ETT VÄXANDE KLÄDBERG

EVA GUSTAFSSON OCH KARIN M EKSTRÖM

Kläder som slängs i soporna utgör ett samhällsproblem och resursslöseri. Det handlar dels om att kläder istället för att eldas upp som sopor kan återanvändas och återvinnas då det anses mer fördelaktigt ur miljösynpunkt utifrån EUs ramdirektiv för avfallshierarki. Det handlar dels om att kläder som produceras tar stora naturresurser i anspråk. För att producera 1 kg bomull går det åt mellan 7.000 och 29.000 liter vatten och 0,3 till 1 kg olja (Fisher, Cooper, Woodward, Hiller & Goworek 2008). Att tillverka kläder som senare slängs i soporna utgör en onödig miljöbelastning. Trots detta faktum är det först på senare tid som problemet med textilt avfall (kläder, textilier) uppmärksammats. Diskussionen kring kläder och hållbar utveckling har istället länge fokuserat på vad som köps, hur mycket råvaror som går åt och hur mycket kemikalier som används vid produktion (Olsson, Roos & Wilson, 2009, Fisher m fl 2008). Det är framförallt under senare år som problemet med textilt avfall har börjat få genomslag i den offentliga debatten. En indikation på problemet kom 2006 då Göteborgs-Posten publicerade resultatet av sin SIFO-undersökning av svenskarnas klädvanor. Tre av fyra svenskar angav att de skänkte bort kläder när de köpte nytt, och GP rapporterade om välgörenhetsorganisationernas växande klädberg.

Det faktum att kläder slängs kan relateras till en ökad klädkonsumtion. Statistik visar att den privata klädkonsumtionen ökat i Sverige med 53 procent under åren 1999-2009 (Roos 2010) och nettoinflödet av textilier beräknas till 15 kg per år och person (Carlsson, Hemström, Edborg, Stenmarck & Sörme 2011). Det kan finnas flera faktorer som förklarar denna ökning. En ökad välfärd möjliggör för människor att konsumera mera. Ett ökat fokus på konsumtionens betydelse för identitet, vem man är och vem man vill vara, har också gjort sig märkbar under konsumtionssamhällets framväxt de senaste decennierna. Kläders symboliska betydelse som identitetsmarkör är i synnerhet tydlig. Kläder har som Holmberg och Roos (2010, s 331) uttrycker det ”en särställning inom den så kallade livsstilskonsumtionen”. Särskilt för unga konsumenter har valet av kläder blivit viktigt för att uttrycka identitet och grupptillhörighet. Flera studier av svenska konsumenter visar också att det främst är unga konsumenter som ofta handlar nya kläder (Ekström, Gustafsson, Hjelmgren och Salomonson 2012, Ungerth 2011, Holmberg och Roos 2010). Kläder har också blivit relativt sett billigare, och *fast fashion* – moderiktiga kläder till ett lågt pris – har gjort det möjligt också för unga människor med förmodat begränsad ekonomi att hänga med i modets växlingar genom att ständigt köpa nytt. En tredjedel av unga kvinnor i Ungerths (2011) studie handlade nya kläder flera gånger per månad.

Gustafsson, E & Ekström, K M (2012) Ett växande klädberg i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *I framtidens skugga*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

En lösning på problemet med ett växande textilöverskott är att köpa färre nya kläder. Minskad klädkonsumtion står också högst på EUs ramdirektiv för avfallshierarki eftersom att förebygga avfall alltid anses vara det mest miljövänliga alternativet. Men detta är en komplex fråga. Konsumtionsvanor är som andra vanor svåra att bryta och shopping har över tid blivit en fritidsaktivitet (Ekström 2010). Forskning visar att många konsumenter anser att handla kläder utgör ett nöje i sig (Cox, Cox & Anderson 2005). Modets allt snabbare växlingar motiverar också nyinköp, inspirationskällorna har blivit fler och når en större publik genom kanaler som t ex Aftonbladets bilaga Sofis mode (Tidningskungen 2011-06-27) och modebloggare (Rocamore 2011). Det faktum att konsumtion är relaterat till ekonomisk tillväxt – BNP – innebär också att minskad konsumtion kan få konsekvenser i form av stängda klädbutiker och arbetslöshet. Samtidigt är det av miljöskäl nödvändigt att reflektera över hur konsumtionen kan göras mer hållbar. Genom att köpa färre kläder som producerats hållbart, av en högre kvalitet som håller längre (som oftast är dyrare) stimuleras fortfarande ekonomisk tillväxt. Det är köp och släng mentaliteten som behöver förändras för att undvika onödiga miljöbelastningar. Likaså behöver konsumtion inte enbart handla om att köpa nya varor, i detta fall kläder, utan kan även innefatta att köpa begagnade, men även tjänster i form av lagade och omsydda kläder.

