diskussion af, hvorvidt man skal være igangsætter af projekter, eller om man skal udvikle avisen, gøre mere for sælgerne eller udvikle ideer og initiativer med henblik på flere former for samarbejde mellem professionelle og hjemløse. I det hele taget er udfordringen, hvad man skal bruge overskuddet til.

## 10.8 Avis eller socialt projekt?

Der er et generelt synspunkt, at ”avisen skal ikke bare købes, den skal også læses”. I den forstand er det en stadig udfordring for redaktionen og udviklingen af stoffet i avisen.

Der er imidlertid forskellige opfattelser af, hvad der er baggrunden for den succes, som Hus Forbi har fået gennem de seneste år. Er det på grund af sælgerne eller er det på grund af indholdet i avisen?

Det er langt fra et spørgsmål, som kan besvares entydigt. Det er erfaringen, at det er svært at sælge en avis, som folk ikke vil have eller læse i. På den anden side er det oplagt, at mange køber avisen, fordi det er hjemløse, som står og sælger den, og fordi de gerne vil støtte de hjemløse af sociale grunde.

Når spørgsmålet rejses, er det fordi, der er forskellige tanker om, hvilken retning Hus Forbi skal tage i fremtiden. Skal der i Hus Forbi anvendes flere ressourcer på at gøre mere for sælgerne med henblik på at give dem bedre livskvalitet eller fx indgå i aktiveringsprojekter med henblik på at få flere

hjemløse inddraget i arbejdslignende forhold, eller skal man bruge ressourcerne på at udvikle avisen og salget af avisen gennem en yderligere professionalisering?

*"Det vigtigste er at få lavet et blad, der er så salgbart, at sælgerne har fordel af at sælge mange aviser på gaden."*

Administrator, Hus Forbi

Det er en udfordring for avisen.





# Bilag

Bilag 1 – Metoder i undersøgelsen  
Bilag 2 – Spørgeskema



## Metoder i undersøgelsen

Undersøgelsen er foretaget med både kvantitative og kvalitative metoder. Den kvantitative dataindsamling er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse blandt sælgerne. Den kvalitative dataindsamling består af interview med sælgere, distributører og informanter, som er personer, der aktivt har fulgt udviklingen af Hus Forbi samt tidligere og nuværende bestyrelsesmedlemmer.

## Spørgeskemaundersøgelsen

### Undersøgelse af sælgerkorpset

For at få foretaget en belysning og en kortlægning af sælgerkorpset er der udarbejdet et spørgeskema i samarbejde med Hus Forbi. Spørgeskemaet er således henvendt til sælgerkorpset og beregnet på, at de i princippet selv kan udfylde det.

Da der erfaringsmæssigt er en del sælgere, som ikke selv kan udfylde spørgeskemaet fyldestgørende pga. ordblindhed mm. og for at sikre en acceptabel datakvalitet er en del interview – primært i Københavnsområdet – foregået på den måde, at en interviewer fra CASA har stillet spørgsmålene til sælgerne og udfyldt spørgeskemaet.

Spørgeskemaet er gengivet som bilag bagest i rapporten. Den store del af spørgsmålene er struktureret i faste svarkategorier. Derudover er der spørgsmål, som har åbne eller halvåbne svarmuligheder for at give mulighed for at uddybe begrundelse fx for at være sælger og betydningen af at være sælger og selv udtrykke med egne ord, hvordan det er at være sælger.

### Kontakten til sælgerkorpset

Der er blevet udleveret spørgeskemaer og foretaget interview i perioden 1. februar-1. maj 2008.

Ved udarbejdelsen af projektbeskrivelsen for undersøgelsen i november 2007 blev det oplyst, at der var registreret ca. 420 sælgere. Da der blev foretaget en opgørelse i starten af februar 2008, viste det sig, at der var et registreret antal på 585 personer. Det har ikke været muligt at få en forklaring på dette langt større tal så kort tid efter.

Efter en gennemgang i slutningen af februar med Hus Forbi blev 74 personer slettet fra listen, fordi det blev vurderet, at de ikke ville være til at få fat på. Blandt de 74 personer var bl.a. personer, der var på længerevarende udlandsophold (5 personer), i fængsel (4 personer), indlagt eller længereva-

rende syge (2 personer), døde (5 personer), eller om hvem det med sikkerhed kunne fastslås af forskellige årsager ikke længere var sælgere (5 personer).

