

---

Kandidatexamen i textil produktutveckling med entreprenör- och affärsinriktning

Textilhögskolan

2010-05-26

Rapportnr 2100.14.4

---

# Vad gör vi med våra kläder när vi anser dem vara konsumerade?

*EN KVALITATIV UNDERSÖKNING OM MAN KAN ÅTERVINNA VÅRA  
KLÄDER EFTER ANVÄNDNING?*

Anna-Maria Henriksson

Leila Kechalanlo



TEXTILHÖGSKOLAN  
HÖGSKOLAN I BORÅS

## Sammanfattning

Vintage fashion och secondhandkläder har fått ett nytt ljus i dagens samhälle. Det har alltid funnits en andrahandsmarknad för kläder, men nu när det kallas vintage har det blivit högsta mode. Fler och fler söker sig till butiker eller platser som kan förse sina kunder med det annorlunda plagget som ingen annan har. Men ändå finns det ett berg av kläder som skräpar ner vårt samhälle. Vad som orsakar detta är våra gigantiska klädimperier som manipulerar konsumenterna med det "trendiga" då det är följd av shopping och exklusivitet.

Hur vi konsumenter bär oss åt efter konsumering av våra kläder är oklart för de flesta av oss. Orsaken kan vara att man inte begrundar det som något viktigt då det bara är kläder. Även kläder kan innehålla kemikalier som kan vara skadliga för miljön. Varje dag ökar mängden avfall i samhället och att deponera avfallet på soptippen är ingen långsiktig lösning. Upplösning av avfall kan både leda till föroreningar och till starkt koncentrerade och förorenande restprodukter. Vi måste bli bättre på att hantera vårt klädesavfall så att det på sikt gynnar både den enskilda människan och vår miljö. Vi har försökt beskriva vad som ger upphov till uppkomsten av alla dessa klädesavfall och även kunna upplysa om hur man kan hantera situationen på ett bättre sätt.

*Det finns många olika alternativ för att på ett bättre sätt hantera våra konsumerade kläder. Berget av klädesavfall bara växer så varför inte byta kläder med varandra, låna kläder från klädbiblioteket, lämna in kläderna till respektive klädkedjor, skänka det till någon secondhandbutik eller varför inte göra om kläderna på egen hand.*

## Abstract

Vintage fashion and secondhandclothing has gained new light in today's society. There has always been a secondary market for clothes, but now that it is called vintage, it has become very fashionable. More and more people are looking for the stores or locations that can provide their customers with the different garment that no one else has. But still, there is a mountain of clothes that litter our society. What's causing this is our gigantic clothing empires that manipulate consumers with the "trendy" when it is due to excitement and exclusivity.

How we as consumers behave after the consumption of our clothing is unclear for most of us. The reason may be that you do not ponder it as something important because it is only clothing. Even clothing may contain chemicals that can pollute the environment. Every day the amount of waste in society increases and to deposit the waste at the landfill is no long-term solution. Dissolution of waste can lead both to pollution and highly concentrated and polluting wastes. We must become better at dealing with our garment waste so that it ultimately benefits both the individual and our environment. We have tried to describe what gives rise to the emergence of all these garment waste and also to provide information on how to handle the situation better.

*There are many different options to better manage our clothing consumption. The mountain of garment waste only grows so why not change clothes with each other, to borrow clothes from the clothes library, provide clothes for each clothing stores, donate it to a secondhand store or why not remake the clothes on your own.*

<b>Arbetets art:</b>	Affärs & Produktutveckling mot textilindustrin 180 högskolepoäng.  Examensarbete "En studie om vad vi gör av våra kläder samt om man kan återvinna och göra om gamla plagg till nya då idén grundar sig på recyclingmetoden" 15 högskolepoäng.
<b>Titel:</b>	Vad gör vi med våra kläder när vi anser dem vara konsumerade? – En kvalitativ undersökning om hur man kan återvinna våra kläder efter användning.
<b>Engelsk titel:</b>	What do we do with our clothes when we consider them to be spent? A qualitative study on how to recycle our clothes after use.
<b>Nyckelord:</b>	Secondhand, vintage fashion, recycling, återanvända textilier, återvinning, kläder som sopor, slit och släng kulturen.
<b>Författare:</b>	Anna-Maria Henriksson S074604 och Leila Kechalanlo S074174
<b>Handledare:</b>	Håkan Javefors
<b>Examinator:</b>	Sven-Erik Hänel

## Förord

Vi har under två månaders tid studerat och undersökt detta fenomen med våra kläder. Ämnet till studien var både större och mer komplext än vi först trodde men har samtidigt varit mycket intressant och lärorikt.

Vi vill tacka Ulrika Georgsson på Lager 157 för all hjälp och information. Vi vill också rikta ett speciellt tack till våra opponentgrupper på IDA och vår handledare Håkan Javesjö som har hjälpt oss med riktlinjer, synpunkter och gett oss sitt stöd under arbetets gång. Samt en ros till Nicklas Friberg för allt stöd och hjälp under korrekturarbetet.

Borås i maj 2010

Anna-Maria Henriksson, Leila Kechalanlo

## **BAKGRUND:**

Vi lever i ett slit och släng samhälle och de flesta har ett köpbeteende som inte går hand i hand med vårt sätt att se på miljön. Vi slänger varje år ton av textilier och miljöförstöringen påverkas enormt.

## **INLEDNING:**

Det är fascinerande hur klädindustrin omvandlats till ett gigantiskt imperium. Fina kläder kan vara ett sätt att ange sin status, sin sociala tillhörighet, yrkestillhörighet eller etnisk tillhörighet i samhället. Med sin klädstil visar individen på ett enkelt sätt var den står i så väl politiska som religiösa frågor. Trots att vi har ett överflöd i våra garderober av alla modellers plagg så frestas vi ändå av alla snygga skyltfönster och av plaggen som finns i dem. Men måste vi ha allt det som kommer ut på marknaden? Vad ska vi göra med alla de kläder som redan finns? Behöver vi verkligen alla kläder som vi har i våra garderober? Ämnet gamla kläder eller textilier är mycket omtalat på sista tiden. I tidningar är det ett omtalat ämne som återkommer med jämna mellanrum. Vad det kan bero på är obestämt, kan det vara miljön, dessa svåra tider, eller vad kan det vara?

## **SYFTE:**

Explorativ studie för att identifiera möjligheterna till återvinning av begagnade kläder samt belysa möjligheterna med secondhand och intresse för omgjorda återvunna klädesplagg.

## **METOD:**

Kvalitativa internetkällor, studiebesök på Textilmuseum samt marknadsundersökning om vad vi gör av våra kläder efter att vi konsumerat dem samt se om det finns intresse för omgjorda återvunna klädesplagg.

## **RESULTAT:**

Vi har kommit fram till att det slängs väldigt stora mängder kläder, även sådant som inte anses konsumerat utan det slängs av ren lathet och okunskap. I avfallshierarkin har återanvändning idag en väldigt hög prioritet då den faller under EU:s lagstiftning för avfall. Ändå är både återanvändning och secondhandmarknaden lågt prioriterat i dagens samhälle.

## Innehållsförteckning

<b>Sammanfattning</b> .....	<b>2</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Inledning</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Bakgrund</b> .....	<b>9</b>
2.1 Problembakgrund .....	9
2.1.1 Problemformulering .....	9
2.2 Syfte .....	9
2.3 Avgränsningar .....	9
2.4 Begreppsdefinition.....	10
2.5 Disposition .....	11
<b>3. Metod</b> .....	<b>12</b>
3.1 Metodval.....	12
3.2 Datainsamling.....	12
3.2.1 Primärdata .....	12
3.2.2 Sekundärdata.....	12
3.3 Källkritik .....	13
3.4 Reliabilitet och validitet.....	13
<b>4. Teoridel om våra kläder</b> .....	<b>14</b>
4.1 Köpbeteende.....	14
4.2 Hur mycket slängs?.....	15
4.3 Miljöpåverkan vid framställning av textila material .....	15
4.4 Gift från kläder rinner ut i vattendragen.....	16
4.5 Secondhand lönsamt för miljön.....	16
4.6 De bortglömda kläderna.....	17
4.7 Vart femte plagg är inte använt .....	17
4.8 Vad händer med det som slängs. ....	17
4.8.1 H & M skär sönder sina kläder .....	18
4.8.2 Åhlens bränner kläder – men klipper först sönder dem .....	18
4.8.3 Spinner tråd av gamla kläder.....	19
4.8.4 Brännbart avfall .....	19
4.9 Stadsmissionen gör miljökasse .....	21
4.10 Nya plagg i återvunnet material .....	21
<b>5. Återanvändning av kläder</b> .....	<b>23</b>
5.1 Kläder som får en "make over" .....	23
5.2 Här blir gamla kläder som nya .....	23
5.3 Klädbytdagen .....	24
5.4 Lånegarderoben.....	24
5.5 Stora klädkedjor satsar på gamla kläder.....	25
5.6 Secondhand .....	25
5.7 Finns det några andra fördelar med Secondhand? .....	26
5.8 Secondhand både som kommersiell och ideell verksamhet .....	27
5.9 Secondhand på framfart.....	27
5.10 Återanvändningsflödet.....	28
<b>6. Empiri</b> .....	<b>29</b>
6.1 Karin Ekström forskare vid Handels i Göteborg.....	29
6.2 Lager 157 .....	30
6.2.1 Sammanställning av intervjun med Ulrika Georgsson .....	32

6.3 Resultat av marknadsundersökning .....	34
6.4 Kommentarer och analys av marknadsundersökningen .....	35
6.4.1 Fråga 4 .....	35
6.4.2 Vår slutsats av fråga 4.....	36
6.4.3 Fråga 5 .....	36
6.4.4 Vår slutsats av fråga 5.....	37
6.4.5 Fråga 6 .....	37
6.4.6 Vår slutsats av fråga 6.....	38
6.4.7 Fråga 7 .....	38
6.4.8 Vår slutsats av fråga 7.....	38
6.4.9 Fråga 8 .....	39
6.4.10 Vår slutsats av fråga 8.....	40
6.5 Vår tolkning av analysen. ....	40
<b>7. Analys och tolkning av Secondhand .....</b>	<b>43</b>
<b>8. Slutsats och vidare forskning .....</b>	<b>44</b>
8.1 Vidare forskning.....	45
<b>9. Referenslista .....</b>	<b>46</b>
9.1 Litteratur källor.....	46
9.2 Muntliga källor .....	46
9.3 Nummerlista fotnoter.....	46
9.4 Elektroniska källor .....	47
<b>10. Bilaga .....</b>	<b>49</b>
10.1 Hushållens totala konsumtion 2009 .....	
10.2 Enkät .....	
10.3 Avfallsnytt.....	
10.4 Paletten.....	
10.5 Moodboard.....	
10.6 Värdekedjan inom textil .....	

# 1. Inledning

---

*Uppsatsens inledning syftar på att ge läsaren förståelse för uppsatsens grundidé och tillkomst.*

---

Det är fascinerande hur klädindustrin omvandlats till ett gigantiskt imperium. Fina kläder kan vara ett sätt att ange sin status, sin sociala tillhörighet, yrkestillhörighet eller etnisk tillhörighet i samhället. Med sin klädstil visar individen på ett enkelt sätt var den står i så väl politiska som religiösa spörsmål. Trots att vi har ett överflöd i våra garderober av alla modellers plagg så frestas vi ändå av alla snygga skyltfönster och av plaggen som finns i dem. Men måste vi ha allt det som kommer ut på marknaden? Vad ska vi göra med alla de kläder som redan finns? Behöver vi verkligen alla kläder som vi har i våra garderober? Ämnet gamla kläder eller textilier är väldigt omtalat på sista tiden. I tidningar är det ett omtalat ämne som återkommer med jämna mellanrum. Vad det kan bero på är obestämt, kan det vara miljön, dessa svåra tider, eller vad kan det vara?

Vårt syfte med denna uppsats är att ge en glimt av hur vi förvaltar våra kläder som hänger i våra garderober efter användning. Ämnet ligger i tiden och är extra angeläget för oss som utbildar oss inom textilbranschen. Vi anser att ämnet borde vara lika viktigt för varje konsument. Det finns information om var man kan köpa begagnade kläder men det finns ingenting om hur man ska hantera de i sitt hem för att motverka felhanteringen av dessa kläder. Kunskapen inom avfallshantering i form av gamla kläder är vagt. Det finns nästan ingen litteratur kring ämnet och informationen om det är vagt på internet. Vi hoppas kunna väcka ett intresse för resten av alla konsumenter som inte ser detta som ett problem. Vårt önskemål är att kunna belysa allmänheten om att det finns flera alternativ till rätt hantering av konsumerade kläder istället för att de hamnar på våra avfallsstationer. Det behövs mer forskning kring ämnet men vi har endast haft 10 veckor på oss för att utföra denna studie.

## 2. Bakgrund

---

*Vi kommer i detta avsnitt beskriva problembakgrunden till vårt studieobjekt samt föra en problemdiskussion kring de frågor som uppsatsen ämnar besvara. Därefter kommer syfte, frågeställningar samt avgränsningar att presenteras.*

---

### 2.1 Problembakgrund

Vi lever i ett slit och släng samhälle och de flesta har ett köpbeteende som inte går hand i hand med vårt sätt att se på miljön. Vi slänger varje år ton av textilier och miljöförstöringen påverkas enormt.

#### 2.1.1 Problemformulering

Vad gör vi av våra kläder efter vi anser dem konsumerade?

- *Slängs de eller återvinns de?*
- *Secondhand?*
- *Finns det ett intresse för omgjorda återvunna klädesplagg?*

### 2.2 Syfte

Explorativ studie för att identifiera möjligheterna till återvinning av begagnade kläder samt belysa möjligheterna med secondhand och intresset för omgjorda återvunna klädesplagg.

