

Att använda det som finns i garderoben

En litteraturöversikt om konsumenters
attityder till begagnade kläder

MAGDALENA PETERSSON MCINTYRE

RAPPORT 6947 • DECEMBER 2020



Att använda det som finns i garderober

En litteraturoversikt om konsumenters attityder till
begagnade kläder

Författare Dr. Magdalena Petersson McIntyre, Göteborgs
Universitet, Centrum för Konsumentvetenskap

Beställningar

Ordertel: 08-505 933 40

E-post: natur@cm.se

Postadress: Arkitektkopia AB, Box 110 93, 161 11 Bromma

Internet: www.naturvardsverket.se/publikationer

Naturvårdsverket

Tel: 010-698 10 00

E-post: registrator@naturvardsverket.se

Postadress: Naturvårdsverket, 106 48 Stockholm

Internet: www.naturvardsverket.se

ISBN 978-91-620-6947-6

ISSN 0282-7298

© Naturvårdsverket 2020

Tryck: Arkitektkopia AB, Bromma 2020

Omslag: Foto av Andrej Lišakov via Unsplash

1 Förord

I regleringsbrevet för 2018 fick Naturvårdsverket i uppdrag att genomföra informationsinsatser för att öka kunskapen hos svenska konsumenter för en mer hållbar konsumtion av textilier. Insatser som genomförs inom uppdraget ska omfatta konsumenters kunskap om textiliers miljö- och hälsopåverkan i alla led i värdekedjan. Arbetet ska genomföras i samarbete med Konsumentverket och Kemikalieinspektionen. Den information som kommuniceras inom uppdraget bör vara saklig, faktabaserad och enkel för konsumenten att ta till sig.

Samlad forskning pekar på vikten av förlängd livslängden av redan producerade kläder, och därigenom minska resursuttaget och miljöpåverkan som kommer av nyproduktion. Förlängd livslängd för redan producerade plagg kan uppnås genom till exempel reparation av kläder, delat ägande av kläder och/eller second-handförsäljning. Här har en kunskapslucka identifierats gällande en djupare förståelse kring svenska konsumenters attityder och beteende i förhållande till begagnade kläder. Vilka faktorer gör att konsumenter avstår från att konsumera begagnade kläder? Vidare, vilka faktorer spelar in för konsumenter som faktiskt väljer begagnat före nyproducerat?

För att få en bättre överblick av nuvarande forskningsläge slöts en överenskommelse mellan myndigheterna Naturvårdsverket och Göteborgs Universitet för att generera denna litteraturstudie. Syftet med studien är att ge en sammanfattande bild av tidigare utförd forskning samt analys av varför många konsumenter fortfarande avstår från att konsumera begagnade kläder, samt vilka faktorer som skulle kunna bidra till förändrat beteende och attityder.

Rapporten ingår som ett underlag i regeringsuppdraget *Information om hållbar konsumtion av textilier 2018-2020*.

Författarna ansvarar själva för innehållet och slutsatserna i rapporten.

Naturvårdsverket, december 2020

Malin Viola Wennberg

Handläggare, Hållbarhetsenheten

Innehåll

1	FÖRORD	3
2	SAMMANFATTNING	5
3	BAKGRUND	7
3.1	Syfte	8
4	FORSKNINGSÖVERSIKT	9
4.1	Att använda det som finns i garderoben	9
4.2	Designperspektiv på förlängd livsfas	9
4.3	Konsumentperspektiv på förlängd livsfas	12
4.4	Gapet mellan vad vi säger och vad vi gör	12
4.5	Praktiker, färdigheter och rutiner	13
5	MOTIV	15
5.1	Taxonomi	17
5.2	Barriärer	20
5.3	Förlängd användarfas	21
5.4	Vad ska mätas?	23
5.5	Hur kan man mäta	25
6	DELANDE	30
7	KONSUMTIONSPERSPEKTIV	32
8	ANALYS	34
8.1	Rekommendationer	36
9	KÄLLFÖRTECKNING	39

2 Sammanfattning

Samlad forskning pekar på att förlängd livslängden av redan producerade kläder, och därigenom minskad konsumtion av nyproducerade plagg, är en viktig åtgärd för att minska de resursuttaget och miljöpåverkan som kommer av nyproduktion¹. Förlängd livslängd för redan producerade plagg kan uppnås genom till exempel reparation av kläder, delat ägande av kläder och/eller second-handförsäljning. Flertalet forskningsstudier och konsumentundersökningar visar på att majoriteten av de svenska konsumenterna vill konsumera mer hållbart, men i köpögonblicket är det istället faktorer så som pris och passform som avgör. Det finns en diskrepans mellan attityd och aktion.

Syftet med denna litteraturstudien är att undersöka konsumenters motiv till att införskaffa och använda begagnade kläder samt varför många konsumenter fortfarande avstår från att konsumera begagnade kläder. Vidare undersöks vilka faktorer som skulle kunna bidra till förändrat beteende och attityder. Studien har som mål att identifiera möjliga kunskapsluckor samt ge en analys av nuvarande forskningsläge.

Litteraturgenomgången visar att det minst miljöbelastande beteendet innebär att man värdesätter, använder och uppdatera det man redan har i garderoben. Den stora frågan för satsningar på hållbar textil är följaktligen att hitta metoder för att använda plaggen längre, genom att få konsumenter att bli mer nöjda med det de redan har och därför köper mindre nyproducerat.

En slutsats är att fler konsumenter skulle välja begagnade kläder om det vore mer lättillgängligt och upplevdes som ett mindre kostsamt alternativ. Tillgängligheten på nyproducerade kläder idag är stor och prisutvecklingen på kläder/ textilier under de senaste 20 åren varit relativt konstant, vilket har bidragit till att textilkonsumtionen under samma tidsperiod ökat med närmare 30 %. Om begagnade textilier upplevdes som rena, hade bra storlekar och såg nya ut skulle dessa produkter uppfattas som mer attraktiva. Konsumenter väljer second hand när det upplevs som ett bättre alternativ. Det kan handla om stil, pris och tillgång.

En vidare observation är att konsumenter kan uppleva begagnade kläder som ofräscha. Känslan av att något är ofräscht kan vara både föreställd eller verklig, men i båda fallen utgör den ett hinder för att konsumenten ska handla mer second-hand. Känsla av att ett plagg är ofräscht uppges ofta härstamma från tanken på att plagget haft en tidigare ägare, men samma fenomen kan ha motsatt effekt. Om ett plagg har ägts av en kändis eller influencer kan plagget istället anses ha en högre attraktionskraft just för att det haft en tidigare ägare.

¹ <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/08/G.Sandin-Environmental-assessment-of-Swedish-clothing-consumption.MistraFutureFashionReport-2019.05.pdf>

Ett sätt att förstå konsumtion är att det styrs av vanor och rutiner. När en vana väl slagit rot, fortsätter vi att göra på samma vis, utan att fundera så mycket på varför. Ett viktigt steg i att nå en mer hållbar konsumtion bör därför inkludera att ändra på vanor. Flera forskare har påpekat att detta inte kan uppnås genom endast information. För att uppnå förändring efterfrågas istället en kombination av olika styrmedel. Förändrade vanor och rutiner måste förankras i vardagslivets krav på tillgänglighet, enkelhet och praktikalitet. Det måste också upplevas som ekonomiskt försvarbart.

Det finns fortfarande stora kunskapsluckor kring konsumentens relation till sina textilier. En sådan lucka är tillgång på data när det gäller det informella delandet av kläder. Data för kläders som ärvs av vänner och familj, eller byter ägare genom vänner saknas i forskningen idag. Vidare behövs mer data kring kläders livslängd. Det återstår praktiskt arbete och formulering av olika enheterna för att beskriva och mäta livslängd, samt hur dessa faktiskt varierar i relevans för olika grupper av textilier.

3 Bakgrund

Bakgrunden till följande litteraturstudie om konsumenters attityder och beteende i relation till begagnade kläder ingår i Naturvårdsverkets uppdrag om Information om hållbar konsumtion av textilier. I den genomförs kommunikationsinsatser för att öka kunskapen hos konsumenter för en mer hållbar konsumtion av textilier (främst kläder), genom till exempel ökad återanvändning och återvinning. Informationsinsatserna omfattar konsumenternas kunskap om textiliers miljö- och hälsopåverkan i alla led i värdekedjan. Samlad forskning pekar på att vi måste förlänga livslängden på redan producerade kläder, och därigenom minska resursuttaget och miljöpåverkan som kommer av nyproduktion. För att få ytterligare kunskap kring varför många konsumenter fortfarande avstår från att konsumera begagnade kläder sammanfattar studien forskningsläget samt ger en analys och rekommendationer för fortsatt forskning.

Trots att hållbarhet är en av de största utmaningarna i vår tid, fortsätter klädkonsumtionen att öka. Mängden kläder som konsumeras i västvärlden har ökat snabbt och konsumenter äger fler och fler plagg. Det innebär att många har mer kläder än de faktiskt har tid att använda och att många plagg hänger helt oanvända i garderoben. Även om många västerländska konsumenter vet hur de ska gå tillväga för att göra hållbara val är effekten på den totala konsumtionen negativ. Teknik för att ställa om till hållbar produktion är till stor del redan utvecklad. Men flera forskare har påpekat att initiativ för hållbar konsumtion tenderar att fastna antingen i utvecklingen av ny teknik, i att ersätta tyger med olika slags material eller genom att förbättra försörjningskedjorna. Alternativt i förhoppningar om att konsumenters engagemang i mode ska förändras. Dessa strategier har samtidigt fått kritik för att upprätthålla den konsumtionsmaskin de säger sig vilja utmana (Fletcher 2014, Tham 2015, Payne 2017).

Att övertyga konsumenter till att göra hållbara val har visat sig vara en utmaning. Därför är det viktigt att öka förståelsen om varför konsumenter konsumerar som de gör. Intresset för återbruk och återvinning ökar bland såväl konsumenter som återförsäljare och har därför identifierats som en möjlighet till mer hållbar konsumtion av kläder. För att ytterligare undersöka i vilken utsträckning konsumtion av secondhandkläder kan öka är det därför viktigt att undersöka vilka motiven till att återanvända kläder är. Lika viktigt är det att förstå mer om vad det kommer sig att vissa konsumenter väljer att inte använda eller införskaffa begagnade kläder.

För att fördjupa förståelsen av konsumenters bruk av kläder fördjupar sig den här rapporten i samtida forskning om konsumtion av kläder och mode. En stor del av befintlig klädforskning utgår ifrån förhållandet mellan kläder, kropp och individualitet. Som konsumtionsvara har kläder en särskild relation till kroppen och till intimitet. Kläder ses som nära knutet till jaget och personligheten. Bruket av kläder måste förstås i förhållande till sociala normer och konventioner. Vilka kläder som används och bärs vid vilka tillfällen är sammanflätat med kulturella

föreställningar om vad som är lämpligt, förväntat och förmånligt. Traditioner och värdesystem påverkar också hur textila material används och uppfattas. En viktig aspekt gällande kläder är att de tillverkas, säljs, köps och används utifrån föreställningar och förväntningar om de tillfällen de ska bäras vid. Olika kläder bärs vid olika tillfällen. Med våra kläder markerar vi skillnad mellan natt och dag, arbete och fritid, fest och vardag, idrott och vila, ute och inne. Kläder har betydelse för hur bäraren uppfattas av andra, men de påverkar också hur bäraren känner sig (Klepp och Laitala 2017).

3.1 Syfte

Syftet med litteraturstudien är att undersöka vilka konsumenters motiv till att införskaffa och använda begagnade kläder är samt varför många konsumenter fortfarande avstår från att konsumera begagnade kläder. Vidare undersöks vilka faktorer som skulle kunna bidra till förändrat beteende och attityder. Studien har som mål att identifiera möjliga kunskapsluckor samt ge en analys av nuvarande forskningsläge.

4 Forskningsöversikt

4.1 Att använda det som finns i garderoben

Minskad konsumtion har identifierats som den mest effektiva principen för att minska påverkan på miljön. Men återvinning är trots det den princip som fått mest uppmärksamhet (Lane, Horne & Bicknell 2009). Exempelvis lanseras återvunnen polyester som ett hållbart alternativ, men att återvinning skulle göra polyester hållbart har stött på mycket kritik. Även om polyester kan återanvändas finns stora tekniska utmaningar med det. Polyesterfibern finns dessutom kvar långt efter att klädernas användarvärde är förbrukat. Kritik har därför riktats mot exempelvis H & M:s ”conscious campaign” utifrån att insamlade textilier främst kommer ansamlas i fabriker. Den största delen polyesterplagg hamnar fortfarande i nedgrävda markdepåer (Stane och Gibson 2017). Istället för att köpa nya plagg med märkningen ”sustainable” behöver konsumenter köpa färre varor och använda dem de har längre (Chico, Aldaya and Garrioda 2013).