Derudover var der tidligere sælgere, der havde fået inddraget deres sælgerkort, eller som havde fået fast arbejde og derfor ikke længere var berettigede til at sælge Hus Forbi (4 personer).

I anden omgang blev yderligere 48 personer slettet fra listen, da de var østeuropæere og ikke en del af det traditionelle sælgerkorps.

Der var således tale om et reelt sælgerkorps på 459 personer, som kunne være aktuelle sælgere, og hvor der forelå en mulighed for, at de kunne deltage i spørgeskemaundersøgelsen.

Den primære kontakt til sælgerne er sket gennem distributørerne. I provinsen er det distributørerne, der har stået for at uddele spørgeskemaer til sælgerne. I København er der på 7 distributionssteder blevet gennemført interview og udlevering af spørgeskemaer af interviewere fra CASA. På 2 af stederne i København har distributørerne som et supplement hjulpet med at uddele spørgeskemaer, hvis der ikke har været en interviewer til stede. Enkelte steder har det således været sælgerne, der selv udfyldte skemaet evt. med hjælp fra medarbejdere på stedet. På en del af distributionsstederne i København har interviewet foregået på den måde, at skemaet er blevet udfyldt af interviewere fra CASA.

Sælgerne har kunnet henvende sig på eget initiativ efter opfordring fra distributørerne og Hus Forbi eller diverse opslag og løbesedler. For at motivere sælgerne til at deltage i undersøgelsen fik de hver især 10 gratis numre af Hus Forbi. Der har dog været sælgere, for hvem denne gevinst ikke var afgørende i sig selv, men hvor de i højere grad var optaget af at hjælpe Hus Forbi med undersøgelsen. Der er spurgt til sælgernes ID-nummer for at undgå dobbeltinterview og tælling. Med angivelse af kortnummer er sælgerne blevet informeret om, at ingen sælgere vil kunne genkendes i rapporten.

Samlet set er der lykkedes at få gennemført 197 spørgeskemainterview. Det efterlader en svarprocent på 43 % baseret på et reelt sælgerkorps på 459 sælgere. Da udgangspopulationen som tidligere nævnt imidlertid er problematisk, er det givet, at svarprocenten kan være højere. CASA har fulgt distributionsstederne gennem 3 måneder, og det er fornemmelsen, at vi har haft kontakt til de mere aktive sælgere, og det er primært denne gruppe, der er blevet interviewet.

Det har ikke været muligt at angive en svarprocent for sælgerne henholdsvis i provinsen og i København. Ved undersøgelsens start blev det fra Hus For-

bis side oplyst, at knap halvdelen af sælgerne befandt sig i provinsen. Det indkomne antal besvarede spørgeskemaer tyder dog på, at det samlede antal sælgere i provinsen er lavere end formodet.

Der er opnået kontakt til væsentligt flere sælgere, end der er interviewet. Dels er der sælgere, som har haft travlt ved kontakten, hvorfor det ikke har været muligt at gennemføre et interview, dels blev det fastlagt fra starten, at der ikke skulle gennemføres interview med udenlandske sælgere, hvis der var sprogproblemer. Der er således en del udenlandske sælgere, som ikke indgår i undersøgelsen på grund af sprogvanskeligheder.

Processen omkring udfyldning af spørgeskemaerne blev vanskeliggjort af flere forhold. Ofte havde medarbejderne på distributionsstederne andre gøremål end at få sælgerne til at besvare spørgeskemaer, hvorfor kontakten til sælgerne ikke altid var konsekvent.

I København er der mulighed for at hente Hus Forbi flere steder hele døgnet. Det har af praktiske årsager ikke været muligt at dække samtlige distributionssteder hele døgnet rundt. Interviewerne kom ud til de enkelte steder efter aftale med distributørerne om, hvornår det bedste tidspunkt var for at træffe sælgerne, men selv i sådanne tilfælde var det langt fra givet, at der mødte sælgere op. Det skete desuden en række gange, at sælgerne måtte vente på at komme til for at blive interviewet, hvis der var flere sælgere til stede på samme tid. Det var der nogle, som ikke havde tålmodighed til, hvorfor der var interview, der ikke blev til noget, selvom der var opnået kontakt.