### 2.3 Avgränsningar

Rapporten avgränsar sig till den övergripande frågeställningen och underfrågorna. Uppsatsen syftar på att utreda var vi gör av våra kläder när dem anses vara konsumerade. Då ämnet är omfattande krävdes avgränsningar för att endast fokusera på ämnesområdet.

Vi har valt att endast fokusera på vad som händer med de konsumerade kläderna i Sverige och framförallt västkusten. Studien kommer inte att beröra några ekonomiska aspekter. Vi kommer inte heller att beröra vintageplaggens utformning dvs. design, tillverkning och marknadsföring

Vidare är studien avgränsad till att endast beröra kvinnor i vår enkät då de enligt tidigare undersökning är de som förbrukar flest klädesplagg.

## 2.4 Begreppsdefinition

### Secondhand

*"En beteckning för begagnade eller använda kläder"*<sup>1</sup>

### Vintage

*"En engelsk term som syftar på en äldre vara av god kvalitet. I odesammanhang syftar vintage på kläder från en annan era, exempelvis sent 1800-tal eller 1960-tal. Ibland hävdas att kläder bör vara minst 25 år gamla för att kallas vintage"*<sup>2</sup>

### Återanvändning

*"Innebär att en produkt som anses vara förbrukad i sin situation flyttas till en ny situation där den kan tjäna ett syfte. Vanligtvis sker återanvändning utan någon bearbetning. Återanvändning är generellt det mest miljövänliga och enklaste sättet för samhället att ta tillvara på saker som ägaren vill få bort. Vid återanvändning används produkten igen, utan ändringar av design eller material."*<sup>3</sup>

### Återvinning

*"Tillvaratagande av material från avfall, innebär att produktdesignen förstörs och att man endast tar till vara på materialet för att tillverka nya produkter."*<sup>4</sup>

### Detergent

*"En detergent är ett ämne som underlättar bildning av emulsion. En typisk detergent är tvättmedel."*<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> ([http://sv.wikipedia.org/wiki/Second\\_hand](http://sv.wikipedia.org/wiki/Second_hand))

<sup>2</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Vintage>)

<sup>3</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85teranv%C3%A4ndning>)

<sup>4</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85teranv%C3%A4ndning>)

<sup>5</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/Detergent>

Dispergeringsmedel

*"Kemisk dispersion betyder en blandning av småpartiklar i vätska finfördelade på olika faser, där kolloid betecknar tillståndet för de minsta partiklarna. För att åstadkomma ytterligare finfördelning, t ex för fett vid diskning, används lämpliga dispergeringsmedel. En kemisk lösning är ett väsensskilt fenomen."*<sup>6</sup>

Tvättnötter

*"Miljövänligt och 100 % naturligt tvättmedel helt utan kemikalier. Skonsamt mot din hud och dina kläder."*<sup>7</sup>

## 2.5 Disposition

Inledningsvis har vi gett en introduktion till ämnet som studien berör. I det andra kapitlet presenteras vår bakgrund till studien samt problemformulering och syfte. I det tredje kapitlet förklarar vi vår metod och datainsamling. I det fjärde kapitlet presenterar vi teorin om våra kläder. Nästkommande kapitel belyser återanvändning av kläder. I kapitel sex redovisar vi vår empiri samt analyserar och tolkar vi vår undersökning genom att koppla den till vår teoretiska referensram. I det sjunde kapitlet tolkar och reflekterar vi över Secondhand. I det åttonde och avslutande kapitlet beskrivs vår slutsats och ett förslag på vidare forskning.

---

<sup>6</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/Dispersion>

<sup>7</sup> <http://www.jordklok.se/?artnr=SOA101>

### 3. Metod

---

*I detta kapitel redogör vi för hur vi har gått tillväga då vi har skrivit uppsatsen. Kapitlet innefattar val och metod, datainsamling samt hur detta har bearbetats. Vidare presenteras val av intervjuer samt dess reliabilitet och validitet.*

---

#### 3.1 Metodval

Under uppsatsens gång har vi valt att studera ett antal olika källor så som internet, artiklar, uppsatser, forskningsprojekt och litteratur. Vi har på så sätt försökt få ett stort spektra av informationskällor för att se flera skildringar av den information vi sökt. Många källor kan vara vinklade åt olika håll men vi har försökt att se det från olika perspektiv. I uppsatsen har vi gjort en marknadsundersökning. I vår frågeställning utgår vi ifrån ålder på respondenten, deras shoppingvana, deras sätt att hantera sina konsumerade kläder och deras syn på miljön. Genom dessa frågor har vi fått en glimt om hur respondenterna i olika ålderskategorier hanterar sina kläder och varför. Vi har även intervjuat Ulrika Georgsson som är projektledare på Lager 157. Vårt syfte med denna intervju var att samla in mer information om deras projekt *lagrad 157* som utfördes under 2009. Studien skall även fastställa om det finns en efterfrågan på omgjorda och återanvända kläder.

#### 3.2 Datainsamling

##### 3.2.1 Primärdata

Våra primärdata är framförallt ett resultat av mailkorrespondens med forskare, intervju med Ulrika Georgsson på Lager 157 samt genomförd marknadsundersökning. Marknadsundersökningen var begränsad till kvinnor i åldern 16-65 år och boende i Västra Götaland. Den skickades ut via mail och var aktuell under 14 dagar och vi fick in 63 svar. Respondenterna valdes ut slumpmässigt då vi skickade enkäten till skolor och arbetsplatser. Vi tror att vi lyckades fånga kvinnor med både olika bakgrund och stil. Vi anser att den har hög trovärdighet då den var giltig under en period och man fick tillfälle att kommentera egna svar och behövde inte stressvara.

##### 3.2.2 Sekundärdata

Det har varit svårt att hitta litteratur kring ämnet just återanvända kläder och hanteringen av det. Så insamling av våra sekundärdata har huvudsakligen skett

ifrån högskolans bibliotek och Textilmuseumet i Borås, artiklar och information från elektroniska källor samt tidigare kurslitteratur.

### 3.3 Källkritik

Då författarna sökt information till studien har källan alltid bedömts utifrån dess sanningshalt, korrekthet, relevans, objektivitet och tillförlitlighet. Då omfattningen är knapphändig i tryckt litteratur har en stor del av informationen hämtats elektroniskt samt via vår enkät. Vid urval av källor har vi varit noggranna med vem som författat texten och i vilket sammanhang den varit publicerad. Källor utan vidare referenser eller text från hemsidor med egna åsikter har vi bortsett ifrån. Vid de tillfälle vi använt oss av tryckt litteratur har det varit av välkända författare. Sammanställningen av enkäten är dokumenterad. Genom detta anser vi ha vidtagit åtgärder för att i största möjliga mån undvika felaktiga källor.

### 3.4 Reliabilitet och validitet

Två viktiga begrepp bör beaktas vid en empirisk undersökning – reliabilitet och validitet. Reliabiliteten syftar till hur tillförlitlig och trovärdig en undersökning är. Det mätinstrument som används bör ge ett stabilt och tillförlitligt utslag.<sup>8</sup>

Validiteten visar förmågan att undersöka det som man avser mäta. Den visar om resultatet och slutsatserna är giltiga och relevanta. Giltigheten visar hur väl teorin överensstämmer med empirin. Relevansen syftar till att mäta hur relevant empirin är utifrån undersökningens syfte och problemställning.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Eriksson L T, Wiedersheim-Paul, F, *Att utreda, forska och rapportera*, 1991, sidan 40

<sup>9</sup> Eriksson L T, Wiedersheim-Paul, F, *Att utreda, forska och rapportera*, 1991, sidan 38-39

## 4. Teoridel om våra kläder

---

*I följande kapitel presenterar vi vår teoretiska referensram som använts för att uppnå vårt syfte med studien samt besvara vår problemformulering. I vår referensram har vi valt att behandla olika modeller och teorier.*

---

### 4.1 Köpbeteende

I Sverige köper vi kläder och skor för ca 70 miljarder kronor per år.<sup>10</sup> Enligt konsumtionsrapporten 2008 som gjorts i samarbete med Göteborgsuniversitetet och Handelshögskolan av kläder och skor har ökningen mellan år 2007-2008 varit 2,3 % vilket visas i tabellen nedan. Efter boendekostnad är detta den största utgiftsposten. Enligt statistik konsumerar kvinnor 50 % mer än män på kläder. Idrottskläder har blivit en ny grupp som ständigt växer och gränsen mellan vanliga kläder och idrottskläder håller på att suddas ut.

Enligt SCB:s mätning 2004 köpte kvinnor kläder för ca 4700 kr/år (idrottskläder tillkommer) och en man för ca 3000 kr/år. Variationen är enorm så siffrorna kan vara missvisande och därför är det mera rimligt att använda barnfamiljen som riktmärke. En familj med 2 vuxna och 2 barn konsumerar i genomsnitt ca 20 000 kr/år på kläder. Allt beror givetvis på åldern på barnen i familjen. Hos konsumentverket finns det riktlinjer för hur mycket kläderna kostar i olika åldrar. Har familjen ekonomi till det lägger man ner betydligt mer pengar och prioriterar sådant som mode, kvalitet och prestige. Inom klädbranschen är det enorma avanser och inköpspriset är bara en bråkdel av vad vi betalar i butiken.

Tabell över hushållens totala konsumtion finns i bilaga 1.

---

<sup>10</sup> siffran är hämtat från CFK, Konsumtionsrapporten 2008

## 4.2 Hur mycket slängs?

Det säljs omkring 100 000 ton kläder och skor i Sverige varje år. En del plagg kommer aldrig till användning. Andra slängs ut ur garderoben ganska snart. Byxorna är för trånga och tröjan är omodern. När plaggen inte längre platsar i garderoben byts de ut mot nya. I genomsnitt slänger en kvinna ca 11 kilo varje år. Till välgörenhet lämnas vart tredje plagg in. Bara i Borås slängs cirka 17 000 ton gamla kläder per år. Med ett invånarantal på ca 100 000 personer som motsvarar 170 kg/person och år.<sup>11</sup>



2009 03 04

Namn	Slag	Så hanterar du avfallet
Textil	Brännbart avfall.	Lägg i kärlet för brännbart avfall.
Textilier	Återanvändning	Lämnas till "Second hand" butiker och "Ta-till-vara", se information på din kommuns webbsida. Trasiga lägger du i kärlet för brännbart avfall.

## 4.3 Miljöpåverkan vid framställning av textila material

Det krävs luft, mark, vatten och kemikalier för att kunna framställa textila råmaterial som ska användas vid tillverkning av våra kläder. Hälften av våra kläder görs i bomull vilket har sina nackdelar vid framställning av det. Då bomull odlas främst i Kina, Indien och USA och alltmer på marker som inte lämpade för odlingen och därför behövs mer bekämpningsmedel, konstgödsel och konstbevattning. Vägen från fiber till plagg är i fyra olika stationer.

Spinneri → väveri → beredningsverket → syfabriken

<sup>11</sup> Siffrorna är hämtat från <http://hd.se/blogg/klimatresan/2009-08-18/hur-mycket-slanger-vi-egentigen>

#### 4.4 Gift från kläder rinner ut i vattendragen

När vi tvättar våra kläder förgiftar vi våra vattendrag genom att giftet från kläder rinner med renat avloppsvatten ut i våra vattendrag och ut i havet. Problemet är att importerade kläder som vid färgning och tvättning behandlas med ämnen som innehåller nonylfenol. Cirka 40 % av kemikalien följer med det renade vattnet, resten bryts ned. Detta är beräknat utifrån Naturskyddsföreningens uppgifter.

Nonylfenoletoxylat är ett känt miljögift, och inom Europa har vi lagstiftning som kraftigt begränsar möjligheten att använda ämnet.

I Sverige har vi sedan slutet av 80-talet främst genom frivilliga åtgärder fasat ut ämnet helt från användning. Den svenska textilindustrin fasade tidigt ut användningen av nonylfenoletoxylat först som detergent i tvättmedel och därefter som dispergeringsmedel i framför allt vattenbaserade färger. Nonylfenol är svårnedbrytbart och kan ansamlas i miljön. Det är mycket giftigt och kan orsaka skadliga långtidseffekter i vattenmiljön, bl.a. kan det vara reproduktionsstörande för fisk och vattenorganismer och kan ligga kvar i bottensediment i flera år.

Stora klädföretag som Stadium, NK, Dressman pekas ut som stora miljöbovar av naturskyddsföreningen. Enligt Naturskyddsföreningen leder dessa företags importer till att det släpps ut uppemot 9 ton av det starkt giftiga ämnet nonylfenol årligen i svenska vatten. Andra kemikalier så kallade ftalater, en form av cancerframkallande miljögift, finns i flera t-shirtar med tryck, enligt Naturskyddsföreningen.

#### 4.5 Secondhand lönsamt för miljön.

I Sverige samlar Myrorna in 9 000 ton textil varje år. Det motsvarar en besparing av 9 000 ton bekämpningsmedel och 9 000 ton kemikalier (1 kg bekämpningsmedel krävs för att odla 1 kg bomull och 1 kg kemikalier krävs för att bereda 1 kg textil från fibrer).<sup>12</sup> Myrornas insamling av 9 000 ton textil innebär också en årlig vattenbesparing på 93,15 miljarder liter vatten. Det är jämförbart med tre dagars vattenkonsumtion för de 1,3 miljarder människor på jorden som varje dag lever utan tillgång till rent vatten. Det är stora volymer

---

<sup>12</sup> (<http://www.dolceta.eu/sverige/Mod5/spip.php?article234>)

vatten med tanke på att Myrornas insamling av textil enbart motsvarar 2,9 % av Sveriges årliga import av textil.