En avgörande fråga gällande minskad miljöpåverkan av kläder är förlängd livslängd, det vill säga att de plagg som tillverkats verkligen används under en längre tidsperiod. Men att mäta kläders livsfas är annorlunda än att mäta många andra konsumtionsvarors livslängd. I jämförelse med exempelvis vitvaror har kläder en mer komplicerad användnings- och funktionsfas. Även om vitvaror också byts ut trots att de fortfarande fungerar kan exempelvis ett kylskåp betraktas som att det är funktionsdugligt så länge som det kan kyla varor. Om det inte längre kan kyla varor eller repareras är det inte längre funktionellt. Det är inte särskilt vanligt att ett kylskåp som inte fungerar sparas i hushållsförråd. Ett klädesplagg kan däremot vara oanvänt även om det fortfarande är funktionellt. Det kan stivas undan i perioder eller säsonger för att sedan användas igen. Det kan också förvaras under långa tider i väntan på att rätt tillfälle att bära det ska uppstå. Kläders funktion och användning är beroende av väder och tillfälle. Därför är det mer komplicerat att mäta kläders livslängd. Kläder kan ha en funktion även om de inte är aktiva. Att mäta hur många gånger ett plagg använts, hur länge det finns i en ägares garderob, hur många tvättar det tål eller hur länge det håller stilen eller är på modet skiljer sig mellan vilka plagg det gäller, vilka tillfällen de är anpassade till och vilken relation det har till ägarens övriga kläder. Slittållighet och varaktighet gällande kvalité och stil kan säga något, men är på det stora hela trubbiga mått på kläders livslängd (Laitala och Klepp 2018).

4.2 Designperspektiv på förlängd livsfas

Från ett designperspektiv har Kate Fletcher (2008), en av de mest framträdande forskarna inom hållbart mode, argumenterat för att en systemförändring krävs där idéerna om ekonomisk tillväxt ifrågasätts och småskalighet, närproducerat och hantverk understöds. Fletcher är kritisk till vad hon ser som en utveckling där betydelsen av mode och vad det är för något har blivit synonymt med modeindustrin. Modeindustrin har fått alldeles för stor makt över våra definitioner

av mode och vårt förhållande till kläder och mode har blivit en fråga om att shoppa, titta, och gå på stan och på så vis utvecklats till en slags konsumtionsmaskin. Fletcher påpekar att denna syn har blivit så dominerande att även verksamma inom frågor om hållbarhet har anammat den. Det finns generellt en motvilja mot att vilja se mode som något som existerar utanför en kommersiell kontext. Modeindustrins handelsvara är nyhet och strävan efter status, i utbyte mot ekonomisk vinst. Att mode handlar om inköp av nytt i butik har mer eller mindre kommit att uppfattas som självklart. Det ses som normalt att mode erbjuds av butiker och att konsumenters engagemang handlar om att byta till sig plagg mot pengar. På samma vis ses det också som normalt att dessa plagg ska se daterade ut om ett halvår och att de därför måste kasseras, snarare än repareras eller sys om (Fletcher 2015: 18). Denna konsumistiska cirkelsyn på mode är självuppfyllande då modeindustrin skapar villkoren både för att tillhandahålla modet och tala om för oss vad mode är för något. Mode skapas, som Fletcher (2015) påpekat för det idealiserade ögonblicket *innan* en människa klär på sig plagget. Före tiden och livet tar sig in i ärmarna, sliter på kragen och smutsar ner tyget. Mode har klippts bort från användningens kontext, reducerats till ett objekt, ett medel för handel, något som förstärker föreställningen om mode som en flytande och aldrig komplett konstruktion av jaget (se även Bauman 2008, s 64).

Hållbara modepraktiker måste återgå till en förståelse av kläders betydelse i vardagslivet. Detta måste appliceras i modesektorn, modeindustrins produkter måste komma till användning, först då kan en mer hållbar modeekonomi bli verklig, menar hon.

För att vidare betona betydelsen av användning har Fletcher lanserat vad hon kallar 'craft of use', det vill säga ett slags användandets hantverk, eller brukshantverk. Ett brukshantverk fokuserar mer på användning än på skapande. Design och användning måste se som en helhet. Plagg säljs idag som produkter, men lever som processer. Av avgörande betydelse är att användare blir nöjda och tillfredsställda med sina kläder (Fletcher 2016).

Modets cykler snabbas dessutom ständigt upp, detta eftersom butikers främsta konkurrensmedel är just nyhet (Anson 2010). Konsumenter handlar oftare och mer, eftersom plaggen håller kortare tid och är av sämre kvalitet. Modeindustrin har vuxit sig stark genom att tillhandahålla en berättelse där ekonomisk tillväxt sker genom att fler och fler plagg byts mot pengar. Materiellt överflöd är produkten av ett kulturellt-ekonomiskt system som vidmakthålls av konsumenters samtycke till den bekvämlighet det erbjuder (Moore 2018, i Fletcher 2015).

2000-2010 föll priset på kläder i Europa med 26,2 % (Anson 2010:5, i Fletcher 2015), samtidigt har konsumtionen av antal plagg ökat med en tredjedel (siffror från UK, Allwood et al 2006:11, Fletcher 2015). Modesektorns dynamik, dess affärsmodeller och tillverkningsstrategier har vuxit fram under idén om tillväxt, globalisering och "mer och billigare". Enligt Fletcher har en samverkan skett mellan ideologin om fria marknadskrafter, förändrande affärspraktiker och teknisk utveckling. Importtullar på textil och kläder har minskat samtidigt som

produktionen har utlokaliseras till lågprisländer. En återgång till produktion av trendkänsliga kläder till Europa har skett, men främst för att snabba på leveranser till marknaden, enligt Fletcher. Elektroniska kvitton visar direkt vad som säljs och lager kan koordineras så att gångbara plagg inte riskerar att ta slut. Tillsammans har dessa förändringar lett till att konsumtionen kunnat öka och öka, menar Fletcher. Dessa processer har skapat ett tillstånd där modeföretagens framgång mäts genom försäljning i detaljhandeln som rapporteras i form av årlig tillväxt. Samtidigt finns rapporter som visar att nästan 70 % av plaggen i en garderob är inaktiva (Pure Profile 2013, i Fletcher 2015:18).

Detta system bygger på föreställningar om att mode handlar om konsumtion av nyttillverkade plagg som köps i butik. Andra sätt att förstå mode har mer och mer glömts bort. Aktiviteter som tidigare var vanliga som att sy hemma har till stor del försvunnit. Ekonomiska incitament saknas och det kan till och med vara dyrare att (kem)tvätta ett plagg än att köpa ett nytt. I samma takt som lagning och vård av kläder inte lönar sig ekonomiskt glöms dessa kunskaper också bort. De som idag syr hemma gör det antingen som halvprofessionella entusiaster eller under en övergående period. Symaskinen har blivit en försvinnande relik i dagens samhälle. Stadskärnorna domineras av butiker, särskilt kedjor, som säljer nytt. Reparationstillfällen är marginella (Fletcher 2015).

Enligt Fletcher (2015) har också dessa modeller och strukturer format föreställningar om vad hållbarhet är och hur det kan implementeras. Modeindustrin har koncentrerat sig på att finlipa, förbättra och utveckla sina tillväxtmodeller. Vissa förbättringar har skett såsom minskad resursintensitet i tillverkningen av fiber, och en utveckling som minskar användningen av energi och vatten i tillverkningen. Några förbättringar i textilarbetarnas villkor har också skett, skriver hon. Konsumenter har också uppmuntrats att minska effekterna på miljön av tvätt, samtidigt som vattenresurser har återanvänts i högre utsträckning. Men även om klimatpåverkan per plagg har minskat under de senaste 30 åren, så har detta suddats ut av en ständig ökning av antal plagg i cirkulation (Grose 2015). Att fler och fler plagg produceras i hållbara material eller med hållbara metoder har därför inte någon effekt eftersom den äts upp av fokuseringen på tillväxt där antalet plagg hela tiden ökar. Konsumenter, även de som köper ekologiska alternativ, är fastlåsta i ett modesystem som bygger på att köpa nya kläder. Inom ett sådant förhållande, så ökar inte bara konsumtionen ständigt, utan konsumenters tolkning av vad mode är för något är beroende av utbyte av kapital och konsumtionsvaror, det är det som får representera upplevelsen av att praktisera mode, modeupplevelsen, att ingå i ett modesystem (Fletcher 2015).

En annan ingång är från exempelvis Reiley och DeLong (2011) som diskuterar hur konsumenter kan hantera längtan efter nyhet och ett unikt utseende utan att köpa nya varor.

4.3 Konsumentperspektiv på förlängd livsfas

Men att stora delar textil är oanvända eller slängs i avfallet är inte detsamma som att konsumenter omfamnar en slit-och-släng-mentalitet. Trots den stora mängden textilt avfall visar flera studier att konsumenter inte vill slänga textil (Lane et al 2009, Gregson et al 2007). I en studie från Storbritannien visar Gregson, Metcalf & Crewe (2007) att hushåll endast slängde 29 % av de konsumtionsvaror de gjorde sig av med och att hela 60 % antingen lämnades till välgörenhet, såldes eller gavs bort till släkt och vänner. De menar att föreställningen om ”throwaway society”, dvs. ”slit-och-släng-samhället” inte alls är en så enkel sanning som den ofta tros vara. Viktiga frågor är också att kläder slits, blir omoderna, och inte längre passar in i livsstilen. Vi behöver förstå mer om hur den processen går till, när kläder förlorar sin attraktionskraft. Därför är minskat textilavfall inte någon enkel fråga. Det har också påpekats att det finns skillnader mellan överflöd och sopor och att kläder inte används betyder inte att de ses som skräp (Collins 2019).

4.4 Gapet mellan vad vi säger och vad vi gör

I en konsumentundersökning som utfördes av Gullers Grupp på uppdrag av Naturvårdsverket framkommer att den främsta anledningen (över 50%) till att man inte köper begagnade kläder är att det *inte känns bra att ha på sig kläder som någon annan har haft*³. Samtidigt uppger 83 % av respondenterna att de absolut skulle eller kanske kunna tänka sig att köpa mindre mängder nya textilier, om de visste att det gör skillnad för miljön. I samma undersökning framkommer även att de slutgiltigt avgörande faktorerna i ett köp är pris, utseende och passform på plagget.

En liknande observation har gjorts av Ekström m.fl. (2012) i ”Mot en mer hållbar konsumtion: en studie om svenska konsumenters anskaffning och avyttring av kläder”. De har observerat vad de kallar ett *values-action gap*, det vill säga ett gap mellan konsumenters uttalade omtanke om miljön och deras dagliga agerande. Forskarna drar slutsatsen att konsumenter i första hand inte behöver mer information om klädkonsumtionens negativa effekter på miljön för att agera mer miljövänligt, utan att vad som behövs är snarare olika former av åtgärder som gör det möjligt för konsumenter att sätta miljövänliga handlingar i bruk. Gapet är störst bland unga konsumenter vilket de tror kan bero på att denna generation vuxit upp med större tillgång på billiga kläder, än äldre generationer. Äldre konsumenter gav uttryck för högre sparsamhetsideal, men Ekström m.fl. tror inte att det är en åldersfråga utan handlar om den tidsepok som respondenterna vuxit upp i.

³ <http://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/regeringsuppdrag/2018/konsumentundersokning-2018-hallbar-konsumtion-av-textilier.pdf>. S.41

Samtidigt är det viktigt att hålla i åtanke att det finns stora variationer inom de olika grupperna. Klädbyttardagar var något som många yngre engagerade sig i.

I studien återkom vissa mönster som observerats i andra studier. Dyra, snygga och/eller välbevarade kläder sorterades ut för att säljas, bytas eller ges bort till vänner och familj, medan kläder av mindre ekonomiskt värde eller med defekter skänktes till välgörenhet. Det var vanligt att skänka kläder till välgörenhet som ett sätt att med gott samvete göra sig av med användbara plagg.

Rekommendationer från Ekström m fl. är att information kan behövas gällande tillvägagångssätt för källsortering av kläder, men det krävs att det finns insamlingsplatser som underlättar källsortering. Praktiska motiv, som att det är enkelt är viktiga. Avdrag för skraddare och hantverkstjänster och skattereduktion som minskar skillnaden mellan gammalt och nytt är andra förslag. De ser butikskoncept som ”tvättar bort” stämpeln av second hand som rörigt och ohygieniskt och att öka konsumenters förtroende för välgörenhetsorganisationer förslås också.

I en ytterligare studie menar Ekström och Salomonsson (2014) att lösningen på ohållbar klädkonsumtion måste angripas utifrån ett nätverksperspektiv. Att konsumenter ska övertygas till att göra hållbara val är bara en del. Fler aktörer i nätverket runt kläders konsumtion måste bli delaktiga i att ta ansvar för att öka volymer av återanvändning och återvinning av kläder och textil. Återanvändning och återvinning är del av lösningarna, men det underliggande problemet med ökad konsumtion måste hanteras genom förändringar i livsstil och konsumtionsmönster, menar de. Att äga färre saker, vårda dem och ta hand om dem är viktigt, såväl som kompetenser gällande hur textilier kan underhållas, vårdas och uppskattas. Att det ska vara enkelt och praktiskt möjligt att återvinna är ett grundläggande ställningstagande (se även Ekström 2015).