Sælgerkorpset består af forskellige personer, der lever forskellige liv. Der er sælgere, der køber mange aviser få gange og omvendt.

Denne forskellighed kan illustreres ved en gennemgang af distributionen på Mændenes Hjem, der er det største distributionssted, og som har åbent stort set hele døgnet. Eksempelvis blev der i løbet af en periode på en måned registreret 177 forskellige sælgere på Mændenes Hjem, som købte aviser.

Som det fremgår af nedenstående tabel, er der forskel på, hvor ofte sælgerne har hentet aviser i den pågældende periode.

42 % af sælgerne, der har hentet aviser i perioden, har kun været på Mændenes Hjem en enkelt gang i denne periode. Derimod er der 8 %, som næsten dagligt har været forbi Mændenes Hjem. På baggrund af dette mønster har det været vanskeligere at få fat i nogle sælgere frem for andre. Sandsynligheden for at få kontakt har været større, jo flere gange sælgerne kontakter distributionsstedet. Dette ses direkte ved, at andelen af sælgere med hyppige antal afhentninger er større blandt de sælgere, der er blevet interviewet.

**Tabel 1: Andelen af sælgere, der har hentet aviser på Mændenes Hjem i en periode på 1 måned, som er blevet interviewet. Inddelt efter hvor ofte de har hentet aviser. Procent**

|                                      | Samlet antal sælgere | Interviewede sælgere |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Antal afhentninger i perioden</b> |                      |                      |
| 1.....                               | 42                   | 22                   |
| 2-10 .....                           | 33                   | 42                   |
| 11-20 .....                          | 18                   | 19                   |
| Mere end 21 .....                    | 8                    | 17                   |
| I alt (%) .....                      | 101                  | 100                  |
| Antal .....                          | 177                  | 59                   |

Af de 177 er det lykkedes at få interview med 59 sælgere til spørgeskemaundersøgelsen.

Et andet forhold, der har vanskeliggjort kontakten, har været, at der er sælgere, der nærer mistro over for fremmede. Der er sælgere, som har været klar over, hvad undersøgelsen har indebåret, men som ikke har ønsket at opgive personlige oplysninger af frygt for, at oplysningerne blev misbrugt.

Derudover har der været sælgere, der på selve kontakttidspunktet af forskellige årsager ikke har haft overskud, lyst eller tid til at blive interviewet, og hvor der er forsøgt at aftale et interviewtidspunkt, men hvor de efterfølgende ikke er dukket op til et nyt interview.

Endelig er der sælgere, der ikke har set noget som helst fordelagtigt i at deltage i et interview, og som helt har undgået interviewerne.

## **Kvalitative interview**

### **Interview med distributører af Hus Forbi**

”Distributørerne” af Hus Forbi er væsentlige aktører i salget af Hus Forbi. De er bindeleddet til sælgerne, og de har jævnlig kontakt med disse. Derfor har de også fungeret som informanter omkring sælgerne. Der er blevet gennemført 10 kvalitative interview med distributører geografisk spredt over hele landet.

Interviewene med distributørerne har fokuseret på:

- Antallet af sælgere.
- Aktiviteten og stabiliteten blandt sælgerne.
- Kontakten til sælgerne.
- Betydningen for sælgerne.
- Sælgerens forhold til Hus Forbis sælgerregler.

### **Interview med sælgerne**

For at indsamle indtryk fra sælgerne, der går ud over rammerne for et spørgeskema, er nogle af sælgerne undervejs blevet interviewet. Dette er gjort med henblik på at gå i dybden og få belyst, hvad det betyder for sælgerne at sælge og deltage i Hus Forbis aktiviteter – personligt og socialt – samt afdekke brugerinddragelsen og brugerindflydelsen i Hus Forbi.

### **Interview med nøgleinformanter**

For at afdække de hjemløses brugerinddragelse og brugerindflydelse samt i hvilket omfang der leves op til konceptet for Hus Forbi, er der blevet gennemført en række kvalitative interview med nøgleinformanter i og omkring Hus Forbi.