Denna studie syftar till att öka kunskapen och förståelsen för hur konsumenter gör sig av med kläder[1]. Det är vår förhoppning att detta kan bidra till en ökad miljömedvetenhet som inbegriper hanteringen av avlagda kläder. Plockstudier gjorda på uppdrag av Naturvårdsverket visade att genomsnittsvensken slänger 8 kg textilier per år i hushållssoporna (Carlsson m fl 2011). Genom att i SOM-undersökningen 2011 ställa frågan om vad man gör med kläder man inte längre vill ha erhåller vi en bättre förståelse för bakgrunden till Naturvårdsverkets siffror. Vi använder också resultatet från SOM-undersökningen 2011 för att validera resultat från tidigare konsumentstudier baserade på icke-sannolikhetsurval, och då främst vår studie av konsumenter på Gekås Ullared (Ekström m fl 2012).

Olika sätt att avyttra kläder

Vårt fokus i årets SOM-undersökningen handlar om vad konsumenter gör med kläder de inte längre vill ha. Vår fråga löd: ”Hur gör du dig av med hela kläder som du inte längre vill använda (undantaget strumpor/underkläder)?”, vår frågas placering och svarsalternativ framgår av enkäten Riks-SOM III i bokens bilaga. Bortfallet för hela frågan var 51 personer, och detta bör nog hellre förklaras med ointresse för frågeställningen snarare än ”uttröttning”. De olika svarsalternativen baseras på en konsumentbeslutsmodell för avyttring (*deposition*) av Jacoby, Berning och Dietvorst (1977). Vi relaterar denna modell till EUs senaste ramdirektiv för avfallshantering, och den avfallshierarki som EU förespråkar (Naturvårdsverket 2011).

Jacoby m fl (1977) identifierade de tre valmöjligheter konsumenten står inför då en vara, i vår studie klädesplagg, ska avyttras. Det första alternativet är att behålla plagget, och har man gott om plats så kan kläderna läggas undan, men man kan också sy om/ändra om plagget så att det blir användbart igen."Jag syr om/ändrar" ingick dock inte som alternativ, utan enbart det mindre specificerade alternativet "jag sparar alla mina kläder". Resultatet i SOM-undersökningen 2011 visar att 4 procent av de svarande sparade alla kläder. Nära hälften (45%) av dessa var 65 år eller äldre och tillhör därmed samma *generationskohort* (Mitchell 2003). Den generation som idag är 65 år och äldre har fostrats i sparsamhet då deras föräldrar, och kanske också de själva, har erfarenheter från krigstider och ransonering. Under sådana förhållanden lär man sig att inte slänga sådant som kan komma till användning. Forskning om konsumentsocialisation handlar om att man som konsument ofta lär sig från unga år, men även under hela livet (Ekström 2006). Det är vanligt förekommande att konsumtionsmönster från tidig barndom följer med livet ut.

Det andra alternativet enligt Jacobys m fl (1977) modell är att göra sig av med varan temporärt och att någon annan får använda den istället. För kläder är detta inte ett självklart alternativ utan det är främst applicerbart på varor som t ex möbler man (tillfälligt) inte får plats med. Därför hade vi heller inte "lånar ut" som alternativ, men "ger bort till familj och vänner" betyder att kläderna stannar kvar i närmaste kretsen och därmed kanske är möjliga att ta tillbaka. Det är mycket vanligt att barnkläder går i arv, men eftersom respondenterna i SOM-undersökningen 2011 är 16 år och äldre så borde resultatet i huvudsak avse kläder för fullvuxna. Resultatet visar att det är vanligast är att ge bort till familj och vänner "ibland", 49 procent har angett detta alternativ (se tabell 1). Även svarsalternativet "byter bort" kan innebära ett temporärt bortlämnande eftersom många klädbytardagar arrangeras i vänkretsar, och då finns potentiell möjlighet att "byta tillbaka" det som en gång lämnats bort. Som framgår av tabell 1 är det inte särskilt vanligt att byta bort avlagda kläder, bara 10 procent av de svarande har gjort det, och majoriteten av dessa byter bort kläder "ibland". Från ett hållbarhetsperspektiv är dessa båda alternativ placerade på plats nummer ett och två på EUs ramdirektiv om avfallshierarki. Argumentet är att mottagaren kanske avstår från att köpa ett nytt plagg vilket är förebyggande, och plagget återanvänds utan att ta fler resurser i anspråk.