4.5 Praktiker, färdigheter och rutiner

Flera konsumentforskare har också kritiserat ståndpunkter där ansvaret för att göra hållbara val läggs på konsumenterna, när det verkligen är bristen på hållbarhet på samhällsnivå som är ett problem (se Röpke 2009). Elisabeth Shove (2010) har till exempel ifrågasatt idéerna om att hållbarhet kan uppnås genom att ändra på attityder. Projekt som uppmuntrar konsumenter att köpa ”grönt” eller hållbart mode är ur detta perspektiv inte tillräckliga eftersom dessa förslag förstärker status quo - de uppmuntrar oss att fortsätta konsumera och tänka på oss själva som konsumenter och därmed behålla befintliga modeller. Istället måste vi reflektera djupare över vad konsumtion innebär och söka ett perspektiv där konsumtionspraktiker förstås som sammanvävda med andra delar av livet. Identitet bör inte förstås som ett ”hinder” att komma förbi, vilket ofta är frågan i hållbarhetsinitiativ, menar hon. Tanken att ohållbara konsumtionsmönster kan lösas med medvetna eller rationella konsumentval är vanligt, menar Shove och myndigheter implementerar ofta den så kallade ABC-modellen; attityd – beteende – förändring (change), men som Shove (2010) argumenterar kan hållbarhet inte

uppnås bara genom att ändra attityder. Människor behöver uppmuntras till att tänka på sig själva på andra sätt än i termer av konsumenter vars förmåga att agera och bidra till en hållbar värld ligger i de konsumentval de gör (se även Fletcher 2008, DeLong och Reiley 2011, Shove och Watson 2012; Payne 2017).

5 Motiv

De norska kläd- och konsumtionsforskarna Kirsi Laitala och Ingun Grimstad Klepp har genomfört flera studier om konsumenters attityder till att konsumera begagnade kläder och hur kläders livsfas kan förlängas genom att fördjupa kunskapen om hur stora grupper av befolkningen använder och lever med sina kläder i vardagslivet. Laitalas och Klepps studier ligger mycket nära denna översikts syfte och här följer därför en noggrann genomgång av fyra av deras studier som innehåller såväl forskningsöversikter, empiriska studier och förslag på tillvägagångssätt för framtida studier och implementeringar.

Ett grundläggande antagande i Laitalas och Klepps forskning är att förlängd livslängd på kläder är ett viktigt mål för att minska negativ miljöpåverkan, men att det kan uppnås på flera sätt. De är kritiska till att tidigare forskning främst har intresserat sig för affärsmöjligheter i relation till förlängd livslängd, samt utgått från en förenklad förståelse av kläders betydelser, användning och funktioner i vardagen. En generell observation är att de konsumenter som väljer att köpa begagnade kläder ofta uppger att det är viktigt för dem att vara unik eller hitta rätt stil. De konsumenter som tvärtom väljer att inte anskaffa begagnade kläder, använder ofta vaga och öppna förklaringar, såväl som kontextuella skäl, som hygien, hälsa och intimitet.

I artikeln ”Motivations for and against second-hand clothing acquisition” från 2018 betonar Laitala & Klepp vikten av att skilja mellan vad de kallar formell och informell återanvändning av kläder. Delande är inte alltid organiserat via en marknad, eller affärsmodell. De stöder sig på forskning som har visat att den andel kläder som anskaffas via icke-monetärt utbyte av kläder, är högre än den som sker via handel och byte med pengar. Med privat utbyte menas exempelvis aktiviteter där tidigare ägda kläder får en ny ägare genom att skänkas till vänner, familjemedlemmar eller andra bekanta, eller genom bytespartys, arv, gåvor, att ge bort genom sociala medie-kontakter. Marknadsbyte, sin tur, är aktiviteter där begagnade kläder byts mot pengar, exempelvis i second-hand-butiker, vintage-butiker, loppmarknader, Myrorna etc. välgörenhet, online, bakluckeloppis eller garage-försäljningar. Laitala & Klepp påpekar också att en stor del av forskningen om användning av secondhandkläder betonar frågor relaterade till kulturellt kapital som unicitet, stil, och vintagemode som skäl för konsumenter att välja begagnat. Det menar de kan bero på att dessa studier haft fokus på just konsumenter som köper vintage eller retrokläder och att andra motiv därför inte täckts in.

Laitala och Klepp undersöker på djupet vilka motiven är och varför människor väljer att införskaffa begagnade kläder? En annan fråga de ägnar sig åt är varför vissa gör det och andra inte? Motiv definieras som de förklaringar och rättfärdigande som konsumenter ger när de tillfrågas om varför de betar sig på ett visst sätt. Dessa forskare diskuterar också om det finns skillnader mellan motiv till att ta emot begagnade kläder av vänner och familjemedlemmar och motiv till att införskaffa begagnade kläder på en marknad.

Historiskt hade kläder ett högt ekonomiskt värde och återanvändning av kläder var vanligt. Idag har priset på kläder minskat och ligger bara på ca mellan 2-5% av hushållsutgifterna (norsk data). (I Sverige är motsvarande siffra för 2019 4,2 % för kläder och skor⁴.) Det innebär att motiven till att införskaffa och använda begagnade kläder är fler än tidigare, då ekonomin var ett starkare motiv.

Forskningen om konsumenters motiv till att införskaffa begagnade kläder har generellt skilt mellan *ekonomiska motiv* och *hedonistiska motiv*.

Motiven som återkommer i konsumenters val av begagnade kläder kan sammanfattas på följande vis:

- Låga priser, bra valuta för pengarna, gratis gåvor.
- Vintage trend, märkeskläder.
- Etisk återanvändning och återbruk, sparsamhetsattityder.
- Bättre kvalitet än nyproducerat lågprismode.
- Skadliga kemikalier är urtvättade i högre utsträckning.
- Föredrar second-hand.
- Positiva uppfattningar om tidigare ägare, närhet, kärlek.
- Återspeglar personlig, etisk ståndpunkt, anti-konsumistisk attityd, undvika massmode, grupptillhörighet.
- Unika plagg, speciella, nostalgi, individualitet.
- Spännande, skattjakt, roligt, utmanande, sociala tilldragelser.

Konsumenter som är sparsamma och införskaffar begagnade kläder av *ekonomiska skäl* har ofta en inkomst som ligger under medel. Ekonomiska skäl är ett vanligare motiv i studier som utgår från befolkningen i allmänhet, än på konsumenter av vintage eller retro, menar Laitala och Klepp. Men det finns också studier som visar att ekonomiska och hedonistiska motiv kan existera samfälligt, även om skillnader finns mellan samhällsgrupper.

Bland *hedonistiska motiv* finns exempelvis målet att vara unik och originell, ha en särskild stil, eller önskan om en shoppingupplevelse i form av skattjakt på kvalitetskläder till lågpris. Konsumtion av retrokläder kan vara ett sätt att skapa en individuell identitet som skiljer sig från massan, men det kan också vara uttryck för att visa på tillhörighet till en grupp av likasinnade. Bland dessa motiv återfinns också frågor om personliga värderingar. Konsumtion av begagnade kläder kan vara ett ställningstagande utifrån etiska och miljömässiga ståndpunkter, viljan att undvika massproducerat eller en form av politisk konsumtion genom att uttrycka en anti-konsumistisk attityd.

⁴ Konsumtionsrapporten https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/62834/1/gupea_2077_62834_1.pdf

Konsumenters *barriärer* mot att införskaffa begagnade kläder är likartade i flertalet studier. Laitala och Klepp sammanfattar dessa barriärer på följande vis utifrån 11 genomgångna studier (s 250):

- Smuts och känslan av att det är ohygieniskt, obehagligt eller överför sjukdomar, att bära sådant som burits av någon annan.
- Opraktiskt att handla, inklusive brist på närliggande försäljningsställen, undermålig organisation i butiker, smuts och dålig lukt, dålig belysning, samt trängsel.
- Dåligt utbud av kläder, icke tilltalande urval, gamla, daterade, omoderna, dåligt skick, håller inte så länge, dålig lukt, begränsade storlekar, avsaknad av storleksinformation, återspeglar inte den egna stilen, prismässig liknande nya kläder i lågprisbutiker.
- Stigma eller pinsamt att handla i second hand-butiker, eller klä sig i begagnade kläder. Innehar uppfattningen att det är till för lägre socio-ekonomiska skikt, och oro för andra människors negativa attityder.

Frågor kring ”kontaminering” (nedsmutsning) är också återkommande i betydelsen av attityder till begagnade kläder. Kontaminering kan förstås som både verklig och föreställd och är sammanvävd med kulturella normer och föreställningar.

Kontaminering av annan okänd användare framstår som att den har störst negativ effekt. Medan verklig kontaminering kan mätas eller observeras i form av lukt, synliga tecken på slitage eller fläckar, har föreställd kontaminering samband med tänkta associationer eller föreställningar. Föreställd kontaminering kan vara både positiv och negativ, exempelvis kan en kändis beröring öka värdet på ett begagnat plagg (tänk exempelvis Marilyn Monroes klänning).

En sökning i Google scholar visar att många studentuppsatser är skrivna om svenska konsumenters attityder till second hand-kläder. De skäl som anges är generellt desamma som i Laitalas & Klepps forskningsöversikt.

5.1 Taxonomi

För att vidare studera konsumenters motiv har Laitala och Klepp skapat en taxonomi som kan användas av framtida studier (sid 252). Den bygger på de tidigare genomgångna studierna, men breddar dem något. En viktig observation är att många motivationskategorier kan användas både för och emot begagnade kläder. Ekonomiska skäl kan exempelvis vara ett motiv till att välja begagnade kläder på grund av att de är billiga, men motsatsen gäller också, det vill säga att konsumenter avstår från att konsumera begagnade kläder då nyproducerade kan ha ett lägre pris.

Taxonomi med motiv för att använda, eller inte använda, begagnade kläder och som kan användas av framtida studier:

5.1.1 Ekonomi

- Dyr, inte tillräckligt med valuta för pengarna, nya kläder är billiga.
- Låga priser, bra valuta för pengarna, gratis gåvor.

5.1.2 Mode och trender

- Omoderna eller daterade, inte på modet.
- Vintage trend, märkeskläder.

5.1.3 Miljö och sparsamhet

- Brist på information om produktionsvillkor och kemikalier.
- Etisk återanvändning och återbruk, sparsamhetsattityder.

5.1.4 Kvalité/kvalitet

- Sämre, redan använt, kortare förväntad livslängd, kommer inte hålla så länge.
- Bättre kvalité än nyproducerat lågprismode.

5.1.5 Hygien och hälsa

- Ohygieniskt, dålig lukt, smutsigt, sämre lagstiftning för kemikalier.
- Skadliga kemikalier är urtvättade i högre utsträckning.

5.1.6 Preferens

- Föredrar nytt, begagnat är inte tilltalande.
- Föredrar second-hand.

5.1.7 Intimitet och närhet till andra människor

- Någon annans kläder, stigma, bleknande självkänsla, överföra olycka.
- Positiva uppfattningar om tidigare ägare, närhet, kärlek.

5.1.8 Sociala aspekter och rykte

- Generande att köpa eller använda begagnade kläder, signalerar lägre socioekonomisk status, negativa reaktioner från omgivning.
- Återspeglar personlig, etisk ståndpunkt, anti-konsumistisk attityd, undvika massmode, grupp tillhörighet.

5.1.9 Unicitet och stil

- Inte den egna stilen.
- Unika plagg, speciella, nostalgi, individualitet

5.1.10 Shoppingupplevelse, kontextuella aspekter

- Tidskrävande, opraktiskt, dåligt utbud av storlekar, oorganiserat, brist på information.
- Spännande, skattjakt, roligt, utmanande, sociala tilldragelser.

Gällande motiv för privat cirkulering av kläder menar Laitala och Klepp att det för många av kategorierna i taxonomin antagligen saknar betydelse för konsumenterna om kläderna införskaffats genom privata eller monetära utbyten. Det gäller frågor om ett plagg *stil och kvalité*, hur de *producerats*, eller hur de uppfattas såsom *sociala aspekter och rykte/anseende*, *miljöskäl*, och *preferens*. Däremot, kategorierna *Hygien och hälsa*, såväl som *Intimitet och överföring av tidigare*

ägares personliga egenskaper, kan uppfattas som annorlunda beroende på om den tidigare ägaren är känd eller inte.