Disse nøgleinformanter har været:

- Tidligere redaktør Karen Petersen.
- Sekretariatsleder i SAND Ask Svejstrup.
- Journalist Tina Juul Rasmussen.
- Bestyrelsesmedlem Steen Viggo.
- Forstander for Mændenes Hjem og tidligere bestyrelsesformand Robert Olsen.
- Bestyrelsesformand Dieter Sebelin.
- Administrator i Hus Forbi Heidi Riel.
- Bestyrelsessuppleant Jens Vestergård.

Vægten i den kvalitative tilgang har været lagt på, hvad de hjemløse selv mener, og hvordan aktører på hjemløseområdet opfatter de hjemløses inddragelse og indflydelse på avisen – det gælder såvel indhold, produktion og distribution som foreningens virksomhed, herunder organisation og økonomi.





## Spørgeskema "Hus forbi" Sælgerundersøgelse

Sælger-nummer (fra ID-kort): \_\_\_\_\_

### 1. Hvor foregår interviewet ?

|                        |
|------------------------|
| Udleveringssted: _____ |
|------------------------|

### 2. Hvornår startede du med at sælge "Hus Forbi"?

|                            |
|----------------------------|
| Årstal: _____ Måned: _____ |
| Husker ikke: _____         |

### 3. Hvor mange numre af "Hus Forbi" solgte du sidste år?

(Der udkommer 12 numre om året – ét i hver måned)

(Sæt ring)

|                    |   |
|--------------------|---|
| Alle 12 numre      | 1 |
| 8-11 numre         | 2 |
| 5-7 numre          | 3 |
| 1-4 numre          | 4 |
| Ved ikke           | 5 |
| Uddyb evt. svaret: |   |

### 4. Sælger du "Hus Forbi" hele året, dvs. sommer og vinter?

(Sæt ring)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Hele året       | 1 |
| Kun om sommeren | 2 |
| Kun om vinteren | 3 |

### 5. Hvor mange dage solgte du "Hus Forbi" i sidste måned?

|                      |
|----------------------|
| Antal (cirka): _____ |
|----------------------|

### 6. Hvor mange timer solgte du "Hus Forbi" i går/sidste gang?

|                          |
|--------------------------|
| Antal (cirka): _____     |
| Uddyb evt. svaret: _____ |

### 7. Hvor mange eksemplarer af "Hus Forbi" solgte du i sidste måned?

|                      |
|----------------------|
| Antal (cirka): _____ |
|----------------------|

**8. Læser du selv "Hus Forbi"?***(Sæt ring)*

|  |   |
|--|---|
| Ja, læser det grundigt                 | 1 |
| Ja, læser noget af det/en gang imellem | 2 |
| Nej                                    | 3 |

**9. Står du et bestemt sted og sælger "Hus Forbi"?***(Sæt ring)*

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Ja (skriv stedet): _____          | 1 |
| Flere faste steder                | 2 |
| Nej, det er forskelligt           | 3 |
| Uddyb evt. svaret: _____<br>_____ |   |

**10. Henter du "Hus Forbi" et bestemt sted?***(Sæt ring)*

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Ja (skriv stedet): _____          | 1 |
| Flere faste steder                | 2 |
| Nej, det er forskelligt           | 3 |
| Uddyb evt. svaret: _____<br>_____ |   |

**11. Hvorfor sælger du "Hus Forbi"? (gerne flere svar)***(Sæt ring)*

|  |   |
|--|---|
| a. For at tjene flere penge                      | 1 |
| b. For at komme i kontakt med andre mennesker    | 1 |
| c. For at få tiden til at gå?                    | 1 |
| d. For at gøre opmærksom på de hjemløses forhold | 1 |
| e. Andre grunde: _____                           | 1 |
| Uddyb evt. svaret: _____                         |   |

**12. Hvordan blev du sælger af "Hus Forbi"? (gerne flere svar)***(Sæt ring)*

|  |   |
|--|---|
| a. Jeg henvendte mig selv til "Hus Forbi"                        | 1 |
| b. Jeg blev opfordret af venner/bekendte                         | 1 |
| c. Jeg blev opfordret af en medarbejder på forsorgshjem/værested | 1 |
| d. Andre måder:  | 1 |
| Uddyb evt. svaret: _____   |   |