#### 4.6 De bortglömda kläderna

Mycket av våra kläder återvinns aldrig vilket är ett stort problem om vi vill värna om miljön då all klädproduktion slukar energi. Att återvinna våra kläder borde vara självklart ur miljösynpunkt men inte alltid så lätt. Ett stort problem är att det saknas ett rikstäckande system för det så det är endast 15 % av kläderna som återvinns. I storstäder är det oftast något lättare då det är där de olika välgörenhetsorganisationerna finns. Myrorna och Emmaus är två stora organisationer som tar emot kläder när man inte längre behöver dem. Men varför har man inte från statens sida försökt skapa bättre förutsättningar för klädåtervinning? Myrornas VD, Johan Oljeqvist säger i en artikel i Elle att myndigheterna inte har tillräcklig kunskap om det här. Det borde finnas återvinningsstationer för kläder på samma sätt som det finns för papper, förpackningar och glas. Gör man detta i samarbete med välgörenhetsorganisationerna så kan man pressa kostnaderna. Även om hanteringen kostar så är det fortfarande en besparing för miljön och kommande generationer.<sup>13</sup>

#### 4.7 Vart femte plagg är inte använt

En ny undersökning gjord av etnologen Ingun G Klepp beskriver kvinnors förhållande till kläder. – Det blev ett oväntat resultat. Bland annat såg jag att vart femte plagg som slängts aldrig varit använt, säger Ingun G Klepp. Undersökningen visade också flera olika skäl till varför man kastar kläder. Några exempel på varför det slängs var slitage, att kroppen blir större och att modet ändrats.<sup>14</sup>

#### 4.8 Vad händer med det som slängs.

Årligen samlas enbart 15 % av alla textilier in i Sverige årligen. Även ur utsläppsperspektiv är återanvändning betydligt bättre än återvinning. Det som återvinns kan användas till mycket. Gamla kläder kan ge bränsle, det finns möjlighet att tanka sin bil med sina gamla jeans. För att få fram 0,5 kg etanol

---

<sup>13</sup> <http://outsidethebox.nu/2009-02-18/den-bortglomda-kladatervinningen>

<sup>14</sup> <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article28606.ab>

krävs det ca 1 kilo jeans. Detta kom professor Mohammad Taherzadeh och hans kollegor på Högskolan i Borås att titta på för ett par år sedan. För att se om man kunde använda "gammal lump" för att på så sätt få fram etanol.<sup>15</sup> Detta projekt hette Etanol kontra Diesel.

#### 4.8.1 H & M skär sönder sina kläder

H & M i New York klipper sönder massor av kläder som man inte lyckats sälja trots repriser. Istället för att ge dem till behövande slängs de i stora säckar, rapporterar tidningen New York Times. Tidningen har intervjuat New York-bon Cynthia Magnus som vid flera tillfällen sett stora säckar med sönderklippta kläder som H & M lagt till sophämtningen. Ibland letar olika personer efter plagg som ändå går att använda. Jag blev förvånad över slöseriet, säger hon till tidningen. I början av december när det var så kallt, såg jag ett tjugotal säckar som var uppskurna efter att folk hade letat efter något användbart. Sockor, handskar med avklippta fingrar, uppskurna jackor och annat. I närheten finns ett uppsamlingsställe för en välgörenhets- organisation där man säger att man gärna skulle ta hand om de kasserade kläderna om de var hela. Pernilla Halldin, presskontakt på H & M i Sverige säger att de håller på att undersöka uppgifterna om den aktuella butiken i New York och därför inte kan kommentera det. – Generellt är det ganska få plagg som vi inte lyckas sälja, och i princip ska de gå till välgörenhet då. Förra året skänkte vi sammanlagt 500 000 plagg runt om i världen.

#### 4.8.2 Åhlens bränner kläder – men klipper först sönder dem

Åhlens policy är att förstöra kläder som ska brännas, så att ingen annan ska kunna använda dem. De nöjer sig inte bara med att bränna de kläder som inte är säljbara utan de klipper dessutom sönder dem innan de slängs i containrar så att kläderna inte riskerar att hamna i secondhandbutiker. – De varor som är defekta eller som inte har gått att sälja sätter man ett saxklipp i så att man inte ska sälja dem igen, säger Filippa Norman Bergin som är miljöansvarig på Åhlensgruppen. – Man försöker göra så att man inte får defekta varor på en secondhandmarknad som vi inte själva har valt. Jag tycker inte själv att det är bra och det är därför vi har inlett ett samarbete där vi ska kunna ge alla våra varor som vi inte kan sälja till välgörenhet så att de kan få ett andra liv i en secondhandbutik och det är jag

---

<sup>15</sup> <http://www.dn.se/nyheter/sverige/gamla-klader-kan-ge-biobransle-1,932673>





#### 4.9 Stadsmissionen gör miljökasse

Gamla kläder blir nya tygkassar. Idén kommer från Stadsmissionen och formgivarna Claesson Koivisto Rune. Varje år får Stockholms Stadsmission in 16 ton kläder som kastas för att hål och fläckar gör att de inte går att sälja. Ett enormt resursslöseri förstås. Men nu har Stadsmissionen kommit på ett sätt att ta till vara på tygerna. Tillsammans med arkitekt- och formgivargruppen Claesson Koivisto Rune har de designat en tygkasse, som förutom att den ger stans hemlösa sysselsättning, kan bli sommarens snyggaste, miljövänligaste och mest användbara väska.

Varje dag släpar vi hem mat från affären i plastkassar som vi sedan använder som soppåsar. De görs i miljöfarlig plast för att vara tillräckligt starka. Helt i onödan verkar det som, för varje kasse används i snitt i två minuter innan den kastas. Då är det bättre att bära hem maten i en tygkasse och använda särskilda miljöpåsar till soporna i stället, säger formgivaren Eero Koivisto och fortsätter: Stadsmissionen har sedan tidigare en remakeavdelning där gamla kläder sys om i ny design och tack vare tygkassarna kan de erbjuda fler utsatta personer jobb. Arbetet är dessutom kreativt, eftersom de som syr får välja tyger själva. Kassarna kommer att säljas för 40 kronor i Stadsmissionens second handbutiker senare i vår, men redan nu visas de i en utställning på Designgalleriet. Där kan du även välja tyger själv, och få en egendesignad tygkasse uppsydd på plats.

#### 4.10 Nya plagg i återvunnet material

Flera butiker i Göteborg säljer i vår kläder av återvunnet tyg. Din nya skjorta kan ha varit en kjol i sitt tidigare liv.

– Alla pratar om återvunnet nu. Det är framtiden, säger Monica Ekervik Hedman, kommunikationschef på Gudrun Sjödén.

Sedan tidigare har flera friluftsföretag använt återvunna material i sina kläder. Nytt är att även de lite större klädkedjorna har börjat erbjuda klädesplagg i sådan bomull, polyester, ull eller polyamid. Gudrun Sjödén lanserade för första gången plagg i återvunnen ull i höstas.

Monica Ekervik Hedman berättar att höstens ullkollektion var krånglig att genomföra. Det finns inte uppgjorda spår för hur man skall gå tillväga. Hela den ekologiska biten tar tid men man är helt övertygade om att detta är rätt steg. Först handlar det om att producenterna måste utbildas. Tygerna i de återvunna kläder som säljs i företagets butiker nu är tillverkade i Portugal och gjorda av återvunnet material som från början var rester från tidigare produktion. Sedan spinner man nya garner som vävs upp till nytt tyg, berättar Åsa Kronblad,

designchef på Gudrun Sjödén.

Flera friluftsklädsföretag har använt återvunna material i flera år. Det har pågått länge men nu verkar det som det exploderar, konstaterar Linus Houglund, säljare på Naturkompaniet på Östra Hamngatan. I butiken han arbetar har klädmärken som Patagonia, Houdini och Tierra sedan länge tillverkat nya kläder av gamla. 2005 utvidgade företaget med ett återvinningssystem som går ut på att konsumenterna lägger sina uttjänta underställ, fleece och bomullskläder i speciella lådor i butikerna för att sedan skickas till återvinning.

Flera andra företag har börjat med egna varianter av återanvändning. Svenska klädmärket Boomerang låter sina kunder lämna in gamla plagg i butikerna. I gengäld kan kunden handla nytt med rabatt. Det inlämnade plagget säljs antingen vidare som secondhand i Boomerangs butik i PK-huset i Stockholm. Och bland andra Filippa K och Gudrun Sjödén ordnar själva secondhand försäljning av egna märket via vissa av sina butiker eller internet.

## 5. Återanvändning av kläder

---

*I detta kapitel presenterar vi de olika möjligheter man kan använda sig av för att återanvända de kläder som anses konsumerade.*

---

### 5.1 Kläder som får en "make over"

I Hudiksvall får gamla kläder får ny form. En modeshow blev resultatet av 100 timmars projektarbete. De tjugusiga klädesplaggen uppkom från gamla kläder som hittats i secondhand affärer. Tre elever från Bromangymnasiet framställde under en dag sitt projektarbete. Resultatet av projektet blev en trendig och färgsprakande modeshow för skolans elever. Elena Brandt Skott, Karolin Schilling och Nathalie Silén går sista året på programmet för bild och form och fick inspiration från en kurs i textilsömnad. Kläderna som visades är äldre plagg som blivit omsydda med inspiration från dagens mode.

– Det är med tanke på miljön och att man inte ska behöva köpa nya kläder utan att återanvända gamla, säger Elena Brandt Skott.

Kretsloppsparken i Alelyckan har ett samarbete med stadsmissionen om att återanvända gamla kläder genom försäljning i deras butiker. Man kan lämna bl. a grova textilier hos returhuset, kläder och skor lämnas hos stadsmissionen. På Returhuset ger man arbetssökande en chans att stärka sina möjligheter på arbetsmarknaden. I de olika verkstäderna arbetar man med att framställa nya saker av återvunnet material med miljövänliga metoder. I samarbete med det lokala gemenskapsföretaget Grogrunden utvecklas också nya arbetstillfällen med miljöinriktning.

*"Att sy om secondhandkläder är ett enkelt sätt att få till ett eget plagg. Man har en grund att jobba utifrån. Det är bra för alla som inte kan det här med mönsterkonstruktion. Byta knappar på till exempel en kofta kan nästan vem som helst"*

Enkla råd i svåra tider är att göra om gamla kläder så att de blir till nya plagg. Man kan med små medel fräscha upp sin vårgarderob riktigt billigt.

### 5.2 Här blir gamla kläder som nya

Att göra om gammalt till nytt, alltså skapa helt nya kläder av gamla är något som startade för flera års sedan. Stella McCartney och Alexander McQueen började med det och flertalet designers har följt efter. På Dunkers kulturhus i Helsingborg

har man en återkommande tävling som man kallar Redesign. Tävlingen startade första gången 2006 och lockade oväntat många deltagare. Totalt 30 tjejer mellan 15 och 33 år skapade nya kreationer av gamla kläder. Under arbetets gång har de dokumenterat varje steg i text och bild. *"Att sy om second handkläder är ett enkelt sätt att få till ett eget plagg. Man har en grund att jobba utifrån. Det är bra för alla som inte kan det här med mönsterkonstruktion. Byta knappar på till exempel en kofta kan nästan vem som helst", säger Bea S*

Blixtlås, band, knappar, kragar och glänsande tyger. Blommigt, rutigt och randigt. Det tar tid att välja från klädställningarna där Julia Lillienthal Kehlet samlat plaggen som skänkts av Emmaus i Ask. Men när samtliga grupper väl har gjort sina val djupnar koncentrationen. Temat *"Dagens skönhetsideal - hur påverkas vi?"* är inte helt lättolkat och tävlingstimmarna är få. Julia Lillienthal Kehlet är initiativtagaren till tävlingen Redesign på Dunkerska. Hon delar sin vardag mellan egna butiken Freulein i Malmö, egna modeskapandet och halvtidsjobbet i RumEtt på Dunkerska.

### 5.3 Klädbytardagen

Den 24:e april har blivit den officiella miljövänliga dagen för klädbyten. Naturskyddsföreningen har anordnat klädbytestationer på mer än 50 platser runtom i Sverige. Lördagen den 24:e april 2010 anordnade Naturskyddsföreningen med hjälp av Lager 157 klädbytardagen runtom om i Sverige. Lager 157:s bidrag till eventen är dels startpaket med kläder som skänks och dels instruktioner för hur klädbyteseventen skulle arrangeras. Det kostar bara 20 kr/plagg och detta ska kunna locka konsumenter att kunna spendera mindre på nya kläder. Enligt Naturskyddsföreningen ska varje konsument på detta sätt kunna förnya sin garderob med minimal påverkan för både plånboken och planeten.

Naturskyddsföreningen har räknat ut hur mycket varje Svensk skulle kunna bespara på koldioxidutsläppen om konsumenterna handlade bara secondhand kläder. Summan 500 kr kläder per månad skulle bespara koldioxidutsläppen av 125 000 bilar.

### 5.4 Lånegarderoben

Från och med augusti 2010 kan man gå till Lånegarderoben i Stockholm och låna kläder utan att det kostar någonting. Förutsättningen är att man är medlem. Konceptet grundades av gruppen Kreativitet som består av Lina, Hanna, Kim och Ida i samarbete med Medveten konsumtion. Lånegarderoben får sina kläder från

sponsorer som, Asymmetri, Bengalisk sjal, Camino, Dermanord, Dream and Awake, Ekovaruhuset, Indiska, Julian Red, Goodness, La Cordier, Lager 157, Lovisa Burfitt, Myrorna, Revery, Saltå Kvarn, Slowmotion, Stadsmissionen Remake, Tailor Store, Uma Bazaar. Syftet med detta projekt är att alla ska ta del av ett och samma plagg. Man ska kunna gynna sin plånbok, sin miljö och ständigt kunna förnya sin garderob. Syftet med Lånegarderoben är att skapa en plattform där fler människor kan ta del av ett och samma klädesplagg. Plagget returneras efter användande för att därefter lånas ut på nytt.