Kategorierna *Shopping-upplevelse och kontextuella aspekter* skiljer sig mellan privata och marknadsbaserade nätverk. *Shoppingupplevelse* gäller exempelvis enbart för formella marknader, dvs. privat utbyte är inte del av en shoppingupplevelse. Utgångspunkten för shoppingupplevelse skiljer sig också åt. Medan initiativet till att ge bort kläder ofta tas av den som vill skänka plagg, är det kunden som tar initiativet till att införskaffa second hand-kläder på marknaden. Deltagande i bytetränningar ofta utgår i sin tur ofta från privata nätverk med vänner och släktingar. De flesta kategorierna gällde dock för både privata och monetära utbyten.

Taxonomin visar att samma, eller liknande, egenskaper kan användas som argument både för och emot införskaffning av begagnade kläder.

Laitala och Klepp drar slutsatsen att *Ekonomiska motiv* väger tyngre vid privat återanvändning eller cirkulering av kläder då pengar inte är inblandade. I en tidigare studie (2014) observerade de att endast 11 % av dem som fick begagnade kläder till skänks uppgav att det hade en betydande ekonomisk vikt. 57 % svarade att det hade en liten betydelse och 32 % att det inte hade någon ekonomisk påverkan alls. Ekonomiska skäl var dock viktigare för familjer som fick barnkläder och idrottsutrustning. 36 % av dem med barn som fick varor till skänkts uppgav att det hade betydelse för familjens ekonomi. 53 % sa att det hade en liten effekt, och bara 9 % att det inte hade någon effekt (N=527). De såg också att ekonomiska motiv till att ta emot begagnade kläder vägde tyngre för respondenter med låg inkomst. Viktigt att hålla i åtanke är också att barn växer ur kläder snabbare än vuxna och ersättningsplagg därför behövs oftare.

För att undersöka ämnet vidare ställde Laitala och Klepp frågor till 1000 norska respondenter, i en survey på internet, om erfarenheter och motiv gällande återanvändning av kläder. Svaren blev inte helt lätta att tolka. ”Att inte slösa” var ett mycket viktigare motiv inom informellt utbyte på en marknad, medan ”miljömässig hållbarhet” var något mindre. Att ”få dem gratis” var mer viktigt medan ekonomiska skäl var mindre viktiga. Därför gick det att tolka som att motiven skiljer sig mellan dessa olika former av byte, för dem som deltar i den ena, den andra eller båda, menar Laitala och Klepp.

Undersökningen visade också att vad som kan kallas moraliska motiv, det vill säga en olust inför att slänga användbara kläder var viktigare för respondenterna än ekonomiska skäl eller skäl som hade med stil och variation att göra. Jämförelser mellan olika åldersgrupper, samt mellan män och kvinnor visade att möjligheten att hitta något unikt var ett långt viktigare skäl för kvinnliga respondenter än för manliga, men att det inte fanns några signifikanta skillnader mellan män och kvinnor gällande de andra frågorna. Att inte slösa var viktigare för respondenter över 40 än för yngre. Unicitet och att få kläder gratis var viktigt för åldersgruppen 18-24.

5.2 Barriärer

Respondenter som hade vare sig köpt eller använt begagnade kläder under de senaste två åren angav i studien tre skäl till varför. Män uppgav att de föredrog nya kläder, medan kvinnor uppgav flera skäl. Nästan dubbelt så många kvinnor som män uppgav att de inte kunde hitta sin storlek eller kläder de tyckte om, eller att de tyckte att begagnade kläder luktade illa eller var smutsiga. I de flesta fall fanns inga skillnader mellan åldersgrupperna, men respondenterna som var yngre än 24 år uppgav mer ofta att de inte tyckte om att använda andra människors gamla kläder, eller att begagnade kläder kändes smutsiga eller luktade illa. Laitala och Klepp menar att kulturella och sociala föreställningar om renlighet är föränderliga över tid och fokus på renlighet och lukter har ökat. Kroppslukter anses i allmänhet fränstötande. Att yngre respondenter i högre utsträckning uppgav att begagnade kläder kändes smutsiga kan ha samband med en sådan utveckling och visar på vikten av att relatera konsumtion av kläder till sociala normer och föreställningar om bland annat rent och smutsigt.

Laitala och Klepp observerar att det framstår som att skälen till att välja nya kläder framför begagnade hänger samman med att vissa kvaliteter i nya kläder uppskattas, samtidigt som det finns egenskaper i redan använda kläder som inte tycks om. Dessutom är tillgången på kläder en viktig fråga för många. Pris verkade spela en mindre roll.

Den vanligaste förekommande anledningen till att använda begagnade kläder var att inte slösa med användbara plagg. Även om detta skäl har uppenbara kopplingar till miljömässiga förtjänster, så kan det vara så att det för dessa konsumenter handlar mer om moraliska ståndpunkter, sparsamhet och rationellt konsumentbeteende, än miljöfrågor, menar Laitala och Klepp.

Den näst vanligaste förekommande anledningen till att använda begagnade kläder var ekonomiska, antingen att respondenterna fick kläderna gratis från familjemedlemmar, eller vänner, eller att inköpspriset var lågt. Några motiverades av att komma över märkeskläder till ett lägre pris. Ekonomiska skäl angavs dock även som barriärer, då priset på nya kläder är lågt. Därutöver uppfattas priserna i en del mer exklusiva secondhandbutiker inte som lågt.

Laitala och Klepp drar slutsatsen att jämförelsen mellan motiv för de som inte införskaffar secondhandkläder och de som gör det, antingen via byte med pengar eller utan pengar, uppvisar stor variation. Både miljömässiga och ekonomiska skäl är viktiga för dem som deltar i informell klädcirkulering. De som inte deltar i några av dessa former av att införskaffa redan använda kläder använder vaga och öppna förklaringar, såväl som kontextuella förklaringar som hygien, hälsa och intimitet. Föreställd nedsmutsning skiljer sig antagligen mellan kläder som fått via privat utbyte och via pengamarknader, men forskning saknas om dessa motiv. Laitala & Klepp tror att skillnader mellan grupperna hade varit ännu större om vi vetat mer om motiven till att delta i informella klädbyten, så väl som de som inte införskaffar några secondhandkläder.

5.3 Förlängd användarfas

I artikeln ”Clothing lifespans: What should be measured and how?” (2020) diskuterar Klepp, Laitala och Wiedemann frågor kring användningen av kläder i förhållande till förlängd användarfas. Att förlängd användarfas är en effektiv miljöstrategi är en allmänt accepterad idé. Det är bland de mest effektiva miljöstrategierna och kan såväl minska avfall som tillverkning, konsumtion (i betydelsen införskaffning och avyttring), samt transport. Den största miljömässiga påverkan av att kläders livsfas förlängs är att det kan förhindra inköpet av ett nytt plagg och därför också från att tillverkas och säljas. Även om intresset för forskning om förlängda livsfaser för produkter ökar och många designers jobbar med att utveckla kläder som håller längre, finns det relativt lite forskning med fokus på att förlänga kläders livslängd, och vilka faktorer som påverkar det. Samtidigt som förbättringar i den textila värdekedjan är viktiga och förbättrar effektiviteten i produktionssystemen, är de svåra, tar tid och motverkas ofta av att den textila volymen istället öka. Att de kläder som tillverkas verkligen kommer till användning är därför en avgörande faktor. Där spelar förståelse av konsumentbeteende och dess påverkan på systemet en stor roll menar Klepp, Laitala och Wiedemann.

Att mäta kläders livslängd på ett effektivt sätt är däremot inte helt enkelt. Plaggs livslängd kan handla om ålder, såväl som den tidsram inom vilket plagget är funktionellt. Livslängd för varaktiga produkter mäts vanligtvis i år, men för många produkter läggs andra mätbara enheter till, såsom kilometer för fordon. En glödlampas livslängd och andra elektroniska produkter mäts genom hur många timmar de erbjuder. Mer vikt läggs vid varaktighet i drift, än i reserv. Viktiga frågor vid undersökningar av kläders livslängd att ställa är därför: 1) vad är det som ska mätas (enheter), samt 2) hur ska de mätas (metoder). Handlar ett plaggs livslängd om år, om antal användare, om antal rengöringar, eller om antal användningar? Alla dessa aspekter säger något om hur väl ett plagg används, men olika typer av plagg placerar sig på dessa skalor på olika vis. Exempelvis kan antal användningar vara ett bra mått för vardagliga kläder som används till vardags, men säger inte så mycket om kläder som är avsedda för särskilda tillfällen, exempelvis högtidskläder eller idrottskläder. Studier av kläders livslopp bör därför ta hänsyn till kläders olika funktioner i människors garderober, samt att det kan finnas behov av att inneha kläder för särskilda tillfällen, även om de inte används särskilt ofta. En användbar enhet för livscykelanalys bör både betona antal gånger ett plagg används av samtliga användare såväl som hur länge plagget är användbart i år, menar Klepp, Laitala och Wiedemann. Antal användningar är den bästa mätmetoden för vanliga kläder, medan antal år är bättre för kläder som är avsedda för särskilda tillfällen.

I exempelvis Mistra future fashion användes tre funktionella enheter för olika syften⁵. För att bättre kunna studera livslängd i relation till faktisk användning av plagg har Klepp, Laitala och Wiedemann därför utvecklat följande definitioner:

Total livslängd: Den längd ett plagg existerar i samhället i sin ursprungsform, oavsett om det fortfarande är funktionellt. Den totala livslängden påbörjas då produkten tillverkas och klar att kläs på kroppen, oavsett om den säljs, används etc.

Funktionell livslängd (service life span): Den varaktighet under vilken plagget fungerar och kan användas, inklusive användning av ursprunglig och efterföljande användare. Användning är inte bara en fråga om timmar ett plagg bärs på kroppen, utan hela den perioden under vilken användning förekommer, till dess plagget används för sista gången.

Ägandets längd: Hur länge en ägare äger plagget ifråga.

Användningens varaktighet: Hur länge en användare använder plagget ifråga. Detta utgår från en ägare, inte ett plagg, och skiljer sig därför från funktionell livslängd. Användningens varaktighet skiljer sig från Ägandets längd genom att det exkluderar oanvända plagg i garderoben. Fasen börjar när plagget börjar användas och slutar sista gången ett plagg används. Termen kan också beteckna den tid ett plagg faktiskt används och exkludera perioder då plagget är oanvänt, eller bara inkludera den tid ett plagg bärs på kroppen. För kläder är termen svår att definiera, därför följer förklaring nedan om hur den kan sättas i bruk.

Produktålder: Betecknar tiden från plaggets tillverkning tills tiden för studien eller annan mätperiod, eller särskild tidpunkt.

Fysisk livslängd: Den tidsperiod ett plagg kan användas rent tekniskt. Hur länge ett plagg kan användas innan det visar mer tecken på slitage än vad som ses som acceptabelt. Det hänger samman med plaggets slittålighet, det sätt det vårdats på och kallas ibland också ”teknisk livslängd”. Graden av användning som anses acceptabel beror både på fysiska övervägningar (exempelvis om ett plagg kan uppfylla sin funktion) och sociala övervägningar – exempelvis kanske ett fransigt plagg inte uppfattas som acceptabelt som formell klädsel, medan samma grad av slitage på ett arbetsplagg för utomhusbruk är acceptabelt. Att definiera fysisk livslängd är därför svårt utan att ta hänsyn till sociala normer och förväntningar. Den fysiska livslängden påbörjas då ett plagg tillverkas.

Social livslängd: Betecknar den tid som ett plagg uppfattas som socialt acceptabelt. Liksom för fysisk livslängd beror social livslängd på kulturella och individuella variationer, och kommer variera beroende på typ av plagg. Det hänger samman med kvalitetsbegreppet under användning, till skillnad mot kvalitet före användning, som kan mätas med industriella standarder. I projektet wrap (<http://www.wrap.org.uk/sustainable-textiles/scap>) används termerna fysisk och

⁵ <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/08/G.Sandin-Environmental-assessment-of-Swedish-clothing-consumption.MistraFutureFashionReport-2019.05.pdf>

emotionell varaktighet för att beskriva fysisk och social livslängd. Socialt varaktiga plagg är sådana som kan användas under en lång tidsperiod och ändå accepteras eller uppskattas.

Den funktionella livslängden är beroende av social och fysisk livslängd. Den kortaste av de två kommer avgöra sluttiden.

5.4 Vad ska mätas?

Antal användningar kan mätas genom antal användningar med en eller samtliga ägare, upp till en förutbestämd produktålder, dess totala livslängd, eller under en särskild period såsom ett år.