**13. Hvad lavede du før du blev sælger af "Hus Forbi" for at tjene penge?***(gerne flere svar)**(Sæt ringe)*

|                            |   |
|----------------------------|---|
| a. Lavede ingenting        | 1 |
| b. Havde tilfældige småjob | 1 |
| c. Samlede flasker         | 1 |
| d. Andre aktiviteter:      | 1 |
| Uddyb evt. svaret: _____   |   |

**14. Har du et misbrug? Gerne flere svar** (Sæt ringe)

|                     |   |
|---------------------|---|
| Ja, af alkohol      | 1 |
| Ja, af narkotika    | 1 |
| Ja, af medicin      | 1 |
| Ja, af andre ting:  | 1 |
| Nej, ikke misbruger | 1 |

**15. Hvis misbruger – Har salget af "Hus Forbi" betydet, at dit misbrug er blevet større eller mindre?** (Sæt ring)

|               |   |
|---------------|---|
| Blevet større | 1 |
| Uændret       | 2 |
| Blevet mindre | 3 |
| Ved ikke      | 4 |

**16. Har du gæld? Cirkabeløb.** (Sæt ring) (Sæt ring)

|   | Nej | Ja: beløb | Uoplyst beløb |
|---|-----|-----------|---------------|
| a. Gæld til det offentlige, fx restskat | 1   | _____ kr. | 9             |
| b. Skyldige børnebidrag/hustrubidrag    | 1   | _____ kr. | 9             |
| c. Gæld til private                     | 1   | _____ kr. | 9             |
| d. Anden gæld:                          | 1   | _____ kr. | 9             |

**17. Hvilke offentlige ydelser modtager du? Fx i sidste måned. Cirkabeløb.**

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| a. Ingen offentlige ydelser | 1         |
| b. Kontanthjælp             | _____ kr. |
| c. Dagpenge                 | _____ kr. |
| d. Pension                  | _____ kr. |
| e. Andre ydelser:           | _____ kr. |

**18. Hvilke andre indkomster har du? Fx i sidste måned. Cirkabeløb.**

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| a. Ingen andre indkomster      | 1         |
| b. Erhvervsarbejde/lønnede job | _____ kr. |
| c. Returflasker                | _____ kr. |
| d. Tiggeri                     | _____ kr. |
| e. Sælge "Hus Forbi"           | _____ kr. |
| f. Andre indkomster:           | _____ kr. |

**19. Hvilke udgifter har du typisk pr. måned? Fx i sidste måned. Cirkabeløb.**

|  |           |
|--|-----------|
| a. Boligudgift i egen bolig (husleje + el + varme) | _____ kr. |
| b. Herbergsophold                                  | _____ kr. |
| c. Medicin   | _____ kr. |
| d. Mad   | _____ kr. |
| e. Drikkevarer                                     | _____ kr. |
| f. Tobak   | _____ kr. |
| g. Tøj   | _____ kr. |
| h. Transport                                       | _____ kr. |
| i. Afdrag på gæld                                  | _____ kr. |
| j. Udgifter til misbrug                            | _____ kr. |
| j. Andre udgifter:                                 | _____ kr. |

**20. Hvis du ikke var sælger af "Hus Forbi", hvad ville du så lave for at tjene penge?***(gerne flere svar**(Sæt ringe)*

|  |   |
|--|---|
| a. Ingenting   | 1 |
| b. Finde mig et job                                    | 1 |
| c. Samle returflasker                                  | 1 |
| d. Være kriminel, fx begå tyveri eller sælge narkotika | 1 |
| e. Låne penge af andre                                 | 1 |
| f. Andet:  | 1 |

Uddyb evt. svaret: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**21. Hvad er det gode ved at sælge "Hus Forbi"?**