Det sista alternativet i Jacobys m fl (1977) modell är att göra sig av med varan permanent, och det är vad folk i allmänhet gör när de rensar ut sin garderob. Resultatet från SOM-undersökningen 2011 visar att man framförallt lämnar kläder till välgörenhet, men också att man i hög utsträckning slänger kläder i soporna. Det faktum att man lämnar kläder till välgörenhet är inget nytt. Sverige har en lång tradition av att kläder tas om hand av organisationer som t ex Myrorna, Röda Korset och Stadsmissionen. Från ett hållbarhetsperspektiv så utgör att lämna till välgörenhet plats nummer två och tre i EUs avfallshierarki. En stor del av inlämnade kläder återanvänds, enligt Carlsson m fl (2011) säljs 11 procent i Sverige och 73 procent går till katastrofhjälp eller säljs på export. En del kläder som säljs vidare (inom landet

eller på export) återvinns i det att man använder materialets egenskaper, t ex som stoppning, ljudisolering i bilar, eller material till nya kläder (Morley, Slater, Russell, Tipper & Ward 2009). Att slänga kläder i hushållssoporna är förvisso en form av återvinning eftersom de omvandlas till energi vid förbränning, men ett dåligt sådant. Förbränning kommer först på fjärde plats i EUs avfallshierarki, endast deponi är ett sämre miljömässigt alternativ än att slänga i hushållssoporna.

Tabell 1 Hur gör du dig av med hela kläder (ej strumpor/underkläder) som du inte längre vill använda? (2011, procent)

	Aldrig	Ibland	Ganska ofta	Mycket ofta	Alltid	Antal svarande
Lämnar till välgörenhet	13	35	17	15	20	1499
Säljer till secondhandaffär	89	8	1	0	1	1478
Säljer själv på Internet	89	8	1	1	1	1477
Säljer på loppmarknad	88	10	1	0	1	1475
Ger bort till familj och vänner	26	49	13	9	4	1491
Slänger i soporna	38	46	7	5	4	1488
Byter bort	90	8	1	0	1	1470

Kommentar: Bortfallet varierar mellan 93 till 122 individer (cirka 7%) varav 51 individer (3%) avser hela frågan, och resterande bortfall avser del av frågan. Frågan lyder: Hur gör du dig av med hela kläder (ej strumpor/underkläder) som du inte längre vill använda?

I årets SOM-undersökning har 62 procent angett att de slänger hela kläder i hushållssoporna, 46 procent av samtliga gör detta ibland. Detta resultat kan jämföras med en enkätstudie på Gekås Ullared (Ekström m fl 2012) som visar att endast 12 procent av respondenterna slängt hela kläder i hushållssoporna. En förklaring till de olika resultaten kan vara de olika skalor som använts i frågeformulären. Gekås-studien hade endast svarsalternativet ja eller nej, medan SOM-undersökningen 2011 använder en femgradig Likert-skala. Det innebär att svaren blir mer nyanserade i SOM-undersökningen, medan ett ja och nej alternativ som i Gekås-studien kan innebära att man glömmer bort det man gör ”ibland”. Vi tror därför inte att Gekås kunder är mindre benägna än övriga svenskar att slänga hela kläder i soporna. När alternativet ibland finns med så kan man medge att en del plagg hamnar i soporna, men finns bara ja eller nej alternativ så finns risken att den sk ”social desirability” effekten blir för stor, dvs att man vet att det inte är bra att slänga kläder i soporna och därför väljer att svara nej. Sammanfattningsvis tror vi därför att SOM-undersökningen med en nyanserad skala ger en mer rättvisande bild av hur många som slänger kläder i soporna.

Andelen som säljer (eller byter bort) kläder är liten, endast åtta procent av de tillfrågade gör detta ”ibland”, den stora majoriteten gör det aldrig. Dessa låga siffror för att sälja kläder kan ställas i relation till den växande begagnatmarknaden på internet. Värdet av annonserna på Blocket under 2010 uppgick till 212 miljarder, vilket var en ökning med 20 miljarder från 2009 (Blocket 2011-01-12). Resultatet från SOM-undersökningen 2011 visar att vad gäller handeln med begagnade kläder är det 11 procent av befolkningen som står för denna. Som framgår av tabell 1 har 89 procent aldrig sålt kläder på internet, en siffra att jämföra med de mellan 70-90 procent som handlar på Blocket enligt deras egen statistik. Kläder ligger heller inte i topp bland de varor som säljs på Blocket, mest sålt under 2010 var bilar, medan kläder och skor återfanns först på 8:e plats (ibid). Barnkläder och skor var de varor som ökat mest i procent (40%) från år 2006 till 2010 vilket rimligen förklarar placeringen på topplistan, klädesplagg för vuxna skulle med säkerhet inte ensamt platsa bland Blockets tio-i-topp.