5.4.1 Tillfällen

Det antal gånger ett plagg används är beroende av hur många plagg en användare har tillgång till. Favoritplagg kanske används så ofta som möjligt, men det kan också vara tvärtom, att de bara används vid särskilda *tillfällen*. Den mängd tillfällen plagg är lämpliga för påverkar deras livslängd via möjlighet till användning. Badkläder och aftonklädsel används sällan och stuvats undan eller är oanvända under perioder. Att de bärs sällan kan medföra att de blir oanvändbara eftersom användaren ändrar storlek, eller plagget blir daterat före det är fysiskt utslitet. *Tillfälle* är ett mål som kläder görs och väljs utifrån, men samtidigt är det en förutsättning som tillåter dem att användas. En konsument kan, som Klepp, Laitala och Wiedemann påpekar, exempelvis ha en galaklänning, men behöver en inbjudan till en fest för att kunna använda den. *Tillfälle* kan därför omfatta såväl 1) sociala eller fysiska aktiviteter och miljöer som erfordrar särskilda kläder och 2) hur många gånger det är möjligt att använda ett plagg under en given tidsrymd (s 3-4). Tillfällen relaterar också till säsonger, till varma och kalla länder och till livets högtider. Fler tillfällen att använda varma tröjor uppstår i kalla länder och tvärtom. Vi behöver alla kläder för olika tillfällen, inklusive de tillfällen som händer mer sällan, oavsett om det är idrott, fest, eller begravning. Därför är livslängd mätt i år en viktig del i kläders funktionella enhet, menar de.

Klepp, Laitala och Wiedemann noterar att det inte finns särskilt mycket forskning om plaggs livslängds som mäts utifrån antalet gånger de används (jfr. Sandin et al 2019). De exemplifierar med projektet wrap (<http://www.wrap.org.uk/sustainable-textiles/scap>) där

Cooper m.fl. (2012, 2014) uppskattat några användningsfrekvenser som att jeans används 75 gånger per år, strumpor och stickade plagg 50 gånger, t-shirts 25 gånger, och skjortor 16 gånger. De beräknade den totala användningen utifrån livslängd mätt i år, så jeans bars exempelvis 300 gånger över fyra år. Survey-material från fyra länder visade att, i genomsnitt, uppskattade konsumenter att de bar sina t-shirts och jeans åtminstone månadsvis över 3-4 år, totalt 42 gånger. Tidigare garderobsstudier har visat att det finns stora variationer i hur ofta plagg i en garderob används. Det är vanligt att en garderob innehåller kläder som inte används. I Norge är ca 20 % av plaggen antingen aldrig använda, eller använda ett

par gånger, och i Storbritannien har ca 30 % av kläderna i en genomsnittlig garderob inte använts under det senaste året.

Mer detaljerade uppskattningar om aktiv användning finns hos Cooper m.fl. (2014, i Klepp, Laitala och Wiedemann 2020, s 4). Genom att utgå från antal timmar per användningstillfälle uppskattades varje användning av de grupper av plagg som ingick i studien till 12 timmar. Längden varierade mellan typer av plagg. Sportkläder används ofta bara under själva aktiviteten (typiskt 1 timma), medan en del bekväma hemmakläder kan användas både natt och dag. Skillnader finns också människor emellan utifrån om de har samma uppsättning kläder hela dagen eller byter om efter jobbet. Beroende på gången byten kan detta halvera antalet aktiva timmar ett plagg bärs per dag. Det finns ingen samtida konsumtionsforskning som har fokuserat på aktiv användning i sådan detalj.

Antalet användningar är intressant eftersom det antyder om ett plagg faktiskt används. Det är också viktigt eftersom aktiv användning orsakar tvätt och vård, och ger inte bara plagget en funktion, utan ökar miljöpåverkan genom konsumtion av vatten, energi och kemikalier (Klepp, Laitala och Wiedemann 2020).

5.4.2 År

År framstår både som den mest uppenbara och den vanligaste enheten för att mäta plaggs livslängd. År är det vanligast sättet att rapportera livslängd generellt, även om det utgår från ägande snarare än total livslängd. Utifrån nio genomgångna forskningsstudier, drar Klepp, Laitala och Wiedemann slutsatsen att det genomsnittliga ägandeförloppet för samtliga kategorier plagg är fyra år, men att det varierar stort mellan olika typer av plagg, från 2,6 för strumpor, till över 6 år för jackor, kjolar, kappor och rockar, klänningar och kostymer. De studier de gått igenom utgick från produktens ålder vid mätögonblicket, eller ägandet av en samtida ägare, inte det totala livsloppet för kläder om de ägs av mer än en person. Endast kläder som har behållits under en lång tid kan användas ett stort antal gånger. Om kläder bara har ett fåtal möjliga användningstillfällen, måste de antingen ha en lång ägandetid med en eller flera användare för att nå upp till ett högt antal användningar.

År kan användas som indikator för att beräkna kläders ersättningsfrekvens samt tillhörande miljömässig påverkan utifrån ytterligare beredning av råmaterial, transport och försäljning av ett ersättningsplagg. Detta är en särskilt relevant aspekt för plagg som endast bärs några säsonger eller vid särskilda tillfällen, särskilt ceremoniell klädsel. Det finns också nackdelar med att mäta livslängd i år. Ett plagg som inte används kanske behålls längre än ett plagg som används ofta och slits ut. Det går också att (felaktigt) anta att plagg som innehas men inte används saknar funktion. Liksom gällande tillfällen, har inte alla plagg samma möjligheter att bli använda. Därför säger jämförelser som bara utgår från antalet användningar inte något om deras möjlighet att uppfylla den funktion som de skapats för, menar Klepp, Laitala och Wiedemann. Antal år kan också vara ett lämpligt mätsätt för att beräkna andra livslängdsmått, såsom antal användningar och tvättcykler. Därutöver har även plaggets ålder i sig ett värde.

5.4.3 Antal användare

Den funktionella livslängden (service life span) kan syfta antingen på en användare eller på flera som turas om att använda plaggen, såsom systrar som delar en klänning, eller på att samma plagg byter ägare och bärs av olika människor i följd. Klepp, Laitala och Wiedemann påpekar att tidigare forskning om delning av kläder huvudsakligen har sett på delning som en metod för anskaffning eller avyttring. Den längre livslängd som uppnås genom ett ökat antal användare genom att de säljs vidare genom marknader för begagnade kläder anses då som något bra. Men, invänder Klepp, Laitala och Wiedemann, andra former av delande är både vanligare och ger bättre förtjänster vad gäller negativ inverkan på miljön.

5.4.4 Antal tvättcykler

Kläder slits vid användning, men också vid tvättning. Det finns också ett samband mellan användande och rengöring av kläder. Livslängd kan därför studeras genom hur många rengöringscykler (tvätt eller kemtvätt) kläderna tål i tekniska tester, eller hur många rengöringscykler de genomgår under användarfasen genom konsumentstudier. Antalet rengöringscykler beror alltså på den fysiska livslängden, men också på konsumenters tvättvanor och hur ofta tvätt sker. Ofta mäts kläders livslängd genom hur många tvättar de tål, exempelvis är det vanligt att varaktigheten i flammskydd eller vattentäthet testas så. Rengöringscykler ger information om styrka och möjlig livslängd hos kläder, men tvätt ger också i sig en miljöpåverkan. Det kan därför både göras i sig och kombineras med andra sätt att mäta livslängd (Klepp, Laitala och Wiedemann 2020).

5.5 Hur kan man mäta

Klepp, Laitala och Wiedemann ger förslag på olika sätt att mäta och vilka begränsningar respektive möjligheter de olika sätten erbjuder (s 7-8). Deras sammanställning kan användas som inspiration till framtida studier:

Survey: Storskalig på befolkning. Billiga, kan kvantifieras och kan upprepas över tid för att se förändring. En nackdel kan vara att informanterna inte har den kunskap som forskarna söker, dvs. de vet inte nödvändigtvis åldern på de plagg som finns i deras garderober.

Kvalitativa intervjuer och fokusgrupper: Fördelar: informanterna har större påverkan och forskare får tillträde till ordval, kategorier, beskrivningar och detaljer som inte fångas upp av en survey. Materialet, dvs. kläder, lämpar sig bättre för kvalitativa analyser, men det tar mycket tid att göra många intervjuer. Informanter kan dock ha begränsad kunskap om sin egen klädkonsumtion.

Registreringar och dagböcker: Metoder där informanter ombeds dokumentera sitt eget beteende över tid. Det går att dokumentera inköp, utrensningar, tvätt och användning över tid. Det finns få studier som gjort detta för hela garderoben (Fletcher och Klepp 2018 för undantag och exempel). Vissa studier finns gällande tvättvanor. Fördelar med denna metod är att den är korrekt och inte avhängig informantens minne. Å andra sidan tar den mycket tid både för forskaren och informanten och om den är longitudinell kommer den att ta lång tid. Idealt skulle

vara att dokumentera kläders livslängd över decennier så att plaggs hela livslängd täcks in. Dokumentation kan också utföras i allmänna tvättinrättningar och på tvätterier, där många liknande textilier tvättas tillsammans. Tvätterier för vården markerar vissa plagg och dokumenterar hur många tvättar de tål innan de kasseras. Tvätterier och hyrföretag bör därför ha användbar information om plaggs livslängd som inte har använts inom akademisk forskning. Sådan dokumentation kan ge tillförlitlig information om produkter och deras användning.

Garderobsstudier: En ny metod som kombinerar att frågor ställs till informationer med registreringar av enskilda plagg. Karaktäristiskt för denna metod är att den ställer samma frågor om alla plagg i en garderob, eller inom en särskild grupp av plagg. Det är en användbar metod för att förstå livslängd. Garderobsstudier är mindre beroende utav informanternas kunskap eftersom färre generaliseringar och värderingar överläts till dem utan kan göras av forskaren. Garderobsstudier ger forskaren tillgång till, inte bara ägarens åsikter och erfarenheter, utan också kläderna själva. Kläderna kan dokumenteras och fotograferas och information såsom fiberinnehåll, färg och märke blir mer exakt. Det är också möjligt att analysera kläder tekniskt genom mätmetoder eller objektiva utvärderingar för att säga något om ålder, slitage och tecken på reparation. Garderobsstudier kan på så vis kombineras med studier av plagg. En nackdel är att de är dyra, tidskrävande och svåra och genomföra för hela garderober och populationer.

Garderobs survey: En vidareutveckling av survey-genren, där garderobsstudier fått inspirera till att inkludera frågor om varje enskilda plagg och dess användning i surveyn. Det är en hybrid mellan de två metoderna. Metoden kombinerar flera fördelar från båda metoderna: från survey huvudsakligen möjligheten till stora kvantitativa material lämpliga för statistiska jämförelser, och från garderobsstudier fokus på enskilda plagg och deras kännetecken. Det är en dyr metod jämfört med vanliga surveys eftersom den tar längre tid, men den möjliggör kvantitativ analys. Materialet kan antingen studeras genom att använda respondenter eller plagg som enheter.

Automatisk datafångst (data capture): Utöver att tillfråga konsumenter direkt kan användning spåras med hjälp av nya teknologier såsom radio-frequency identification (RFID) för läsning av lappar/tags som sätt fast på kläderna. Taggar kan innehålla elektroniskt lagrad information. Dessa teknologier erbjuder forskare tillgång till information om kläders livslängd, som också kan jämföras med konsumentstudier.

Experiment: Manipulation av en variabel för att utvärdera dess påverkan på en beroende variabel. Metoden används oftare inom fysik eller beteendevetenskap, men går också inom samhällsvetenskap. Exempelvis på tvättfrekvens och införskaffning, eller viljan att betala för specifika egenskaper. En utmaning är att hitta en bra balans mellan laboratoriets krav på kontrollerbara och upprepningsbara parametrar, och vardagslivets stora variation.

Klepp, Laitala och Wiedemann påpekar att samtliga dessa metoder vanligtvis används på produkter som redan är i bruk. När livslängd på nya produkter ska

förutspås, kan de antingen baseras på studier av liknande produkter som redan finns på marknaden och utföras som användares försök och experiment under designperioden. Det kanske inte är möjligt att genomföra tester som täcker plaggs hela livslängd beroende på tidslinjer och tillverkning, men det kan vara möjligt att fokusera på sådant som tvättfrekvens eller teknisk minimi-livslängd.

Utifrån dessa insikter har Klepp, Laitala och Wiedemann sedan genomfört vad de kallar en global garderobssurvey för att vidare undersöka vilken kunskap om de olika aspekterna på livslängd den kan ge, samt hur den informationen kan omsättas i praktiken. 1111 respondenter från 5 länder på olika kontinenter, Kina, Tyskland, Japan, Storbritannien och USA, svarade. Frågor ställdes om innehållet i deltagarnas garderober och användningspraktiker relaterades till specifika plagg. Frågorna om plaggen tog upp sådant som hur länge de varit i innehavarens ägo, antal gånger de använt plagget, vid vilka tillfällen, hur de kommit över dem, hur de gör sig av med plagg, såväl som tvättpraktiker. Frågorna ställdes både i efterhand – när införskaffade du detta plagg och hur många gånger har du haft det på dig? – så väl som i relation till framtida användning: hur många gånger förväntar du dig att du kommer ha detta plagg på dig i framtiden?