### 5.5 Stora klädkedjor satsar på gamla kläder

Klädföretaget H & M har börjat satsa på begagnade kläder. De vill inte gå ut med reklam utan med satsningen på begagnade kläder vill H & M locka in den mest kräsna och trendkänsliga ungdomspubliken. Förutsättningen är att många ungdomar spanat in individuella och gärna begagnade kläder som skiljer sig från klädkedjornas massproduktion. Konfektionsjätten vill därför inte satsa på egna kläder utan satsningen blir på andra märken som anses vara vintage och mer exklusivt och därför finns plaggen i bara två av H & M:s butiker.<sup>17</sup>

Boomerang använder sig av konceptet återanvändning och återvinning istället för slit och släng.<sup>18</sup> På detta sätt vill de värna om miljön och bidra till en hållbar utveckling. Konceptet kallas för Boomerang effekten och är ett samarbete med Naturskyddsföreningen. Man kan lämna in sina gamla Boomerang plagg i butiken och som tack får man 10 % rabatt vid köp av nya plagg. En del av dessa plagg väljs ut och blir märkta med Naturskyddsföreningens Bra miljöval märke och säljs i utvalda Boomerang butiker.

### 5.6 Secondhand

Det finns två typer av Secondhand butiker. De kommersiella butikerna drivs i regel som en enskild firma och sedan finns det de ideella butikerna som oftast drivs av en ideell organisation. Sedan kan man även dela upp de kommersiella butikerna i två kategorier, de butiker som har ett väldigt blandat sortiment och påminner om loppmarknad och de butiker som bara säljer en kategori av vara, t.ex. kläder. Här specialiserar sig många och har en tydlig målgrupp, kan vara barnkläder blandat med vintage. Till skillnad från de ideella butikerna som har ett brett sortiment och målgrupp. Tidigare studier har visat att det främst är av

---

<sup>17</sup> <http://www.dn.se/ekonomi/hm-satsar-pa-gamla-klader-1.269263>

<sup>18</sup> [http://www.boomerang.se/#/sv/start/boomerang\\_effekten/](http://www.boomerang.se/#/sv/start/boomerang_effekten/)

ekonomiska skäl som man handlar i secondhand butikerna, det är billigt. I andra hand kan det kopplas till miljö och trendmedvetenhet.

Det är skillnad mellan de två då de kommersiella drivs som företag och måste generera lönsamhet för att kunna betala löner. I de ideella butikerna finns oftast en organisation och de bedrivs utan vinstsyfte. En del av de ideella butikerna sänder även en del av de insamlade kläderna vidare som internationell hjälp. De andra använder den för att finansiera hjälpverksamhet, en del butiker har även caféverksamhet och fungerar då även som mötesplats för utsatta i samhället. Vad som brukar känneteckna de ideella organisationernas butiker är det breda sortimentet, här säljs allt precis som på loppmarknad. Många attraheras av de fynd man kan göra i de ideella butikerna men även de etiska är en faktor då inkomsten går direkt till välgörenhet samt miljöfördelarna och resursbesparingen. De största second hand aktörerna på marknaden är: Myrorna, Stadsmissionen, Emmaus och Röda Korset och Reningsborg.

### **5.7 Finns det några andra fördelar med Secondhand?**

Vi återvinner kläder, saker och möbler som annars skulle ligga i förråd. Att köpa begagnade kläder är det mest miljövänliga sättet att handla enligt Naturskyddsföreningen. Att nytillverkningen minskar innebär att du bidrar till en mer hållbar utveckling genom att handla hos oss. Vi är miljöcertifierade och det vi inte kan sälja i butik säljer vi till återvinning t.ex. böcker och metall. Byt bort gamla kläder och få nygamla plagg. Varför bara tänka på att shoppa nytt? Det finns redan för många kläder. Byt i stället!

Det är det ungefärliga budskap som ett antal organisationer gemensamt går ut med. Det är Cityföreningen, Näringsliv Ulricehamn, Tingsholmshögskolan, Västra Götalandsregionen och kommunens arrangörer av miljöveckan. En viktig del av miljötänkandet anses vara att man inte skall producera så mycket, enligt arrangörerna, alldeles för mycket kläder. Här gäller det att visa att det finns ett överskott som mycket väl kan återanvändas. Sliter ut kläder gör man numera ytterst sällan. Det hela går till så att man lämnar in de klädesplagg man av någon anledning tröttnat på, kanske man vuxit eller bantat ifrån dem, kanske modeslaven i en tagit överhanden, eller helt enkelt för att man är sugen på ett ombyte. Då kan man med fördel lämna in sitt/sina gamla plagg och få kvitton i utbyte. Dessa kvitton kan man sedan byta mot andra inlämnade klädesplagg. Även den som inte lämnat in något kan köpa begagnade kläder. Priset är, som man säger, facilt, 20 kronor plagget. Skulle det bli ett ekonomiskt överskott går det oavkortat till något miljöprojekt.

## 5.8 Secondhand både som kommersiell och ideell verksamhet

Den största delen av de varor som kommer in till en kommersiell butik går som regel till försäljning, dock beroende på val av insamlingsmetod. Endast de objekt som *"är helt osäljbara, även för de ideella butikerna, slängs i soporna"*. De flesta inom secondhand branschen är helt övertygade om att försäljningen kommer att öka, man märker av den positiva utvecklingen. De secondhandkläder som fungerar bäst att sälja är väldigt beroende på målgrupp och utbud. Men generellt sett tycks det vara tjejkädrer, märkeskläder och trender som attraherar konsumenterna.

De kläder som de ideella butikerna inte lyckas säljas skickas i stor utsträckning iväg till låginkomstländer för att hjälpa de som har det sämre ställt. Fördelning mellan mängden varor som säljs, kasseras respektive skänks bort är väldigt varierande mellan olika ideella butiker. Liksom för de kommersiella butikerna tycks märken, design och trender styra kunders inköp, *"Idag räcker det inte att varorna är snygga, rena och prisvärda, utan de ska dessutom vara inne"*<sup>19</sup>.

## 5.9 Secondhand på framfart

Många tror att secondhand väljs bort på grund av att det anses orent och att fattigdomsstämpeln lever kvar, den negativa inställningen till secondhand håller på att ändras till det bättre. Anledningen till detta är att secondhand har blivit allt mer utbrett. Idag är det vanligt att människor handlar secondhand av andra skäl än just ekonomiska, där ibland trendfaktorn, möjlighet till fynd och rariteter samt etiska ställningstaganden. Det har alltid funnits en andrahandmarknad för kläder, men nu när de kallas vintage har det blivit högsta mode. Denna trend kommer troligen från media. Dels har secondhand fått stort utrymme i form av reportage och TV-program som exempelvis Antikrundan, dels har miljöfrågor och katastrofrapportering aktualiserat de etiska fördelarna med secondhand. De traditionella låginkomsttagarna utgör inte längre någon specifik målgrupp för secondhandbranschen.

Enligt studier tror många att försäljningen av secondhandkläder med största sannolikhet kommer att öka. För att locka framförallt ungdomar nämner en butikschef att de försöker figurera i modesammanhang, genom att bland annat anordna modevisningar, aktivt delta i Stockholms modevecka och i seminarium. Överhuvudtaget tycks media ha en stor genomslagskraft och vara en viktig kanal för att uppmärksamma second hand och återanvändning. De framväxande

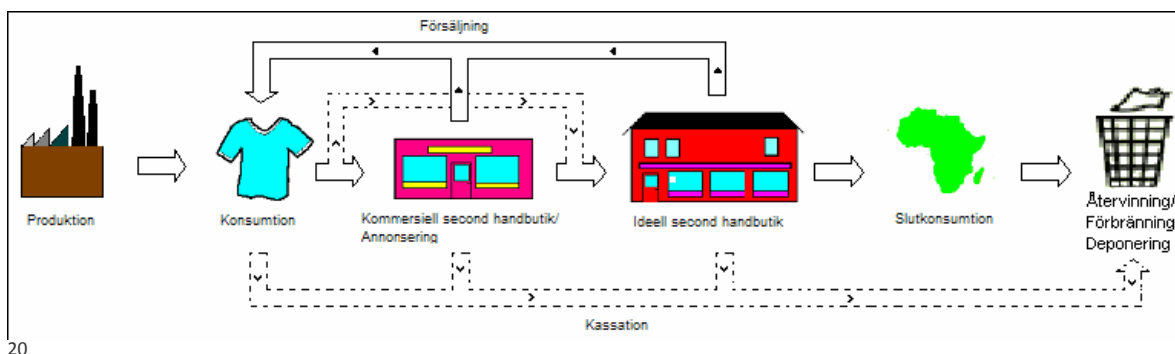
---

<sup>19</sup> Uttal från en butikschef på Myrorna i Stockholm

modebloggarna skriver exempelvis ofta om vintage; så med tanke på deras genomslagskraft så får secondhandkläder en annan genomslagskraft.

## 5.10 Återanvändningsflödet

I Sverige sker vanligtvis försök till försäljning av ett klädesplagg via butik eller genom en annons. Därefter anser vi klädesplagget vara konsumerat och då doneras det till en ideell verksamhet. Vissa kommersiella secondhandbutiker donerar sina osålda kläder vidare till den ideella verksamheten. I den ideella verksamheten kan sedan samma klädesplagg säljas alternativt sändas i väg till något U-land för slutkonsumtion. Varje gång ett objekt säljs återgår klädesplagget till steg 2 (konsumtion). När nästa konsument tröttnat på klädesplagget i fråga försöker hon/han sälja det och därefter donera. Detta innebär att ett flödesschema för återanvändning kan formuleras (se figur 2) som innefattar flera steg som ett objekt kan färdas innan det når kassation och således ett steg lägre ner på avfallshierarkin. Ibland "slutkonsumeras" dock klädesplagget redan vid steg 2, beroende på att det är trasigt alternativt att någon inte har tid eller lust att lämna det vidare till en organisation.



20

**Figur 2.** När ett klädesplagg avses återanvändas passerar samma klädesplagg ofta flera steg innan kassation. Ett klädesplagg kan exempelvis vandra från kommersiell inrättning till ideell verksamhet för att sedan komma tillbaka till steg 2 (konsumtion) via försäljningen och därefter återigen hamna i en ideell secondhandbutik. Om klädesplagget inte säljs skickas det i regel iväg till något U-land för slutkonsumtion.

<sup>20</sup> Figuren är hämtad från Nils Johanssons uppsats.

## 6. Empiri

---

*I detta kapitel redovisar vi vår empiri samt analyserar och tolkar vår information och undersökning genom att koppla den till vår teoretiska referensram.*

---

### 6.1 Karin Ekström forskare vid Handels i Göteborg

Ny forskning: Karin Ekström - Shopping - rena vetenskapen.<sup>21</sup> Forskning handlar om kompetens, kreativitet och till viss del om slumpen. För Karin Ekström innebar ett möte på en flygplats i USA att hon doktorerade i konsumentbeteende vid Handelshögskolan i Göteborg. Och nu leder hon Sveriges första forskningscentrum för konsumentvetenskap.

Projektet handlar också en del om samlande. Varför man samlar och hur samlingar uppkommer till exempel. Karin är mitt uppe i arbetet med att intervjua olika samlare och sammanställa vad de berättar. Konsumentforskning handlar till stor del om att prata med människor om deras vanor och åsikter. Lustfylld konsumtion, hon talar inlevelsefullt. Ämnet ligger henne varmt om hjärtat. Det är också tydligt att hon i sin forskning inte ser konsumtion som något som skall bekämpas. Att det inte ligger i forskningens natur att döma rätt eller fel, utan att forskningens uppgift är att iakttä vissa fenomen och förklara mekanismerna bakom.

– Visst finns det konsumtionsmönster som inte enbart är positiva, men konsumtion är för många också något lustfyllt. Under stora delar av vår vakna tid är vi konsumenter på ett eller annat sätt. Vi äter, åker bil, men konsumerar också till exempel kultur eller information, säger hon.

– Det vi konsumerar har blivit ett sätt att visa vilka vi är. Konsumtion handlar ofta om drömmar. Karins konsumentintresse grundades redan under uppväxtåren, hemma i familjens ICA-butik i Katrineholm. – Vi pratade alltid mycket om försäljning och priser på olika produkter, berättar hon. Som föreståndare för Centrum för Konsumentvetenskap i Göteborg (CFK) är hon spindeln i ett nätverk av konsumentforskare

---

<sup>21</sup> <http://www.jusektidningen.se/Arkivet/2002/7/Ny-forskning-Karin-Ekstrom---Shopping---rena-vetenskapen/>

spridda över hela landet. CFK:s forskning spänner över ett brett område - från företagsekonomi och teknologi till psykologi och etnologi.

Åren i USA gav Karin insikt i fördelarna med ett tvärvetenskapligt angreppssätt i konsumentforskningen. Att få olika forskningsdiscipliner och olika universitet att samverka är därför en av grundtankarna med CFK. – När jag kom hem från USA kände jag mig ensam inom mitt forskningsområde.