Skriv: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**22. Hvad betyder det for dig at være sælger af "Hus Forbi"?***(Stil alle underspørgsmålene)**(Sæt ringe)*

|  | Ja | Nej |
|--|----|-----|
| a. Tjener du flere penge?                        | 1  | 2   |
| b. Har du fået mindre gæld?                      | 1  | 2   |
| c. Laver du mindre kriminalitet?                 | 1  | 2   |
| d. Tigger du mindre?                             | 1  | 2   |
| e. Får du bedre mad og tøj?                      | 1  | 2   |
| f. Har du fået mere selvspekt?                   | 1  | 2   |
| g. Kommer du mere i kontakt med andre mennesker? | 1  | 2   |
| h. Respekterer andre mennesker dig mere?         | 1  | 2   |
| i. Har du fået mere orden på dit liv?            | 1  | 2   |

Uddyb evt. svaret: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**23. Lider du af fysiske eller psykiske sygdomme?** (Sæt ring)

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Ja, både fysisk og psykisk sygdom | 1 |
| Ja, kun fysisk sygdom             | 2 |
| Ja, kun psykisk sygdom            | 3 |
| Nej, ingen sygdomme               | 4 |

**24. Hvordan synes du dit helbred er alt i alt?** (Sæt ring)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Fremragende              | 1 |
| Vældig godt              | 2 |
| Godt                     | 3 |
| Mindre godt              | 4 |
| Dårligt                  | 5 |
| Uddyb evt. svaret: _____ |   |
| _____                    |   |

**25. Er din helbredstilstand blevet bedre eller dårligere efter at du er blevet sælger af "Hus Forbi"?** (Sæt ring)

|                  |   |
|------------------|---|
| Blevet bedre     | 1 |
| Uændret          | 2 |
| Blevet dårligere | 3 |
| Ved ikke         | 4 |

**26. Hvad laver du, når du ikke sælger "Hus Forbi"?** (Sæt ringe)

|  | Daglig | Hver uge | Sjældnere | Aldrig |
|--|--------|----------|-----------|--------|
| <b>a. Besøger væresteder</b>                   | 1      | 2        | 3         | 4      |
| <b>b. Går på café eller værtshus</b>           | 1      | 2        | 3         | 4      |
| <b>c. Går på biblioteket</b>                   | 1      | 2        | 3         | 4      |
| <b>d. Besøger familie og venner</b>            | 1      | 2        | 3         | 4      |
| <b>e. Dyrker motion og sport</b>               | 1      | 2        | 3         | 4      |
| <b>f. Går i biograf eller til forlystelser</b> | 1      | 2        | 3         | 4      |

**27. Hvor ofte har du kontakt med de andre sælgere af "Hus Forbi"?** (Sæt ring)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Daglig          | 1 |
| Hver anden dag  | 2 |
| En gang om ugen | 3 |
| Sjældnere       | 4 |
| Aldrig          | 5 |
| Ved ikke        | 6 |

**28. Har du været til nogen møder om "Hus Forbi"?** (Sæt ring)

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Ja, kommer til næsten alle møderne  | 1 |
| Ja, været til nogle af møderne      | 2 |
| Nej, har ikke været til nogen møder | 3 |

**29. Har du tænkt dig at fortsætte med at sælge "Hus Forbi"?** (Sæt ring)

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Ja, helt sikkert            | 1 |
| Ja, måske                   | 2 |
| Nej, jeg vil snart holde op | 3 |

**30. Hvad er dine fremtidsplaner?**

Beskriv: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**31. Alder?**

\_\_\_\_\_ år

**32. Køn?***(Sæt ring)*

|        |   |
|--------|---|
| Mand   | 1 |
| Kvinde | 2 |

**33. Hvordan er din boligsituation? (Gerne flere svar)***(Sæt ringe)*

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Har egen bolig               | 1 |
| Bor på herberg, forsorgshjem | 1 |
| Hotel, vandrehjem o.l.       | 1 |
| Bor hos venner og familie    | 1 |
| På gaden/trapper o.l.        | 1 |

Uddyb: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**34. Hvor har du sidst været i et ordinært job?**

Årstal: \_\_\_\_\_ Måned: \_\_\_\_\_

**35. Tidligere erhverv og uddannelse?**

Beskriv: \_\_\_\_\_

**36. Etnisk baggrund?***(Sæt ring)*

|   |   |
|---|---|
| Dansk (født af danske forældre i Danmark) | 1 |
| Ikke dansk                                | 2 |

Uddyb: \_\_\_\_\_