Metoder där konsumenter själva tillfrågas om användningen av sina kläder innehåller vissa utmaningar gällande att mäta kläders livslängd. Konsumenterna svarar på vad de tror att de har och kommer att använda, mer än vad de faktiskt har använt och kommer att använda. Det är svårt att komma ihåg hur gamla plagg är, särskilt om de är mer än några år och saknar samband med någon särskild händelse i livet, menar Klepp, Laitala och Wiedemann. Med garderobsstudier går det att be respondenterna att skapa relativa tidslinjer, där plaggs användning relateras till andra plagg, men det är svårare i en survey som genomförs digitalt. Kläder för vardagsbruk är inte märkta med produktionsår, serienummer, eller annan data som kan användas för att identifiera deras ålder, till skillnad mot många andra slitstarka varor som bilar och vitvaror.

För att inte trötta ut respondenterna, begränsades antalet plaggkategorier som skulle bedömas till några förutbestämda. 53 461 plagg registrerades, vara 19 % var strumpor, 30 % var kropps nära plagg som t-shirts polotröjor, idrottskläder och underställ, 9 % var tröjor eller koftor, 11 % var byxor, 9 % var kjolar/klänningar, 4 % var halsdukar, scarfs eller pälskragar, och 18 % var ytterplagg såsom jackor, rockar, kavajer eller kostymer. Frågorna begränsades till max 15 plagg/accessoarer per kategori, det vill säga om en respondent hade 15 kostymer, så registrerade hen detaljer för 10 av dem, men om hen hade 6, registrerade hen samtliga.

Därefter gick de vidare med att undersöka hur användning av plagg när det mäts i olika livslängdsenheter kan sättas i bruk för att bedöma påverkan på miljön. Analysen kom fram till att, beroende på situation, så varierar det vilket av de fyra sätten, eller enheterna, för att mäta plaggs livslängd, (dvs. antal år eller andra tidsenheter, antal användare, och antal tvättcykler eller en kombination av dem) som är den mest lämpliga forskningsstrategin. Garderobssurveyen visade att varje plagg hade en ägandelängd på 5,2 år och användes mellan 76-105 gånger under

perioden. Sammanlagt hade 9 % av plaggen använts tidigare, och 52 % planerades levereras till återanvändning, med alltså 1,5 användare.

De olika enheterna ger också olika insikter, menar Klepp, Laitala och Wiedemann. *År* kan användas för att beskriva total livslängd och ge antydning om den tid som ett plagg fortsätter att vara tillgängligt för användning för tillfällen som kräver plagget. Värdet av plagg som varar länge är att de kan förhindra inköp av nya plagg och därmed också från att produceras och säljas. Det passar också bra för att beskriva ägande-längd, och produktålder, det vill säga tidsrymden från det att ett plagg börjar finnas till, till studiens tidpunkt, eller annan intresspunkt. *Funktionell livslängd* innefattar alla användare såväl som tiden som behövs för att distribuera mellan användare. *År* är också viktigt för att studera andra enheter. Det är metodiskt lättare att tillfråga informanter om deras pågående praktiker och sen multiplicera resultaten med antal år.

I studien diskuteras att enheten *år* inte är anpassad för att beskriva hur mycket något har använts eller kan användas. Andra måtenheter som är relaterade till användning är bättre för det. Det finns en tidsaspekt i kläders användning som kommer till uttryck genom varaktigheten i användning, vilken betecknar hur länge en användare använder varan ifråga. Användningens varaktighet skiljer sig från ägandets varaktighet då det exkluderar kläder som inte används. Det är förhandlingsbart när kläder anses ”aktiva”. Tar du med dig en regnjacka på utflykt känner du dig säker, även om det inte regnar, menar Klepp, Laitala och Wiedemann. Kläder i garderoben kan sägas vara aktiva när de är del av den garderob vi har ett aktivt förhållande till, även om de inte bärs på kroppen. Passiva kläder är alltså bara de plagg som har stoppats undan eller förvaras och inte planeras användas igen. Klepp, Laitala och Wiedemann föreslår därmed att användningens varaktighet inte definieras som de timmar, dagar eller gånger kläder bärs på kroppen, utan som när kläderna är en aktiv del av garderoben.

Utöver användningens längd mätt i tid, är det också viktigt att veta hur ofta kläderna används. Det kan mätas med *antal användningar*. Varje användning kan bestå av olika antal timmar, men ha gemensam betydelse, skriver Klepp, Laitala och Wiedemann. Olika plagg kommer användas i olika antal timmar per gång. Typiska plagg som används en kort period är exempelvis badkläder eller andra idrottskläder, medan strumpor och underkläder bärs under längre tid. Om denna detaljerade användningsdata är nyttig, kan användanderesultaten normaliseras för den tidslängd ett plagg bärs (exempelvis 1 eller 16 timmar), Klepp, Laitala och Wiedemann. Denna aspekt är lätt att undersöka empiriskt, menar de, men har, vad de sett, inte gjorts tidigare. Efter varje användning kan plaggen beskrivas som ”använda”, och det går att utvärdera om de behöver rengöras för att kunna bäras igen. Sådana användnings- och rengöringsprocesser är desamma som gör antal tvättyckler lämpliga för livscykelanalyser.

Varaktiga kläder blir kvar i garderoben eftersom de har en funktion. *År* är på så vis inte bara en enhet som kan användas för att beräkna antalet gånger ett plagg används, men en enhet som är relevant för hur ofta kläder ersätts.

Den ideala funktionella enheten bör beräknas utifrån en kombination av antal användningar och varaktighet i användningen för samtliga användare, men det finns, enligt Klepp, Laitala och Wiedemann, inte tillräckligt med kunskap för att rekommendera hur det kan sättas i bruk.

Svaret på frågan ”vad ska mätas” (enheter) är därmed att det inte är en enhet, utan flera och att de ger olika aspekter på kläders användning, varav all är relevanta för att diskutera påverkan på miljön, och beräkningar av det, samt förbättringar som livscykelanalys. Kläders livslängd kan mätas i år och antal användningar, tvättcykler, och användare. Funktionella enheter i livscykelanalys bör betona såväl antal användningar för samtliga användare som den funktionella livslängden i år. Antal användare är det bästa för att mäta vanliga kläder, men antal år passar bättre för kläder för särskilda tillfällen.

Svaret på frågan ”hur ska man mäta?” (metoder) är att det är möjligt att studera plaggs livslängd med hjälp av noggrant konstruerade surveys, som ger nyckeldata som utgår från faktisk användning av plagg. En garderobssurvey erbjuder många möjligheter att analysera livslängd, med skulle förstärkas ytterligare om den kombineras med data som inte är beroende av informantens kunskap och minne, såsom automatisk datafångst, menar Klepp, Laitala och Wiedemann.

De menar vidare att den största utmaningen med att använda den här typen av survey-metod är att det ger mycket lite information om hur plagget har använts av tidigare/framtida ägare. Att märka plagg med ett produktionsdatum skulle förbättra kvaliteten i garderobs-surveyn som metod, föreslår de, och skulle kunna vara ett enkelt sätt för industrin att förbättra kvaliteten i garderobs-survey som metod. Det skulle då också kunna vara ett enkelt sätt för industrin att samla in kunskap om kläders livslängd.

Studien har också visat att de termer som används för att beskriva produkters livslängd ofta är oklara. Genom att definiera de mest relevanta termerna som beskriver kläders användningsfas har de kunnat nyansera det. Begreppet *användningens varaktighet* (duration in use) är fortfarande en utmaning. Hur aktiva och passiva perioder definieras kan variera. Användning bör inte bara definieras som en fråga om när kläder bärs på kroppen, betonar de, utan att ha kläder för olika tillfällen i sin ägo är viktigt också för de tillfällen som sällan uppstår. Kläder kan ha funktionen av att bara vara tillgängliga. Användningsfrekvensen skiljer sig mellan kläder för särskilda tillfällen och kläder som används mer återkommande.

6 Delande

I en tredje studie av Klepp & Laitala "Shared use and owning of clothes: borrow, steal or inherit" (2018) är begreppet delande eller delningsekonomin utgångspunkt. Delning är ett möjligt sätt att öka antalet användningar. Det har fått ett ökat intresse under de senaste åren och kan definieras på lite olika vis.

Många kartläggningar kring materiella flöden inom insamling och omförsäljning av använda kläder är genomförda i samband med politiska initiativ om hållbarhet i textil. Men det finns inte särskilt mycket forskning om vad som motiverar konsumenter att dela och vilka delandeformer som bidrar till att kläder används av fler än en person. Flera olika former av delande finns också. Men vilka former av delande som praktiseras, vilka termer som används och hur konsumenter skiljer dem åt är mindre känt. I en tidigare studie har Klepp (2015) sett att i de initiativ för hållbar textil som pågår i de nordiska länderna dominerar de initiativ som utgår från ett affärs- eller marknadsperspektiv. I historiska studier av återanvändning är aktiviteter inom hushållet inkluderade och diskuteras. Men i forskning om den nuvarande situationen finns en tendens att begreppen konsumtion och konsument används synonymt med kund. En konsekvens av det är att studierna fokuserar på införskaffning och utbyte av ägande, och exkluderar andra aspekter av konsumtion i hög utsträckning, såsom användning.

I den så kallade delningsekonomin spelar nya teknologier en nyckelroll i att sammankoppla aktörer för utbyte av varor och tjänster. Tidigare var delning främst något som skedde inom hushållet. Appar och delningstjänster har möjliggjort såväl nya former av konsumentaktivism och alternativa livsstilar, som nya affärsidéer. Konsumtion innefattar införskaffning och användning, men dessa måste inte göras av samma person. Delad tillgång (shared access) finns som begrepp och i delandekonomin är tillgång snarare än ägande viktigt och medför turtagande, delad användning, oavsett om det kostar pengar eller inte. Det kan vara viktigt att skilja mellan tillgång och ägande, och om delande handlar om delad användning eller delat ägande, eller samägande. Även tvätt inkluderas ibland i delning, dvs. delat arbete/ansvar.

Russel Belk är en framträdande forskare inom delningsekonomin och har använt sig av begreppet "extended self", ungefär utökat jag. Delande, menar han, uppfattas som olika beroende på hur nära relationen är till den person det delas med. Andra familjemedlemmar anses vara det närmaste lagret av utökat jag, efter individen. Därför sker den största delen av delande inom familjen. Särskilt relevant är detta för kläder, som ofta uppfattas som intimt och är kroppsnära. Delande mellan exempelvis mor och barn uppfattas sällan som

ohygieniskt eller olämpligt. Däremot kan närvaron av en okänd person eller föreställd nedsmutsning göra svårare att bära andra människors kläder, även kläder ärvda från en avliden familjemedlem.

Klepp och Laitala har observerat att många olika former av delande praktiserar inom norsk klädkultur. De menar att delande är en vanlig form av mänskligt samspel, men missförstås eller bortses trots det ofta ifrån. För att förstå betydelsen av delande i det samtida samhället är det därför nödvändigt att studera såväl nyare som äldre former av delning. Delande inom hushåll, det vill säga utanför ekonomiska marknader, framstår som den vanligaste, men samtidigt den minst studerade formen av delning. Forskningen om klädkonsumtion i relation till delning ökar, men är nästan uteslutande begränsad till former av delning som sker med utbyte av pengar och ofta via digitala hjälpmedel.

I en fjärde artikel om potentialen i informell återanvändning ”Clothing reuse: the potential in informal exchange” diskuterar Laitala & Klepp (2017) att det finns oklarheter om mängden kläder som cirkulerar utanför pengamarknader och ökar eller minskar. Även om återanvändning organiserad av non-profit samt kommersiella aktörer är en hållbarhetsstrategi som fått mycket uppmärksamhet under de senare åren har privata praktiker sällan uppmärksammats. Utifrån ett kvantitativt material från Norge framgår att nästan dubbelt så många hade fått begagnade kläder som de som köpt begagnade kläder och det fanns inget i materialet som antyder att det är på väg att minska. Samtidigt hade 59 % av vuxna i Norge vare sig fått eller köpt begagnade kläder till sig själva under den senaste tvåårsperioden. Gällande barn är ärvda kläder mycket vanligt och ju yngre barnen är, desto mer ärver de. Mängden privat utbyte av kläder är större än de formella marknaderna i Norge.

7 Konsumtionsperspektiv

För att diskutera konsumtionens betydelse för omställning till mer hållbara beteendemönster är det viktigt att definiera vad konsumtion är. En ofta använd definition inom konsumtionsforskningen kommer från Warde (2005) som definierar konsumtion som en process där aktörer, förutom ”acquisition” (införskaffning) engagerar sig i ”appropriering”, ungefär att tillägna sig och ”uppskattning” (appreciation). Uppskattning kan ske av antingen behov eller andra praktiska skäl, men kan också handla om att uttrycka sig själv eller om att fördjupa sig i tankar. Det kan handla om varor, tjänster, uppträdanden, prestationer, information eller atmosfär. Det kan, men måste inte vara köpt och utgår från att aktören ifråga har någon form av möjlighet att påverka processen.