Det har fram till nu funnits få forskare i Sverige som sysslar med det jag gör. Tanken fanns att återvända till USA, men i stället drog Karin, tillsammans med chalmersforskaren Håkan Forsberg, igång ett forskarnätverk kallat FIK, Forskarnätverk för interdisciplinär konsumentforskning. Det är det som sedan lagt grunden till CFK. – Forskning kräver att man har folk att diskutera med. Att bolla tankar och idéer. Därför tycker Karin det är extra roligt nu på CFK, eftersom hon också får leda två doktorander.

## 6.2 Lager 157

Lager 157 hade ett projekt under år 2009 som kallades för *lagrad 157* och detta gick ut på att ge ny look till omoderna plagg. Av de osålda collegetröjorna gjorde man nya färgrika kläder för både tjejer och killar. Det unika med projektet var att det inte blev ett enda exemplar det andra likt då man utgick från olika plagg hela tiden och resultatet blev 157 plagg som såldes via webben. Dessutom var kollektionen närproducerad och syddes upp i Gällstad. För design eller remake står Amanda Ericsson som själv äger företaget Dreamandawake (samlar gamla klänningar från hela världen och gör om dem).

Lager 157 har ett enormt engagemang gentemot både miljön och modeindustrins överskott av kläder. Man vill hela tiden satsa på nya projekt och nyligen har de uppmanat sina kunder att göra om sina gamla jeans och visa upp på hemsidan. Som lön för mödan får alla som deltar 100 kr rabatt i Lager 157:s webbshop när de beställer för 500 kr eller mer. Vi blev väldigt nyfikna på detta projekt och ville givetvis veta mer så vi kontaktade Ulrika Georgsson som var ansvarig för projektet. Ulrika var väldigt tillmötesgående och svarade gärna på våra frågor.

### 1. Vad var det som inspirerade dig att starta detta projekt?

Om jag minns rätt så är det *Lagrad 157* ni syftar till - alltså remakeprojektet som vi genomförde i höstas. Jag hade läst om olika remakeprojekt i olika magasin och insåg att det finns en mängd designers där ute som jobbar just med att återanvända plagg. Någon hade gjort en större kollektion för Indiska bland annat och då kände jag att det var nästa steg för oss också – att göra remake i större skala. Alla plagg som vi ser passera genom vårt system och som av någon anledning inte säljer var också en stor inspirationskälla. Det finns så mycket överskott som inte bara bör kastas iväg.

### 2. Hade projektet någon anknytning till att bevara miljön? Om ja, i så fall hur?

Absolut! Grundsytet var att använda så lite resurser som möjligt för att framställa nya plagg. Vår bransch tär på miljön så mycket ändå, så att återanvända tyger och gamla plagg kändes som ett bra bidrag till miljön. En annan aspekt med att sälja omsydda plagg var att öppna ögonen på kunder för alternativ konsumtion. Kanske kan det få kunder att tänka till innan de bara slänger sina gamla kläder och kanske kan det få andra aktörer att haka på.

### 3. Hur gick projektet?

Det flöt på bra. Designern Amanda Eriksson som står bakom märket Dreamandawake stod för urval av grundmaterialet (bland våra osålda vintage collagetröjor), Amanda klippte isär plaggen och pusslade ihop dem till ny design. Därefter sydde vår sömmerska Inger ihop plaggen efter instruktionerna, plaggen förseddes med nacktryck och hang tags och därefter avsynade vi dem tillsammans. Något vi kan lära oss av projektet är att det var mycket mer tidskrävande att sortera och klippa än vad vi hade räknat med.

Intresset från media var stort under projektets gång och det gjordes inslag i TV Borås samt artiklar i BT, Ulricehamns Tidning m.fl. Det är viktigt att nå ut till människor med info om sådana här projekt för att förändra beteenden.

4. Fick ni kläderna sålda? Fanns det en efterfrågan på de nyskapade kläderna?

Upplagan var på endast 157 plagg och de är nästan slut nu. Den största försäljningen var under de första veckorna då plaggen hängdes ut i vår butik. Många var väldigt intresserade och frågade mycket om projektet och en del vågade sig på att köpa plaggen. Kunderna som valde att handla plaggen var nog av sorten som inte är rädd för att sticka ut ur mängden, ibland med lite street-stil, men även äldre kvinnor köpte plaggen. En del plagg såldes även via Dreamandawakes kanaler på webben bland annat och jag tror att plaggen i hennes upparbetade kanaler togs emot bättre än hos oss. Till Lager 157 kommer kunder först och främst för att fynda billiga märkeskläder, det är ju det kunderna förväntar sig. Medan i butikerna i storstäder där man är van att sälja plagg för 500-1000 kr togs de emot bättre.

5. Kommer ni att fortsätta med liknande projekt?

Ja, det tror jag. Och i så fall använda oss av någon designer igen. I vårt första projekt fick designelever fritt skapa plagg utifrån vårt överskott och då blev resultatet i och för sig väldigt kreativt, men också väldigt spretigt.

6. Vilka faktorer tror du det är som påverkar den begagnade klädesmarknaden?

- Miljömedvetenhet hos konsumenter samt kunskap om textilindustrins påverkan på miljön.
- Modetrender. Är vintage och individuell stil inne får nog secondhand en skjuts.
- Livsstil i samhället. Följer vi bara strömmen och läser modemagasin som slavar får nog secondhand det svårt. Tempot i samhället påverkar nog också – har vi tid att gå och leta i secondhandaffärer där det kan vara svårare att hitta exakt det man söker i rätt storlek.

#### 6.2.1 Sammanställning av intervjun med Ulrika Georgsson

Intresset för projektet *Lagrad 157* blev stort då det uppmärksammades både i tidningar och tv. Våra teorier om att det fanns ett intresse för omgjorda kläder på marknaden bekräftades av Ulrika. Idén till projektet hade Ulrika fått genom att studera olika artiklar och andra företag som t.ex. Indiska då de hade gjort liknande projekt. Sedan fanns det ett antal designers som också arbetat med återanvändning av kläder. Genom detta ansåg Ulrika att det var ett sätt för Lager

157 att kunna ta tillvara på alla de plagg som inte såldes i butiken. Med lite resurser kan man på detta sätt framställa nya återanvända plagg för att bidra till en bättre miljö. Sedan ligger det rätt i tiden och det var vårt sätt på Lager 157 att öppna ögonen för en alternativ konsumtion.

Vad de lärt sig genom detta projekt och som de tar med sig in i nästa är att det är betydligt mer tidskrävande än vad de först hade räknat med. *Lagrad 157* blev en unik kollektion som fick en bredare kundgrupp än vad de hade räknat med. Plaggen såldes inte bara till ungdomar med "street-stil" utan även till äldre kvinnor. Ulrika hade samma tankar som oss i vilka faktorer som påverkar den begagnade klädmarknaden. Miljömedvetenheten är på väg att öka hos konsumenten och att media och modetrender påverkar oerhört mycket. Vår stressade livsstil är negativ i dessa sammanhang då konsumenter prioriterar sin tid framför miljön. Man har helt enkelt inte tid att leta efter det man söker och det är svårt att hitta rätt storlek i secondhandbutiker.

Delar av projektet Lagrad 157 finns som ett filmklipp på Youtube.

<http://www.youtube.com/watch?v=CWzJVZAxVPY>

### 6.3 Resultat av marknadsundersökning

Ålder	16-21	22-29	30-40	41-50	51-64
1. Vilken ålder har du? (Antal personer)	8	38	8	5	4
2. Hur mycket kläder köper du per månad? Antal plagg.	2,75	2,57	3,25	2	2
3. Var gör du av dina gamla kläder?					
Sopor	3	4		2	
Endast trasiga	1	27	7	3	3
Välgörenhet, t.ex. Myrorna	4	21	5	3	3
Skänker till Vitryssland	1	1	1		
Syr om		12			
Vinden	2	12	2	4	2
Vänner	2	12	2	1	1
Tradera		1	2		
Inget slängs, det mesta blir kvar i garderoben. Lite till vänner eller välgörenhet.	3	10	1	2	1
6. Handlar du på secondhand?					
Ja	2	25	3		1
Nej	6	12	5	2	3
7. Kan du tänka dig att få dem omgjorda till ett annat plagg? T.ex. en klänning blir en kjol.					
Ja	5	31	3	2	1
Nej	1	6	3		3
8. Spelar miljön en roll i ditt sätt att hantera använda kläder?					
Ja		21	2	1	
Till viss del	3	11	1		1
Nej	4	5	5	1	3

## 6.4 Kommentarer och analys av marknadsundersökningen

Vår enkätundersökning skickades ut via mail och var aktuell under en 14 dagar och vi fick in 63 svar. Den riktade sig enbart till kvinnor mellan 16-64 år och boende i Västra Götaland då det enligt undersökning är de som förbrukar mest kläder. Respondenterna valdes ut slumpmässigt då vi skickade enkäten till skolor och arbetsplatser. Vi tror att vi lyckades fånga kvinnor med både olika bakgrund och stil. Enkäten bestod av åtta frågor. Se Bilaga 1.

På den tredje frågan fick vi många kommentarer från respondenterna trots många svarsalternativ. På den sjätte och sjunde frågan bad vi även respondenten att motivera sitt svar. Vi har valt att presentera resultatet i antal. Den ger inte en exakt bild av hur det ser ut men vi anser ändå att den är tillräckligt tillförlitlig för denna studie. Vi kan i den se ett tydligt mönster mellan de olika generationerna vilket vi belyser närmare tillsammans med kommentarerna. Vi har även valt att ta med en del av alla kommentarer som framkom under enkäten för att på så sätt visa skillnaderna mellan åldrarna. Syftet med undersökningen var att undersöka vad vi gör av kläderna efter vi anser dem förbrukade samt se om intresse fanns för omgjorda återvunna kläder.

### 6.4.1 Fråga 4

På frågan varför skänker/lämnar du inte dem vidare? Om du svarat att en del går i soporna på fråga 3 blev svaren väldigt olika beroende på ålder.

I åldersgruppen 16-21 år blev svaren *att det var för mycket jobb och lathet, då är det mycket enklare att bara slänga dem.*

I åldersgruppen 22-29 år skrev de väldigt mycket kommentarer på frågan. *För att plaggen är för slitna och då inser jag inte varför Röda Korset eller liknande ska vara tvungen att sortera och kasta det åt mig (har jobbat på Röda Korset och det kommer in så mycket slitna kläder som då RK är tvungna att sortera och kasta).*

*De kläder jag slänger i soporna är oftast trasiga på ett sådant sätt att det inte går att laga, eller om det blivit dåligt när jag försökt laga själv.*

*För att när jag har använt dem som målar och arbetskläder är de så trasiga och smutsiga att ingen skulle vilja ha dem.*

I åldersgruppen 30-40 år blev svaret att de ansåg att välgörenhetsorganisationerna oftast är oseriösa.

I åldersgruppen från 40 och upp till 64 år blev kommentarerna inte så många men de ansåg att *det finns säkert ingen som vill ha mina gamla underkläder och sådant som är trasigt.* En svarade att *tänker nog helt enkelt inte på det.*

#### 6.4.2 Vår slutsats av fråga 4

Här såg vi en skillnad mellan de olika generationerna. Man gjorde stora satsningar på miljö och återvinning under 80-talet och det verkar ha gett resultat. I åldersgruppen 30 år och uppåt var däremot många skeptiska till välgörenhetsorganisationerna och slängde hellre än att lämna det till någon av dem. Man tror helt enkelt inte att det gör den nytta som det var tänkt och många är misstänksamma då det förekommit en del oegentligheter i de olika organisationerna.

Åldergruppen 22-29 är däremot positiva och väldigt medvetna och slänger endast sådant som inte går att återvinna av något slag. Man lappar och lagar, säljer vidare och byter med andra. Det som var oroande var de allra yngsta, de i åldrarna 16-21 år. De orkar helt enkelt inte bry sig och tror inte att deras insats gör någon skillnad utan man väljer att bara slänga för att det är det bekvämaste alternativet.

#### 6.4.3 Fråga 5

Vår andra fråga var att vad skulle få dig att lämna in dem till välgörenhet istället för att slänga dem?

I åldersgruppen 16-21 år svarade de att *För att de finns andra som behöver dem mer, känns onödigt att slänga dem. Uff container i närheten av där man bor.*

I åldersgruppen 22-29 år svarade de, *om det är några plagg som jag skulle kunna lämna in som inte är trasiga så skulle jag vilja se att det är en välgörenhetsorganisation som är bra som ex inte säljer kläderna vidare, jag vet att detta förekommer i stor utsträckning och jag tycker att det är dåligt då det slår ut klädproducenter i de länder dit kläder hamnar.*

*Om jag vet att kläderna kommer att hamna hos behövande som ex i flyktingläger eller hos företag som säljer kläderna i svenska butiker då kan jag tänka mig att skänka dit, jag antar att det annars handlar lite om lathet. Att jag inte tar tag i det helt enkelt. Att man vet att kläderna kommer fram. Väljer att ge till andra intresserade kompisar/släktingar före välgörenhet faktiskt - detta för att det är mer bekvämt. Tillgängligare återvinningsplatser.*

*Välgörenhetsarrangör vill inte ha in kläder som är i det skick mina kläder är när jag slänger dem. Har nyligen börjat lämna till insamling (Emmaus Secondhand i Göteborg) eftersom de har en insamlingscontainer precis där jag bor. Där jag bodde tidigare fanns ingen sådan container i närheten, så ville inte någon i familjen ha några av kläderna så slängdes det eftersom de var enklare.*

I åldersgruppen 40 och uppåt var väldigt skeptiska till återvinningen då de vill veta vart det tar vägen. *Veta att det verkligen går till behövande, för mycket*

*mygel. Oseriöst. Saknar återvinningsstationer typ Uff container. Klädestunnor kanske? Vet faktiskt inte, för jag ger gärna bort kläder, men som sagt jag har faktiskt inte tänkt på det. Att man vet att det verkligen kommer till nytta. Bättre inlämningsställe*

#### 6.4.4 Vår slutsats av fråga 5

Här skiljde sig svaren mellan de olika generationerna inte så mycket. De flesta kommenterade tillgängligheten och att man saknade återvinningsstationer för klädinsamling. Många ville veta att de kläder man lämnat in verkligen går till behövande och inte bara till en organisation som myglar eller bara är ute efter att tjäna pengar.