Acquisition (förvärv) syftar på utbyte och hur människor får tillgång till de varor, tjänster och upplevelser de konsumerar.

Appropriering (tillägna sig) syftar på vad människor gör med varor, tjänster och upplevelser efter de har förvärvat dem. Det skiftar fokus till hur kommersiella bytesvaror blir meningsfulla och del av människors vardagsliv.

Appreciation (uppskattning): syftar på de sätt på vilka människor upplever nöje, njutning eller tillfredsställelse ur konsumtion.

Flera andra forskare har sedan dess påpekat att denna definition har en slagsida mot införskaffning eller konsumtionens början och att konsumtion också handlar om att göra sig av med saker, slänga dem och överge dem (Gregson, Metcalf och Crewe 2007). Särskilt är en sådan utökad definition viktig i förhållande till frågor om hållbarhet. Till listan med A har därför också fogats en lista med D:n (Evans 2019).

Devaluation (nedskrivning av värde): Motsatsen till uppskattning. På samma sätt som önskningar och behov uppfylls och njutning och tillfredsställelse uppnås, kan varor, tjänster och upplevelser upphöra att fungera effektivt. Ekonomiskt värde minskar över tid eller genom slitage, men även förändring eller minskning av kulturella betydelser medför ett symboliskt misslyckande. Exempelvis kan en resa till en avlägsen destination minska i värde då det blir lättare och mer vanligt att resa dit.

Divestment (avyttring): Motsatsen till appropriering (att tillägna sig). På samma vis som varor, tjänster och upplevelser kan bli del av vardagslivets meningsskapande och rutiner, på samma vis kan dessa anknytningar upphöra att fungera. När kroppen förändras, eller ett förhållande tar slut, kan investeringen i ett plagg komma att ändras till att kastas bort.

Disposal (bortskaffande): motsatsen till förvärv. På samma sätt som varor, tjänster och upplevelser förvärvas genom olika politiska, tekniska och ekonomiska lösningar, på samma sätt kan de bortskaffas på en mängd vis som inte nödvändigtvis medför att de slängs bort. Saker som har minskat i värde eller uppskattning kan vandra vidare genom många olika kanaler för bortskaffning, till

exempel gåvor eller återförsäljning, på vis som gör att de återigen tillägnas i andrahands konsumtionscykler.

I artikeln "Fashionable detachments: wardrobes, bodies and the desire to let go" (2020) diskuterar Mellander och Petersson McIntyre hur mode blivit till ett slags bekymmer i samhället, för sin påverkan på klimatet främst, men också för de arbetsvillkor som råder i textilindustrin. Som resultat uppmanas konsumenterna att ta ansvar, exempelvis genom att tömma sina garderober så att andra kan få ta del av det innehåll som inte används, att gå på klädbytdagar, lämna till second hand osv. De ramar in sin analys som en fråga om vad de kallar "detachment", avskiljande, eller lösgörande. Forskningen om klädkonsumtion fokuserar ofta på inköp, om hur anknytning, (d.v.s. attachment) skapas till nya varor, men dess motsats, detachment, är inte alls studerad i samma utsträckning, menar de. Hur går det till när vi tappar intresset för de kläder vi redan har? Varför duger de inte längre, och vad händer när vi slutar använda dem eller gör oss av med dem, det finns inte så mycket forskning kring det. De undersöker hur "detachment" dvs. denna form av frikoppling eller avskiljande kan fungera som ett sätt att utmana, slit- och-släng-mode, och bygga ett mer hållbart bruk av kläder. Slutsatsen är att det måste handla om att skifta riktning för sina känslor, om att hitta nya vägar för att bli nöjd. Deltagarna i studien köpte nytt, i en fortsatt jakt på meningsfullhet. Att utveckla de meningsfulla känslorna till plagg, de som betydde något, och samtidigt skilja sig ifrån det som tynger ner, genom garderobsrensningar kunde på så vis kunde medföra att meningsfulla anknytningar blev starkare. Ett liknande perspektiv finns hos Callmer (2019) och vad som kallas "sufficiency-related practices,".

8 Analys

Litteraturgenomgångar visar att det mest miljöanpassade valet man kan göra med sina kläder är att värdesätta, använda och uppdatera det man redan har i garderoben. Den stora frågan för satsningar på hållbar textil är följaktligen att hitta metoder för att använda plaggen längre, genom att få konsumenter att bli mer nöjda med det de redan har och därför köpa mindre. Det bästa är att vi använder våra egna kläder, de som vi redan har, så länge som möjligt. Den största delen av utsläppen i modeindustrin kommer från produktionen eftersom fossil energi används. Minskad energitillgång och minskad åtgång av vatten är målet. Problemet är på så vis ett utbudsproblem, såväl som ett åtgångsproblem, med reor som uppmuntrar till ökad konsumtion och affärsmodeller som bygger på tillväxt i form av ökad volym.

Att konsumenter säger att de kan tänka sig att köpa second hand innebär inte att de kommer att göra det. Det krävs att de krav som ställs på tillgänglighet, storlekar, renhet, stil, komfort, pris etc. uppfylls. Huvuddelen av tidigare forskning om begagnade kläder har utgått ifrån ett marknadsmässigt perspektiv, men studier från Norge visar att cirkuleringen av kläder utanför kommersiella marknader är större. En ny ägare medför att många plaggs livslängd kan öka. Second hand-plagg kan ha en mindre påverkan på miljön då de ersätter inköpet av ett nytt plagg och samtidigt förlänger livsfasen hos det existerande plagget. Samtidigt har en ny ägare en negativ inverkan på miljön i förhållande till produkter som används lika många gånger av samma ägare, på grund av ökat behov av transport mellan olika ägare, sortering, och extra rengöring. Med ökningen av intresse för delandekonomin har många lösningar utvecklats för uthyrning, leasing, och andra former av kommersiellt delande. Dessa ges stor uppmärksamhet i debatter om miljöpåverkan, och det är rimligt att anta att undersökningar av livslängden på produkter som har flera ägare kommer bli viktiga i framtiden (Klepp och Laitala 2020). De miljömässiga förtjänsterna störst då den första ägaren använder sina plagg så länge som möjligt. Olika former av återanvändning kan ge nytt liv till ett oanvänt plagg, men samtidigt kan möjligheten att cirkulera ett plagg ge upphov till ökad konsumtion. Ett större flöde av lättillgängliga plagg gör föränderlighet till något normalt och förväntat. Vi lär oss att våra relationer till kläder är kortsiktiga och ombytliga. Lättillgängliga hyrtjänster kan skapa ökade förväntningar på en ständigt föränderlig garderob (jfr Hawkins 2013). Forskning saknas i stort om hur olika former av delningstjänster påverkar människors klädkonsumtion i vardagen och om de bidrar till minskad miljöpåverkan. Ekonomiska skäl väger tyngre i hushåll med lägre medelinkomst.

Frågor kring nedsmutsning eller kontaminering, verklig eller föreställd, har stor betydelse, särskilt gällande doft. Hantering av negativa uppfattningar av använda kläder är en viktig del i att förlänga plaggs livslängd, men det är svårt att motbevisa. Föreställningar kring rent och smutsigt och normer om kroppen sitter djupt. Vissa typer av plagg uppfattas som ”renare”. Byxor, underkläder, d.v.s. kläder som sitter tätt inpå kroppen har starkare konnotationer till smuts. Barn

uppfattas som ”renare” och även släktingar, särskilt familjemedlemmar. Det stämmer alltså inte att konsumenter inte vill ha begagnade kläder. Det beror på vem som haft dem, och hur den personen märks i plagget.

Exklusiva secondhand-butiker jobbar mycket med att motverka föreställningar kring smuts genom att tvätta, hänga attraktivt etc. Begrepp som *appropriering* har i secondhandkontext använts för att förstå processen av att avlägsna associationer till tidigare ägare, samtidigt som plagget tillägnas den nya ägaren (Gregson & Crewe 2003). Butiker jobbar också med det sådana processer som har benämnts ”*qualification*” (kvalificering, se Brembeck & Sörum 2017;). Det syftar till att rensa bort tidigare ägare. Patina är samtidigt ett värde där slitage och åldrande förhöjer sakers värde. Den stora massan kläder som producerats för lågprisbutiker inom ett så kallat slit-och-släng-mode kan ofta inte kvalificeras för attraktiv försäljning. En viktig aspekt är därför att kläder behöver produceras av bättre kvalitet. De behöver produceras för att användas, snarare än för att säljas.

När vi talar om konsumtion av begagnade kläder är det viktigt att definiera vad vi menar. Konsumtion är inte detsamma som köp. Konsumtion handlar inte bara om att byta plagg mot pengar, plagg som är nya för köparen, utan om att använda, uppskatta, och göra sig av med varor, både praktiskt och känslomässigt. Viktigt är också att första cykelns konsumtion och andra cykelns konsumtion hänger ihop. Second hand ökar som ett resultat av att first hand ökar, där finns ett tydligt samband. Second hand kan också upprätthålla första cykeln genom att konsumenter tänker att de kan återförsälja.

Stilmedvetna konsumenter väljer begagnat av skäl som: bättre kvalitet för ett lägre pris, att det är unika och originella stilar som inte produceras längre, eller stilar som hyllar kvinno- eller mans-kroppen på sätt som nyproducerade kläder inte uppfattas göra. Bra tidlös passform, eller att det är naturmaterial med nostalgiska kvaliteter återkommer också. Tvärtom väljs begagnade kläder bort av skäl som att de är slitna, massproducerade, ser tråkiga ut, eller är av dålig kvalitet. När tidigare ägare förknippas med smuts och slitage, är också återkommande eller att plaggen ifråga uppfattas vara typiska för modet för ca 5-10 år sedan. I den taxonomi som skapats av Laitala och Klepp (2018) framgår samtidigt att många motiv går att använda såväl *för* såväl som *emot* konsumtion av begagnade kläder och att det är svårt att dra tydliga slutsatser.

Ett sätt att förstå konsumtion är att det styrs av vanor och rutiner. När en vana väl slagit rot, fortsätter vi att göra på samma vis, utan att fundera så mycket på varför. Ett viktigt steg i att nu en mer hållbar konsumtion kan därför inkludera att ändra på vanor. Flera forskare har påpekat att det inte kan uppnås endast genom informationskampanjer. En kombination av styrmedel efterfrågas. Förändrade vanor och rutiner måste förankras i vardagslivets krav på tillgänglighet, enkelhet och praktikalitet. Det måste också upplevas som ekonomiskt försvarbart. Som genomgången illustrerar är ekonomiska skäl inte de tyngsta bakom konsumtion av begagnat. Det krävs därför någon form av systemförändring. Som framgår av Klepps och Laitalas studier är det också möjligt att vanor och rutiner har större

betydelse för privata än för marknadsbaserade lösningar. Kanske är det därför det inte fått så stort utrymme i de tidigare studierna. Särskilt troligt är det för cirkuleringen av barnkläder, där det är vanligt att samla in urvuxna kläder och skänka vidare.

En annan möjlig väg är att fundera mer kring olika former av *kompetenser*. Det kan såväl handla om kunskap i hantverk som att sy, laga, reparera, som kulturellt kapital i form av att kunna bedöma stil och snitt i det utbud som finns bland begagnade kläder, att se möjligheter i det. Utökning av kompetenser är också något som kräver också tid och kommer kanske inte locka den stora massan så länge som nyproducerat upplevs som billigare, enklare och som att det innehåller en nyhetskvalitet.

Genom mätningar går det att få fram vilka slags kläder som används mycket, för att se miljöpåverkan per användning. Det finns dock en del svårigheter i att mäta kläders livslängd, kläder som används ofta slits lättare ut, samtidigt som kläder som används sällan kan vara anpassade till olika tillfällen som inte kan ökas på ett uppenbart vis. Mer forskning behövs därför om vilka slags kläder som används, och vilka som inte gör det och varför, och om det är de senare som bör begränsas. Det är också viktigt att skilja mellan olika textila material.

Genom att identifiera vilka kläder som inte används, kan deras miljöpåverkan markeras. Det kan då undersökas om exempelvis delningstjänster bör rikta in sig på vissa slags plagg. En del plagg (och stilar) håller sig länge över tid (exempelvis en frack) och även om de inte används så ofta kan användningen över tid bli högre. Framst bör konsumtionen av kläder som vare sig är hållbara över kort tid, dvs används mycket och slits ut, (som strumpor och kropps nära plagg) eller är hållbara över lång tid (fracken). Det är alltså viktigt att inte gruppera ihop all textil i en klump, även om det också är så att vi har mer av allt.

En slutsats är att fler konsumenter skulle välja begagnade kläder om tillgången på nya kläder var mindre. Om begagnade upplevdes som rena, hade bra storlekar och såg nya ut. Konsumenter väljer second hand när det upplevs som ett bättre alternativ. Det kan handla om stil, pris och tillgång. När second hand upplevs som ett sämre alternativ väljs det bort.