#### 6.4.5 Fråga 6

Vi bad dem motivera deras svar på frågan om de handlar på secondhand.

I åldersgruppen 16-21 år

*Inte kläder men andra saker. Ibland gör jag det om jag hittar något jag gillar. Det känns äckligt, ofräscht, fast det är väl det antagligen inte men det är bara känslan man får. Vet inte varför men det finns massa fint på secondhand så vet inte varför man inte går in dit. Finner inte utbudet av secondhand vara särskilt stort där jag bor och gillar inte att köpa secondhand kläder över Internet.*

I Åldersgruppen 22-29 år var det många som handlade på secondhand. *Det är billigare och bättre för miljön. Man kan hitta speciella kläder som inte finns någon annanstans. Om jag bara ska spontanshoppa går jag dit, inte om jag känner att jag behöver något speciellt, det är svårt att hitta på secondhand, Ja, jag gillar det unika man kan hitta ibland och att saker återanvänds. Fantastiska fynd, mer än nytt. Jag tycker det är viktigt att ta vara på det som finns istället för att köpa massa nytt. Köper endast ytterplagg eller möbler där. Mer speciella plagg. Egen stil. Att blanda med designerplagg. Roligare att handla secondhand! Jag handlar i stort sett allt på secondhand/loppis/köper av kompisar, från början för att få en variation i min garderob. Sedermera även för att gräva mindre hål med mina köp. Där kan jag hitta kläder och tyger som inte finns i de vanliga butikerna till en billig penning. Det händer att man kan hitta många annorlunda och roliga plagg. Jag handlar oftast på secondhand eftersom det är mycket roligare med ett annat utbud av kläder. Det blir en utmaning att hitta fina och unika kläder. En annan orsak är att det är rimliga priser för min studentekonomi och att det är mer miljövänligt än att köpa nya kläder. Gillar kanske inte att ha kläder på mig som jag inte vet vart de kommer ifrån. Många secondhand affärer är inte tillräckligt prisvärda. Många sa att det luktar illa och känns ofräscht.*

I åldergruppen 40 år och uppåt var secondhand inget som lockade. *Jag är inte intresserad utav att handla begagnade kläder. Ofräscht, luktar äckligt. Handlar inte kläder, beror mest på att jag inte vill använda kläder som jag inte vet vem det tillhört. Tycker att de flesta butikerna typ Myrorna och Emmaus har dålig ordning och det luktar väldigt illa. Det är dyrt. Det kan finnas många roliga plagg som inte finns i andra butiker.*

#### 6.4.6 Vår slutsats av fråga 6

Här går åsikterna helt isär nästan oavsett vilken generation man tillhörde, även om de yngre var mer positiva. Den ena sidan gillar hela konceptet med secondhand. Man kan göra fynd, hitta udda saker som inte alla har, bättre för miljön osv. Den andra sidan var helt motsats, handlar aldrig på secondhand, man vill veta var kläderna kommer ifrån om man skall ta dem på sig, ofräscht med begagnade kläder.

#### 6.4.7 Fråga 7

Kommentarer ifall man kan kunde tänka sig att få ett plagg omgjort.

I åldersgruppen 16-21 år kunde de tänka sig att få ett plagg omgjort.

I åldersgruppen 22-29 år var de flesta positiva. *Det gör jag själv konstant, sydde om 4 plagg i helgen. Antingen syr på någon detalj eller sy in eller upp osv., det tycker jag är roligt och ett bra sätt att bevara gammalt på. Beror på priset om det ligger inom rimliga gränser. Jag gör det hellre själv. Absolut, det vore jätteroligt. Speciellt om det är ett material eller mönster som jag tycker mycket om. Kanske om det redan är omgjort i butiken så att man ser hur det ser ut. Jag skulle nog inte lämna in en klänning för att få den omgjord till en kjol. Det får inte vara för dyrt.*

I åldern 30 år och uppåt var det inte många som ens tänkt tanken.

*Om priset är rätt men inget jag tänkt på. Aldrig ens funderat på.*

#### 6.4.8 Vår slutsats av fråga 7

Här lyser ålderskillnaderna igenom. De yngre generationerna var både intresserade och nyfika på omgjorda kläder, medans de äldre inte ens tänkt tanken. Många av respondenterna gjorde redan om eller piffade till sina egna kläder. Några lämnade det till någon som kunde sy.

#### 6.4.9 Fråga 8

På frågan om miljön spelar någon roll var det varierande svar beroende på ålder.

*I åldersgruppen 16-21 år svarade de, jag tänker på att inte slänga dem utan istället skicka dem vidare till bättre behövande. Kanske att man tänker lite på de någon gång men inte så ofta. Det påverkar och jag är medveten, men det är inte alltid i min tanke.*

*I åldersgruppen 22-29 år var de flesta väldigt miljömedvetna. Absolut det är därför jag nästan endast handlar på secondhand eller ekologiskt och tvättar så sällan som möjligt och då med tvättnötter. Samvetet känns bättre när man lämnar in gamla kläder och handlar begagnat. Det känns som ett kretslopp på något sätt. Ja det gör det eftersom jag aldrig skulle slänga något som går att använda. Klart miljön spelar roll, det är alltid bättre att hitta kläder på secondhand och om man köper i andra butiker att man kan lämna till välgörenhet när man inte vill ha sina kläder längre. Men samtidigt har jag aldrig slängt kläder, utan har alltid gett bort hela och rena kläder till andra som är intresserade. Därför vet jag inte om det är miljö-tänket som gjort det eller om det är rent förnuft?! Jag kan tycka det är bättre att köpa lokalt producerade kläder och jag blir glad när jag hittar något lokalt producerat eller kläder som är ekologiska. Tänker mest på att andra kan få användning av mina gamla kläder. Tvättar inte alltid kavajer och övriga plagg som inte behöver tvättas så ofta utan vädrar istället. Antagligen också pga. att det ofta går det hand i hand med ekonomin. Ex. tvätt vid lägre temperatur, utan sköljmedel och hängtorka utomhus spar pengar, vatten, energi och färre kemikalier kommer ut i naturen. Försöker återvinna och handla kvalitet före kvantitet samt ekologiskt osv. Jag tänker mycket på hur jag tvättar kläderna. Använder miljövänligt tvättmedel och utan sköljmedel. Jag tänker även på att inte tvätta kläder som inte är smutsiga. "Användningsfasen" är den delen i plaggets livscykel som har störst påverkan på naturen. Jag tänker inte aktivt så mycket på det. Oftast handlar det om ekonomi, men självklart tycker jag att det är onödigt att slösa på naturens resurser och att skada miljön. Det är ju slöseri att slänga kläder som fortfarande kan användas även om de är för små för mig eller för att jag har tröttnat på dem. Jag köper kläder som jag behöver ha och överkonsumerar inte. Mest av ekonomiska skäl samt att jag tycker gamla kläder är snygga. Det bidrar till en individuell stil. Skulle gärna vilja handla mer miljömedvetet men samtidigt gäller det att klädföretagen upprätthåller en etisk approach till klädproduktion annars spelar konsumentens roll i ledet ingenting. Försöker att inte överkonsumera och köper gärna ekologiskt. Men jag tycker att det är viktigare att ge kläder till människor som inte har några, än att återvinna för egen användning. Sedan finns det positiva etiska fördelar med att konsumera nya kläder eftersom det ger arbete i fattigare länder.*

I åldersgruppen från 30 år och uppåt spelade inte miljön lika stor roll.

*Använder ju gamla t-shirts och liknande som trasor annars tänker jag nog inte på det. Tänker mer på att hjälpa behövande. Inget jag tänkt på direkt, även om man borde. Återvinning är ju bra och det är ju bra om man kan hjälpa andra. Bättre behövande och ekonomi går före miljön.*

#### 6.4.10 Vår slutsats av fråga 8

När man kommer till miljö är det återigen stora skillnader mellan generationerna. De yngsta är medvetna om miljön och dess påverkan men än så länge är det inte alltid det de tänker på först. Nästa generation pratar om kretslopp och är väldigt medvetna. Här tänker man på alla leden, allt ifrån tillverkning till hur man tvättar och att det skall återvinnas igen. I denna generation är miljötank en del av vardagen. De är ju uppvuxna under den tiden då miljön började uppmärksammas och fick en helt annan innebörd än förr. Det kommer sig helt naturligt och självklart för de flesta. I generationen från 30 år och uppåt är det inte lika självklart. De är medvetna men ändrar inte för mycket på sin vanliga tillvaro i livet för att det gynnar miljön. Här spelar också ekonomin en större roll. Denna generation är uppvuxen med barnen i Afrika som svälter och inte har kläder, så det blir självklart för dem att hjälpinsatser går före miljön.

#### 6.5 Vår tolkning av analysen.

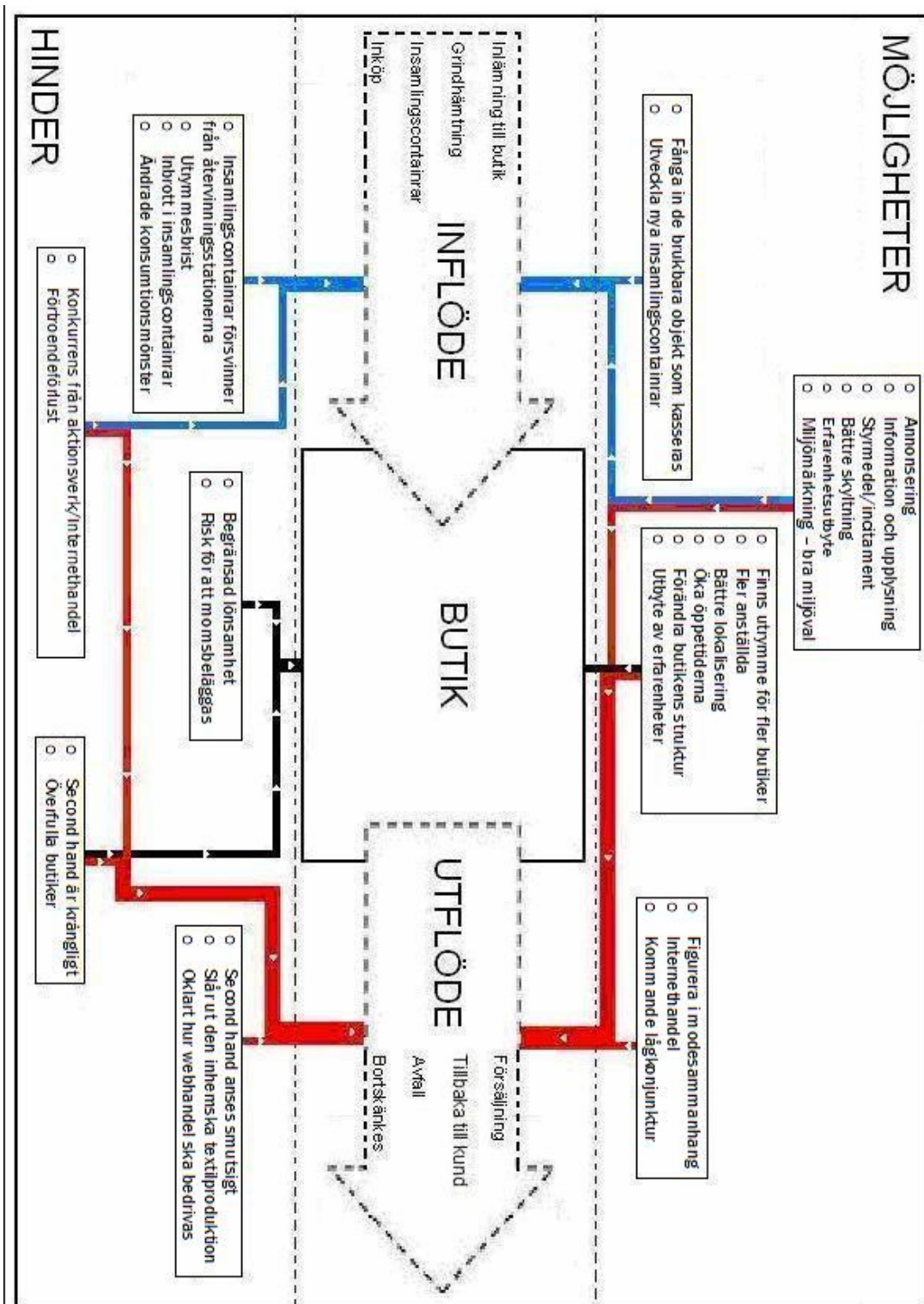
Efter att vi bearbetat alla svaren från enkäten kunde vi konstatera stora skillnader beroende på vilken åldersgrupp som svarade på det. Undersökning kunde ge oss ett grund att följa om hur olika generationer tänker och tror om helheten gamla kläder och hanteringen om det. I dagens samhälle har de flesta ont om tid och då prioriterar man bort återvinning om det inte är lättillgängligt. Man vill inte ha en massa extrajobb utan det skall vara enkelt och lätt att lämna in kläderna.

I allmänhet hade man låg tilltro till de olika välgörenhetsorganisationerna. Det kan bero på att det har varit en hel del oegentligheter i dessa organisationer och vi tolkar att det beror på det. Det verkar som tilltron är bättre i de yngre generationerna och att välgörenhetsorganisationernas rykte är på väg att förbättras. En gemensam stämpel Secondhand butiker fått är att det känns ofräscht och luktar illa. Många hade synpunkter på butikerna, allt ifrån lukt till oreda.

I de äldre generationerna känns det även lite fult att handla i en Secondhand butik, som att man skulle vara en dålig människa för att man handlar där. *Tänk om någon såg att jag gick in i en Secondhand butik?*

Om de kunde tänka sig att få plaggen omgjorda svarade de flesta att de var positiva till idén. Men den stora frågan var priset, om det var rimligt kunde de tänka sig att få ett plagg omgjort, eller om butiken redan hade gjort om plagget.

Mest skrämmande var den yngsta generationens resonemang kring miljö och återvinning. *Min insats spelar ingen roll i det stora hela.* Man rycker på axlarna och orkar inte bry sig. Vi tror att det behövs en ny kampanj för att väcka intresset till liv igen, det är ju trots allt de yngre generationerna som är vår framtid.



22

**Figur 3.** Ovan redovisas en överskådlig sammanfattning av den kvalitativa analysen. Möjliga hinder respektive möjligheter för secondhandmarknaden visualiseras. De färgade flödena visar tänkbar påverkan på inflödet (blå), butik (svart) samt utflödet (röd).

<sup>22</sup> Figuren är hämtad från Nils Johanssons uppsats

## 7. Analys och tolkning av Secondhand

---

*I detta kapitel analyserar och tolkar vi informationen om Secondhand och ger våra egna reflektioner på ämnet.*

---

För att öka handeln med återanvända klädesplagg tror vi att det behövs både ökad information, lättare insamling samt även en attraktiv mötesplats. Det skall vara trevligt att gå in i en secondhandbutik, det bör bli en ny upplevelse varje gång för att hålla uppe spänningen. Därför är det viktigt att secondhandbutiker visar sina framfötter. Här spelar även media en viktig roll, det skrivs mer om secondhand men då man nu kallar det vintage istället så får det en annan innebörd. Då lyfter man fram det positiva i att handla på secondhand, man blir unik samtidigt som man sparar både pengar och miljön. En liten förändring kan ofta vara tillräcklig som exempelvis att saluföra de olika klädesplaggen efter årstiderna. Det finns fler åtgärder som secondhandbutikerna kan anamma för att bli mer attraktiva. Ett exempel är att man möblerar upp ett helt rum med begagnade möbler. Ett sådant förfarande visar på ett enkelt sätt vilket utmärkt alternativ begagnade varor är jämfört med att alltid köpa nytt. I den engelska staden Essex prövades detta med väldigt gott resultat, det skulle även kunna fungera som en utställning och upplysningskampanj som bryter människors vanföreställning om att secondhand är smutsigt. Möblerna skulle i utställningens slutskede kunna auktioneras ut där intäkten gick till välgörenhet. Vi tror att man skulle kunna genomföra en likvärdig kampanj här för att få upp ögonen för secondhand och då framför allt inom kläder.

För att bryta den negativa trend som varit med att handla kläder på secondhand gäller det att visa att secondhandkläder idag inte bara är "loppislort" utan snygga återanvändbara kläder. I vissa städer får Myrorna tillgång till offentlig mark för att arrangera modevisningar, det är ett lyckat exempel på det samarbete mellan kommunerna och den ideella verksamheten som finns. Det är ett sätt att nå ut till icke traditionella målgrupper. Samhället bör stödja secondhandmarknaden och på så sätt få en ökad återanvändning. Det är även viktigt att mer grundläggande aspekter av återanvändning diskuteras, för att därigenom förstå varför samhället ska stödja secondhandmarknaden.

En relevant fråga i sammanhanget är, varför överhuvudtaget kommun och andra offentliga myndigheter ska underlätta för secondhandbutikerna. De erbjuder en service till hushållen som kommunen saknar. Återanvändning är något som kommunerna historiskt sett inte aktivt deltagit i. I och med införandet av avfallshierarkin bör det anses av central betydelse att de ideella verksamheterna kan fortsätta sin operationella verksamhet. Med tanke på återanvändningens höga placering i avfallshierarkin bör återanvändning dessutom omfattas av minst samma nivåer som uppmuntras genom producentansvaret.

## 8. Slutsats och vidare forskning

---

*I detta avslutande kapitel inleder vi med att diskutera de slutsatser vi dragit utifrån vår studie samt ger råd för vidare forskning.*

---

Vi har kommit fram till att det slängs väldigt stora mängder kläder, även sådant som inte anses konsumerat utan det slängs av ren lathet och okunskap. I avfallshierarkin har återanvändning idag en väldigt hög prioritet då den faller under EU:s lagstiftning för avfall. Ändå är både återanvändning och secondhandmarknaden lågt prioriterat i dagens samhälle.

Här behövs det ett större samarbete mellan våra kommuner och dagens secondhandmarknad. Även på politisk nivå behöver det lyftas fram. Idag så skall allt handla om vår miljö, hur det tillverkas och vilka ämne som används men det sägs ingenting om hur vi kan nyttja alla de kläder som vi redan har. Alla ton med klädesplagg som fortfarande kan återanvändas av någon annan eller sys om för att bli ett helt nytt plagg.

I dagens samhälle handlar det mesta om tid och många prioriterar bort sortering och återanvändning av kläder. Det tar för mycket tid att leta efter var insamlingscontainern finns då de har minskat drastiskt i antal på grund av för många inbrott i dem. En lösning borde vara fler containrar på befintliga återvinningsstationer som då är låsbara för att förhindra stöld samt att det finns två alternativ i den. Ena facket för återvinning och det andra för trasigt. Med en sådan lösning tror vi att fler kommer att ta sig tid för att lämna in de kläder som kan återanvändas.

Secondhandbutikerna har idag ett dåligt rykte som är på väg att förbättras men det behövs göras mycket mer innan den dåliga stämpeln tvättas bort. För att ändra på den dåliga lönsamheten som finns inom den kommersiella secondhandbranschen bör man söka nya vägar. Ett alternativ som kommer mer och mer är att sy om de använda kläderna, typ vintage fast i en modernare tappning och då blir det helt plötsligt mode. Ett annat alternativ är man marknadsför sig tydligare genom t.ex. secondhand modevisningar. Här kan kommunen komma in och stötta genom att tillåta att de görs på offentliga platser och lokaler. Secondhand ligger nu helt rätt i tiden och vi ser att marknaden för begagnade kläder blir allt populärare. Även vintage går stort framåt och vi är helt övertygade om att det går att göra en bra affärsidé för omgjorda återvunna klädesplagg. Marknaden är redo för den typen av kläder och dagens generation är väldigt medvetna om miljön och anpassar sitt levnadssätt efter den. Vi kan inte fortsätta i den slit och släng kultur som har varit utan vi är på väg in i en ny era.

## 8.1 Vidare forskning

Under tiden vi jobbade med denna studie kom vi fram till att det finns väldigt lite forskning om vårt klädavfall. Hur mycket gift finns det i alla kläder som slängs? Varför finns det inga krav på sortering? Kan man redan vid produktion sortera bort giftigt avfall så blir det lättare när man skall utvinna det när det kommer som avfall. Vem bär ansvaret för alla sopberg med kläder? Är det producenten, konsumenten eller ligger ansvaret på kommunen eller rent av politiskt? Vad kan man göra för att lyfta hela secondhand branschen? Hur mycket påverkar media branschen? Hur gör vi för att tänkandet med återanvändning och secondhand består till nästa generation?

## 9. Referenslista

### 9.1 Litteratur källor

Eco-innovation - A wealth of ideas for a greener Europe

Ekström Karin - Shopping - rena vetenskapen. Doktorerande i konsumentbeteende vid Handelshögskolan i Göteborg.

Eriksson L T, Wiedersheim-Paul, Finn, *Att utreda, forska och rapportera*, Karlshamn, (1991)

Johansson Nils - Hur kan handeln med begagnade varor öka? En enkätstudie utifrån secondhandbutikernas perspektiv, Examensarbete i miljöskydd och hälsoskydd. Stockholms universitet 2008

Paulvé Dominique - In fashion.

Rehnby Weronika - Textila beredningsprocesser.

Taherzadeh Mohammad - Professor of Biotechnology, Högskolan I Borås.

### 9.2 Muntliga källor

Intervju med Ulrika Georgsson, Lager 157

Marknadsundersökning

### 9.3 Nummerlista fotnoter

<sup>1</sup> ([http://sv.wikipedia.org/wiki/Second\\_hand](http://sv.wikipedia.org/wiki/Second_hand))

<sup>2</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Vintage>)

<sup>3</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85teranv%C3%A4ndning>)

<sup>4</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85teranv%C3%A4ndning>)

<sup>5</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Detergent>)

<sup>6</sup> (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Dispersion>)

<sup>7</sup> (<http://www.jordklok.se/?artnr=SOA101>)

<sup>8</sup> Eriksson L T, Wiedersheim-Paul, F, *Att utreda, forska och rapportera*, 1991, sidan 40

<sup>9</sup> Eriksson L T, Wiedersheim-Paul, F, *Att utreda, forska och rapportera*, 1991, sidan 38-39

<sup>10</sup> Siffran är hämtat från CFK, *Konsumtionsrapporten 2008*

<sup>11</sup> Siffrorna är hämtat från <http://hd.se/blogg/klimatresan/2009-08-18/hur-mycket-slanger-vi-egentigen>

<sup>12</sup> (<http://www.dolceta.eu/sverige/Mod5/spip.php?article234>)

<sup>13</sup> <http://outsidethebox.nu/2009-02-18/den-bortglomda-kladatervinningen>

<sup>14</sup> <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article28606.ab>

<sup>15</sup> <http://www.dn.se/nyheter/sverige/gamla-klader-kan-ge-biobransle-1,932673>

<sup>16</sup> [http://ec.europa.eu/environment/eco-innovation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/eco-innovation/index_en.htm)

<sup>17</sup> <http://www.dn.se/ekonomi/hm-satsar-pa-gamla-klader-1.269263>

<sup>18</sup> [http://www.boomerang.se/#/sv/start/boomerang\\_effekten/](http://www.boomerang.se/#/sv/start/boomerang_effekten/)

<sup>19</sup> Uttal från en butikschef på Myrorna i Stockholm

<sup>20</sup> Figuren är hämtad från Nils Johanssons uppsats

<sup>21</sup> <http://www.jusektidningen.se/Arkivet/2002/7/Ny-forskning-Karin-Ekstrom---Shopping---rena-vetenskapen/>

<sup>22</sup> Figuren är hämtad från Nils Johanssons uppsats

## 9.4 Elektroniska källor

<http://www.myrorna.se/omoss/fragorsvar.html> 2010-03-26

<http://www.dn.se/nyheter/sverige/gamla-klader-kan-ge-biobransle-1.932673> 2010-03-26

<http://mobil.svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?showResults1883320=true&a=1488128&d=33731> 2010-03-30

<http://hd.se/noje/2006/11/10/haer-blir-gamla-klader-som-nya/> 2010-03-30

<http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?showResults1472439=true&a=1488515&d=34007> 2010-03-30

<http://www.stadsmissionen.org/second-hand-butiker/>

<http://www.kretsloppsparken.nu/klp/returhuset.asp?nav=returhuset> 2010-04-01

[http://www.kretsloppsparken.nu/klp/vad\\_kan\\_lamnas.asp](http://www.kretsloppsparken.nu/klp/vad_kan_lamnas.asp) 2010-04-01

<http://www.kretsloppsparken.nu/klp/returhuset.asp?nav=returhuset> 2010-04-01

[http://www.nyteknik.se/nyheter/innovation/forskning\\_utveckling/article690639.ece](http://www.nyteknik.se/nyheter/innovation/forskning_utveckling/article690639.ece) 2010-04-06

<http://helahalsingland.se/hudiksvall/hudiksvallc/1.1005089-gamla-klader-far-ny-form> 2010-04-06

[http://www.ut.se/just\\_nu/byt-bort-gamla-klader-och-fa-nygamla-plagg\(1541925\).gm](http://www.ut.se/just_nu/byt-bort-gamla-klader-och-fa-nygamla-plagg(1541925).gm) 2010-04-06

<http://hd.se/noje/2006/11/10/haer-blir-gamla-klader-som-nya/> 2010-04-06

<http://www.renhallningen-kristianstad.se/sorteringsguiden/ettan.lasso> 2010-04-06

<http://www.mala.se/?id=6938> 2010-04-06

<http://www.sparapengar.be/spartips/klader.htm> 2010-04-06

<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article28606.ab> 2010-04-06

[http://www.scb.se/Grupp/Teman/Sveriges\\_Ekonomi/ Dokument/Sverigesekonomikv208.pdf](http://www.scb.se/Grupp/Teman/Sveriges_Ekonomi/ Dokument/Sverigesekonomikv208.pdf)  
2010-04-06

[http://minplanet.se/index.php?option=com\\_content&view=article&id=745:manga-skael-shoppa-andras-klader&catid=3:aktuellt&Itemid=13](http://minplanet.se/index.php?option=com_content&view=article&id=745:manga-skael-shoppa-andras-klader&catid=3:aktuellt&Itemid=13) 2010-04-07

[http://www.dalaavfall.se/files/sorteringsguide/avfallsdatabas\\_090304.pdf](http://www.dalaavfall.se/files/sorteringsguide/avfallsdatabas_090304.pdf) 2010-04-07