Men, det kan också handla om vanor. Det finns ett modesystem som är uppbyggt för att göra nya varor mer attraktiva, lättillgängliga och prisvärda. Systemförändring krävs därför.

8.1 Rekommendationer

Användning av secondhand-kläder. Den absolut största delen av studier om second hand handlar om inköp alternativ vintage-praktiker. Det finns mycket forskning som fokuserar på konsumenter som införskaffar vintage eller retro-kläder. Försäljningsställen som Myrorna och loppmarknader, ibland kombinerat med online-försäljning har samtliga det gemensamt att ägarbyte förmedlas av en tredje part. Frågor om hur begagnade kläder ingår i hushålls vardagsliv, inklusive ärvda

kläder, eller överlåtna och skänkta, finns inte alls studerat i samma utsträckning. Praktiker för det, hur det kan ökas och uppmuntras behöver utvecklas. men inte heller varför, eller varför inte kläder cirkuleras privat. Många studier har fokuserat på det antal människor som har köpt secondhandkläder, men andelen studier om privat utbyte är långt färre.

Det finns mer forskning om secondhand som bygger på konsumenter med ett modeintresse and med *konsumenter som bara vill ha kläder som fungerar i vardagen*, vill använda dem tills de är utslitna och sen ersätta dem med liknande nya plagg (jfr. Miller och Woodward 2012). En stor del av den forskning som finns om second hand har utgått från konsumenter som väljer secondhand och vintage, men vi inte vet så mycket om de som inte gör det.

Tillfälle är en viktig och understuderad fråga gällande kläders livslängd. Tillfälle påverkar antalet användningar. Mer kunskap behövs om förhållandet mellan kläder och tillfällen och förhållandet mellan tillfällen och antal användningar. Kläder skiljer sig där från många andra konsumtionsvaror.

Delning är ett möjligt sätt att öka antalet användningar. Men det finns inte särskilt mycket forskning om vad som motiverar konsumenter att dela och vilka delandeformer som bidrar till att kläder används av fler än en person. Det behövs också mer forskning om hur samtida konsumenter ser på förhållandet mellan att dela, låna, ge och byta. Det är också osäkert i vilken utsträckning delning ökar eller minskar.

Material. Polyester produceras för att säljas som hållbart, snarare än för att användas.

Kunskapsluckor finns gällande användning av polyesterplagg.

Det finns lite förhållandevis lite forskning om *svenska konsumenters bruk av begagnade kläder*. Flera stora norska studier finns som kan användas som inspiration. Garderoobs-survey saknas om svenska konsumenter. Svenska undersökningar är främst uppsatser på studentnivå.

Mer forskning behövs också om frågor kring *nedsmutsning/kontaminering*, både verklig och föreställd. Särskilt gällande hur nedsmutsning kan hanteras och hur strategier för att motverka det kan skalas upp.

Gällande *motiv* har den forskning som finns i huvudsak utgått från återbruk av kläder inom en marknadskontext. Långt färre studier utgår från privat utbyte av kläder och vilka motiven till det är. Många livscykelanalyser om kläder har, som påpekas av Klepp och Laitala, visat att de största miljömässiga fördelarna nås genom att öka livslängden på kläder och återanvändning, vilket minskar konsumtionen av nya material, energi och vatten såväl som att minska utsläppen av växthusgaser som beror av produktionen av nya textilier. Därför, när målet är mer hållbar klädkonsumtion, behöver vi inkludera delar av konsumtionen som inte är relaterad till pengar. *Studier saknas som visar att de plagg som säljs för återanvändning faktiskt får en ny ägare och blir använda*.

Det finns en brist av forskning om hur återanvändning diskuteras och mäts. Mer kunskap behövs också om *kläders användarfas* för arbete med miljömässiga beräkningar och förbättringar, såsom LCA. Klepp & Laitala har bidragit med viktiga insikter för hur användningsenheter i miljöberäkningar bättre kan förstås, men det återstår, som de påpekar, arbete med hur dessa ska sättas i praktisk användning och om de olika enheterna för att beskriva och mäta livslängd faktiskt varierar i relevans för olika grupper av plagg.

En stor del av forskningen har utvecklats till att uppfatta konsumtion som detsamma som inköp. Det har inneburit att det finns långt mer studier om köpprocesser än hur det går till *när kläder förlorar sin attraktionskraft*, hänger oanvända i garderoben och lämnas vidare till avyttring.

Tid och hantering av tid är en viktig fråga. Tänk på exempelvis en jultröja, den används en gång om året, men kan inte delas för ökad användning. Koordinering av tid ingår därmed i delandepraktiker. Tidsaspekter har betydelse för gemensamt ägande.

Kön/genus. Kläder kategoriseras i kön, även second hand-kläder och kvinnor köper långt mer second hand än män. Kvinnor uppger att de har handlat och vill handla begagnat i större utsträckning. Män att de hellre handlar nytt. Forskning saknas om förhållandet till utbud, dvs att utbudet på herrsidan är lägre, samt möjligheter att förändra könskodningar av plagg för att öka livslängden.

9 Källförteckning

- Bauman, Zygmunt 2008. *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.
- Belk, Russel 2010. Sharing. *Journal of Consumer Research* 36(5), s 715-734.
- Brembeck, Helene and Niklas Sörum. 2017. 'Assembling Nostalgia: Devices for Affective Captation on the Re:heritage Market'. *International Journal of Cultural Heritage Studies*: 23(6), p.556-574.
- Callmer, Åsa. 2019. *Making sense of sufficiency: Entries, practices and politics*. Diss. Stockholm: Kungliga Tekniska högskolan, 2020. Stockholm.
- Chico, Daniel; Aldaya, Maite M. and Garridoa, Alberto. 2013, 'A water footprint assessment of a pair of jeans: the influence of agricultural policies on the sustainability of consumer products,' *Journal of Cleaner Production*, 57(15), 238-248.
- Crewe, Louise and Nicky Gregson. 2003. *Second-hand Cultures*. Oxford: Berg.
- Ekström, Karin M., m.fl 2012. *Mot en mer hållbar konsumtion : en studie om konsumenters anskaffning och avyttring av kläder*. Högskolan i Borås.
- Ekström, Karin (ed.). 2015. *Waste management and sustainable consumption: Reflections on consumer waste*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Evans, David. 2019. 'What is consumption, where has it been going, and does it still matter'? *Sociological review*, Vol. 67(3) 499– 517.
- Fletcher, Kate. 2010. 'Slow fashion: An invitation for systems change'. *Fashion Practice* (2) 2: 259–266.
- Fletcher, Kate. 2014. 'Design for sustainability in Fashion and Textiles.' In: *Handbook of Fashion Studies*, edited by Sandy Black, Amy de la Haye, Regina Root, Agnès Rocamora, and Helen Thomas, 562-579. London and New York: Bloomsbury.
- Fletcher, Kate. 2016. *Craft of Use: Post-growth Fashion*. London: Routledge.
- Fletcher, Kate and Ingun Klepp (eds.). 2018. *Opening up the wardrobe: A methods book*. Oslo: Novus.
- Fletcher, Kate and Matilda Tham. 2015. *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion*, (eds) Abingdon, Oxon UK and New York: Routledge.
- Gregson, Nicky; Kate Brooks, and Louise Crewe. 2000. 'Bjorn Again? Rethinking 70s Revivalism through the Reappropriation of 70s Clothing', *Fashion Theory*, 5:1, 3-27.
- Gregson, Nicky; Alan Metcalfe, and Louise Crewe. 2007a. 'Identity, Mobility, and the Throwaway Society.' *Environment and Planning D: Society and Space* 25.4 (2007): 682-700.

- Gregson, Nicky, Alan Metcalfe, and Louise Crewe. 2007b. 'Moving Things Along: The Conduits and Practices of Divestment in Consumption.' *Transactions of the Institute of British Geographers* 32.2 (2007): 187-200
- Hawkins, Gay. 2013. 'The Performativity of Food Packaging: Market Devices, Waste Crises and Recycling.' *The Sociological Review* 69 (S2): 66–83.
- Klepp, Ingun Grimstad och Laitala, Kirsi 2018. "Shared use and owning of clothes: borrow, steal or inherit". I: Cruz et al (Hrsg.), *Contemporary Collaborative Consumption*, Kritische Verbraucherforschung.
- Klepp, Ingun Grimstad; Laitala, Kirsi och Wiedemann, Stephen 2020. Clothing Lifespans: What should be measured and how. *Sustainability*, 12, 6219.
- Konsumtionsrapporten 2019*. Magnus Roos (red.)
https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/62834/1/gupea_2077_62834_1.pdf
- Lane, Ruth; Ralph Horne, and Jenny Bicknell. 2009. 'Routes of Reuse of Second-hand Goods in Melbourne Households.' *Australian Geographer* 40.2: 151-68.
- Laitala, Kirsi och Klepp, Ingun Grimstad 2018. "Motivations for and against second-hand clothing acquisition". *Clothing Cultures*, 5 (2), s 247-262.
- Laitala, Kirsi och Klepp, Ingun Grimstad 2017. Clothing reuse: The potential in informal exchange. *Clothing Cultures* 4(1), s 61-77.
- Mellander, Elias and Petersson McIntyre, Magdalena 2020. 'Fashionable detachments: wardrobes, bodies and the desire to let go'. *Consumption, markets and culture*.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10253866.2020.1802258>
- Miller, Daniel and Sophie Woodward. 2012. *Blue jeans: the art of the ordinary*. Berkeley: University of California Press.
- Payne, Alice. 2017. "Fashion futuring in the Anthropocene: Sustainable fashion as 'taming' and 'rewilding'". *Fashion Theory* DOI: 10.1080/1362704X.2017.1374097.
- Reiley, Kathryn and Marilyn DeLong. 2011. 'A consumer vision for sustainable fashion practice'. *Fashion practice* 3 (1): 63-84. doi: 10.2752/175693811X12925927157054.
- Röpke, Inge 2009. "Theories of practice: New inspiration for ecological economic studies on consumption." *Ecological economics*, 68, 2490-2497.
- Shove, Elisabeth (2003). *Comfort, Cleanliness and Convenience*. Oxford: Berg.
- Shove, E., M. Pantzar, , and M. Watson. 2012. The dynamics of social practice: *Everyday life and how it changes* (1st ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Stanes, Elyse, and Chris Gibson. 2017. 'Materials That Linger: An Embodied Geography of Polyester Clothes.' *Geoforum* 85, 27-36.

Tham, Matilda. 2015. "Futures of future studies in fashion". In *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion*, Kate Fletcher and Matilda Tham (eds), 283-292. Abingdon, Oxon UK and New York: Routledge.

Veblen, Thorstein. 1953/1899. *The Theory of the Leisure Class*. New York: Mentor.

Warde, Alan 2005. Consumption and Theories of Practice', *Journal of Consumer Culture* 5: 131-53.

Att använda det som finns i garderoben

En litteraturoversikt om konsumenters attityder till begagnade kläder

MAGDALENA PETERSSON MCINTYRE

I 2018 års regleringsbrev fick Naturvårdsverket i uppdrag att genomföra informationsinsatser för att höja kunskapsnivåerna hos svenska konsumenter om en mer hållbar konsumtion av textilier. Insatser som genomförs inom uppdraget ska omfatta konsumenters kunskap om textiliers miljö- och hälsopåverkan i alla led i värdekedjan. Arbetet genomförs i samarbete med Konsumentverket och Kemikalieinspektionen.

Samlad forskning pekar på att vi måste förlänga livslängden på redan producerade kläder, och därigenom minska resursuttaget och miljöpåverkan som kommer av nyproduktion. Förlängd livslängd för redan producerade plagg kan uppnås genom till exempel reparation av kläder, delat ägande av kläder och återförsäljning av begagnade kläder. För att uppnå förlängd livslängd genom dessa aktioner krävs dock en acceptans hos konsumenten.

Denna litteraturstudie ger en överblick av nuvarande forskningsläge gällande konsumenters attityd och beteende i relation till begagnade kläder. Syftet med studien är att ge en sammanfattande bild av tidigare utförd forskning samt analys av varför många konsumenter fortfarande avstår från att konsumera begagnade kläder, samt vilka faktorer som skulle kunna bidra till förändrat beteende och attityder.

En slutsats som dras är att konsumenten väljer second hand när det upplevs som ett bättre alternativ. Det kan handla om stil, pris och tillgång. Det är även tydligt att när second hand upplevs som ett sämre eller mer krävande alternativ väljs det bort. Förändrade vanor och rutiner måste förankras i vardagslivets krav på tillgänglighet, enkelhet och praktikalitet.

RAPPORT 6947

NATURVÅRDSVERKET
ISBN 978-91-620-6947-6
ISSN 0282-7298

Rapporten uttrycker nödvändigtvis inte Naturvårdsverkets ställningstagande. Författaren svarar själv för innehållet och anges vid referens till rapporten.