[http://images.google.se/imgres?imgurl=http://letsgooutside.files.wordpress.com/2009/02/42-179475021.jpg&imgrefurl=http://outsidethebox.nu/category/atervinning/&usq=IEE6UwxuLHZWUKVS6ztp5Pwk6d0=&h=267&w=400&sz=75&hl=sv&start=5&sig2=USwYVem4Sf8aRWwq4YNOaA&itbs=1&tbid=CwXEIrpM96CKYM:&tbnh=83&tbnw=124&prev=/images%3Fq%3D%25C3%25A5tervinning%2Bav%2Bgamla%2Bkl%25C3%25A4der%26hl%3Dsv%26sa%3DN%26tbs%3Disch:1&ei=6UO8S86OLs-g\\_AaDxfy6CA](http://images.google.se/imgres?imgurl=http://letsgooutside.files.wordpress.com/2009/02/42-179475021.jpg&imgrefurl=http://outsidethebox.nu/category/atervinning/&usq=IEE6UwxuLHZWUKVS6ztp5Pwk6d0=&h=267&w=400&sz=75&hl=sv&start=5&sig2=USwYVem4Sf8aRWwq4YNOaA&itbs=1&tbid=CwXEIrpM96CKYM:&tbnh=83&tbnw=124&prev=/images%3Fq%3D%25C3%25A5tervinning%2Bav%2Bgamla%2Bkl%25C3%25A4der%26hl%3Dsv%26sa%3DN%26tbs%3Disch:1&ei=6UO8S86OLs-g_AaDxfy6CA) 2010-04-07

[http://images.google.se/imgres?imgurl=http://www.zonsys.se/portal/sundbybergsportalen/nyhet/292/9.jpg&imgrefurl=http://www.brommaportalen.se/index.php%3Fsort%3Dlas\\_mer292&usq=ndI8iC\\_B569IRkeG5Aos6mCINE=&h=301&w=450&sz=45&hl=sv&start=2&sig2=XW0PvYImicK5K828XAhguA&itbs=1&tbnid=6NEwnVOY2zllM:&tbnh=85&tbnw=127&prev=/images%3Fq%3D%25C3%25A5tervinning%2Bav](http://images.google.se/imgres?imgurl=http://www.zonsys.se/portal/sundbybergsportalen/nyhet/292/9.jpg&imgrefurl=http://www.brommaportalen.se/index.php%3Fsort%3Dlas_mer292&usq=ndI8iC_B569IRkeG5Aos6mCINE=&h=301&w=450&sz=45&hl=sv&start=2&sig2=XW0PvYImicK5K828XAhguA&itbs=1&tbnid=6NEwnVOY2zllM:&tbnh=85&tbnw=127&prev=/images%3Fq%3D%25C3%25A5tervinning%2Bav)

[%2Bgamla%2Bkl%25C3%25A4der%26hl%3Dsv%26sa%3DN%26tbs%3Disch:1&ei=6UO8S86OLs-g\\_AaDxfy6CA](#) 2010-04-07

[http://sydsvenskan-img.se/archive/00332/KMbattery7\\_332585a.jpg](http://sydsvenskan-img.se/archive/00332/KMbattery7_332585a.jpg) 2010-04-07

<http://figureskate2008hb.svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?showResults1840433=true&a=1836879&d=22620>  
2010-04-07

<http://www.pastan.nu/konst-museer/kasserade-klader-blir-tygkassar-for-miljons-skull-1.860338>  
2010-04-07

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=106&artikel=2713213> 2010-04-07

<http://www.gp.se/konsument/1.324971-gamla-klader-blir-nya> 2010-04-07

<http://www.jusektidningen.se/Arkivet/2002/7/Ny-forskning-Karin-Ekstrom---Shopping---renavetenskapen/> 2010-05-02

[http://www.radron.se/upload/228/030516\\_5\\_textilbilaga\\_pdf.pdf](http://www.radron.se/upload/228/030516_5_textilbilaga_pdf.pdf) 2010-05-10

<http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85teranv%C3%A4ndning> 2010-05-17

<http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85teranv%C3%A4ndning> 2010-05-17

<http://www.dolceta.eu/sverige/Mod5/spip.php?article234> 2010-05-17

<http://www.dn.se/ekonomi/hm-satsar-pa-gamla-klader-1.269263> 2010-05-17

[http://www.boomerang.se/#/sv/start/boomerang\\_effekten/](http://www.boomerang.se/#/sv/start/boomerang_effekten/) 2010-05-17

<http://www.naturvardsverket.se/sv/Produkter-och-avfall/Avfall/> 2010-05-18

<http://www.youtube.com/watch?v=CWzJVZAxVPY> 2010-05-25

## 10. Bilaga

### 10.1 Hushållens totala konsumtion 2009

Tabell 1 Hushållens totala konsumtion i Sverige 2008

Konsumtionsområden	andel 2008	miljarder kronor 2008 löpande priser	förändring sedan 1998 fasta priser	förändring sedan 2007 fasta priser	genomsnittlig förändring sedan 1998
01 livsmedel och alkoholfria drycker	13%	181	26%	-0,3%	2,3%
02 alkohol och tobak	4%	52	9%	-3,3%	0,9%
03 kläder och skor	5%	72	60%	2,3%	4,8%
04 bostad	27%	381	6%	0,6%	0,6%
05 möbler, hushållsartiklar, underhåll	5%	73	77%	0,4%	5,8%
06 hälso- och sjukvård	3%	45	31%	3,9%	2,7%
07 transporter	13%	184	9%	-8,4%	0,9%
08 kommunikation	3%	45	123%	5%	8,4%
09 fritid, underhållning, kultur	11%	159	73%	2,4%	5,6%
10 utbildning	0%	4			
11 hotell, café, restaurang	6%	86	25%	1%	2,3%
12 övriga varor och tjänster	10%	147	44%	2,2%	3,7%
Delsumma	100%	1 430	29%	-0,2%	2,6%
15 hushållens konsumtion i utlandet		71	39%	3%	3,3%
16 utländsk konsumtion i Sverige		-84	101%	3,4%	7,2%
Summa		1 417	27%	-0,3%	2,4%

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, Hushållens konsumtionsutgifter fördelade efter ändamål (FN:s klassificering COICOP). Beloppen gäller hushållens egna utgifter och skattas med hjälp av den årliga hushållsundersökningen (HUT) och omsättningsciffror från handeln. Konsumtion som finansieras av ideella organisationer (COICOP 13) och offentlig sektor (COICOP 14) t ex skola och sjukvård ingår ej. Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2009-08-06

## 10.2 Enkät

### Intervjufrågor till Kvinnor mellan 16-65 år

1. Vilken ålder har du?
2. Hur mycket kläder köper du per månad/år? Ca antal plagg.
  3. Var gör du av dina gamla kläder?
    - Hur stor del går i soporna?
    - Lämnas till välgörenhet el t.ex. Myrorna?
    - Syr om?
    - Hamnar på vinden eller i källaren?
    - Byter med vänner?
  4. Varför skänker/lämnar du inte dem vidare? Om du svarat att en del går i soporna på fråga 3
  5. Vad skulle få dig att lämna in dem till välgörenhet istället för att slänga?
  6. Handlar du på secondhand? Motivera ditt svar.
  7. Kan du tänka dig att få dem omgjorda till ett annat plagg? T.ex. en klänning blir en kjol.
  8. Spelar miljön en roll i ditt sätt att hantera använda kläder? Motivera

**Tack för din medverkan!**

**Mia & Leila**

December 2006

# AVFALLSNYTT

**HJO - KARLSBORG - SKÖVDE - TIBRO - TÖREBODA - KOMMUNER I SAMVERKAN**

Detta är det sjuttonde numret av en informationsskrift från Avfallshandling Östra Skaraborg, AÖS. Avfallsnytt delas ut till alla hushåll i Hjo, Karlsborg, Skövde, Tibro och Töreboda.

## Du lämnar väl dina gamla kläder till insamling!

När avfall uppstår finns risk att vi slösar med resurser och för en rad miljöproblem om, avfallet inte tas om hand på ett miljömässigt korrekt sätt. Inom EU följer vi en så kallad avfallstrappa. Denna innebär att vi i första hand ska återanvända produkter, i andra hand att återvinna materialet, i tredje hand att utvinna energi och i sista hand att slänga produkten på soptippen (deponera).

### Du bidrar ...

Genom att skänka dina förbrukade kläder, dukar, gardiner, skor, accessoarer och andra användbara saker till olika ideella organisationer kan du bidra till resurshushållning och minskad miljöpåverkan.



- Du bidrar till att minska sopberget.
- Du bidrar till minskning av kemikalieanvändning vid nyttillverkning.
- Du bidrar till minskad vattenförbrukning i länder med knappa vattenresurser.
- Du bidrar till meningsfull sysselsättning för ett stort antal människor.
- Du bidrar till att människor i fattiga delar av världen får tillgång till nödvändiga kläder.
- Du bidrar till minskade utsläpp av koldioxid.

Eftersom det mesta av insamlade textilier och begagnade saker säljs eller skänks är det viktigt att det du lämnar är helt och rent samt är användningsbart (säljbart).

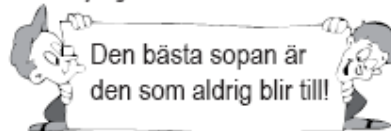


### Var lämnar jag textilier?

Här kan du lämna textilier:

- Hjo - återvinningscentralen samt några av återvinningsstationerna.
- Karlsborg - återvinningscentralen samt några av återvinningsstationerna.
- Skövde - Risängens återvinningscentral, vissa av de övriga återvinningscentralerna samt några av återvinningsstationerna.
- Tibro - återvinningscentralen samt några av återvinningsstationerna.
- Töreboda - återvinningscentralen och återvinningsstationerna.

Om du vill skänka andra begagnade, användbara saker så undersök om det finns någon ideell organisation som tar emot för försäljning i din kommun! De tar ofta emot även kläder för försäljning.



# Paletten 2010



Här kommer en kort presentation av de aktiviteter som ingår i årets aktivitetspalett. Rikskansliet tar fram hjälpmedel för att arrangemangen ska kunna genomföras så bra och enkelt som möjligt.

Information och material finns på medlemssidorna:

[www.naturskyddsforeningen.se/medlemssidor/Aktiviteter/](http://www.naturskyddsforeningen.se/medlemssidor/Aktiviteter/)

Kontaktperson om ej annat anges: Isak Isaksson, 08-702 65 18.

[isak.isaksson@naturskyddsforeningen.se](mailto:isak.isaksson@naturskyddsforeningen.se)



Januari-  
september

## VALET 2010

Natur- och miljöfrågor är politiska frågor. Genom ett skickligt agerande i valrörelsen kan naturen och miljön dra det längsta strået i dragkampen om väljarna och politikernas uppmärksamhet. Verktyg; kretshandledning, rådgivning på riksstämman med mera. Kontakt: Svenne Junker. Tel 08-702 65 58.



Lördag  
24 april

## MILJÖVÄNLIGA DAGEN

Var med och ordna Sveriges största klädbyrådag. Dagen kan arrangeras på många olika sätt. Det finns möjlighet att samarbeta med skolor eller andra aktörer. Dagen genomförs i samarbete med Lager 175 som arbetar med överskott och begagnat. Marknadsföringsmaterial och handledning finns. Kontakt: Jessica Andréason.



vår &  
sommar

## PICKNICK I HAGEN

Njut av tiden mellan hägg och syren. Arrangera en ekologisk picknick för att fira hagens rika biologiska mångfald. Koppla på andra aktiviteter som t ex naturguidning i hagen, snokar, quiz. Marknadsföringsmaterial tas fram med tips på en ekologisk picknick meny från Carola Magnusson, ekokock.



5-6 juni

## NATURNATTEN

Naturnatten är Naturskyddsföreningens egen natt. Vi upplever naturen tillsammans på ett nytt och spännande sätt. Aktiviteter arrangeras på ett hundratal olika platser över hela landet. Rikskansliet producerar en A3 affisch, en aktivitets-handledning samt förslag till annonsmallar och lokala pressmeddelanden.



11-13  
juni

## UTSTÄLLNINGAR

Efter succén med kilmatquizen förra året satsar vi på att producera en frågesport på temat biologisk mångfald. Den kommer att presenteras på riksstämman i Gävle och sen finns för utlåning. Det finns fler utställningar att låna. Kontakta rikskansliet för mer information och bokning.



Lördag  
7 augusti

## ÄNGENS DAG

Varje år under ängens dag samlas medlemmar på ett hundratal platser runt om i landet för att göra en praktisk naturvårdsinsats genom slåtter. På många håll är detta en familjefest med mat, dryck och musik. Det finns tryckta affischer, förslag till annonsmallar, lokala pressmeddelanden samt en aktivitets-handledning.



v.40  
2-10 okt

## MILJÖVÄNLIGA VECKAN

Under 2010 utvecklades fjolårets mattema och fokuserar nu på restaurang- och storkök. Målet med Miljövänliga Veckan är att få restauranger att satsa på vegetariska, miljömarta rätter och på det sättet nå stor miljönytta. Riksupptakten är i Stockholm 20-21 mars. Kontakt: Jessica Andréason, Tel 031-10 55 87.



12  
november

## RÅDSLAG FÖR KRETSAR

Nu är det läge att låta verksamheten blomma vidare in i 2011. Vad ska vi ta med oss från paletten och vilka nya frön ska sås? Var med och påverka nästa års verksamhet på rådslandet den 12 november.



## 10.5 Moodboard

# Moodboard



Vi inspirerades till denna moodboard under tiden vi jobbade med uppsatsen. Den speglar hela vårt arbete, allt ifrån avfall till återanvända kläder.

## 10.6 Värdekedjan inom textil



- Odling, Rensning, Spinning
- Färgning, Vävning



- Klädindustrin
- Grossist, Detaljist



- Konsument
- Sopor eller klädinsamling