En rimlig slutsats kan vara att ”vanliga” kläder inte är lika enkla att sälja på internetbaserade begagnatmarknader i jämförelse med t ex bilar, cyklar och barnvagnar. En rundsurfning på Blocket och Tradera visar också att merparten av handeln med kläder förefaller rymmas inom två kategorier: dels plagg som köpts för ett specifikt tillfälle: t ex klänningar för bröllop och fest, och dels barnkläder med hög kvalitet. På Tradera finns visserligen mängder med annonser för ”vanliga” kläder men budgivningen verkar gå minst sagt trögt på dessa.

Sammanfattningsvis så visar resultatet från SOM-undersökningen 2011 att svenska konsumenter inte verkar agera miljövänligt när de gör sig av med sina kläder. Trots att svenska konsumenter i allmänhet verkar uppfatta miljön som viktig (se bokens inledningskapitel) så agerar man inte på ett för miljön hållbart sätt när det gäller kläder man gör sig av med. Den största andelen har svarat ”ibland” på samtliga alternativ och det resultatet avspeglar den forskning vi tagit del av (se t ex Palm 2011, Ungerth 2011, Morgan & Birthwistle 2009). Majoriteten gör en sortering, kläder med högre kvalitet och attraktivitet ges bort till familj eller vänner, säljs eller byts bort. Kläder som är fula eller väldigt omoderna riskerar att hamna i soppåsen medan kläder som är ”ok” lämnas till välgörenhet. För miljön vore det bästa att inga textiler hamnade i hushållssoporna, trasiga textilier kan återvinnas, och hela kläder kan återanvändas eller återvinnas. I vår analys av konsumenters beteende drar vi slutsatsen att många konsumenter förmodligen inte är medvetna om klädavfallets miljöpåverkan och att de inte heller vet att trasiga kläder kan återvinnas. I linje med tidigare studier visar också resultatet från SOM-undersökningen 2011 att folk i allmänhet inte främst ”tänker miljö” när de gör sig av med avlagda kläder på samma sätt som gäller t ex när man gör sig av med datorer och TV-apparater.

Vem slänger kläder i soporna?

Det finns flera grupper i det här resultatet som kan vara intressant att analysera närmare, t ex den grupp som aldrig kastar kläder i hushållssoporna. Finns det resultat som

tyder på att detta är ett uttryck för miljötänkande, eller beror det på andra orsaker? Och vilka är det som kastar hela kläder i soporna, finns det några återkommande mönster som kan ligga till grund för riktade åtgärder, är det t ex unga människor som är de största miljösyndarna, eller är det folk på landsbygden som har långt till inlämningsställen? Vi är också intresserade av den grupp (13 procent) som angett att man aldrig lämnar kläder till välgörenhet. Tidigare studier har visat att lämna till välgörenhet uppfattas som ett enkelt sätt att bli av med överskottet (Domina & Koch 2002) och att det känns bra att idka välgörenhet (Ekström m fl 2012,), så vilka är då orsakerna som kan förklara att man inte lämnar till välgörenhet.

Vi börjar med att analysera de som kastar hela kläder i soporna. Resultatet visar inga skillnader avseende ålder utan det är snarare en påfallande brist på variation mellan de olika åldersgrupperna. Flera studier har visat att unga människor köper mer nya kläder än äldre (Ekström m fl 2012, Holmberg och Roos 2010), men SOM-undersökningen 2011 visar att unga människor inte slänger mer eller mindre kläder än andra. Inte heller utbildningsnivå visar på några skillnader. Det är särskilt intressant med tanke på att Holmberg och Roos (2010) i sin studie påvisade ett samband mellan att handla kläder ofta och utbildning där högutbildade köpte kläder oftare än lågutbildade. Sammantaget visar resultatet från SOM-undersökningarna 2010 och 2011 att det inte självklart är de som ofta handlar nya kläder som också slänger hela kläder i hushållssoporna.

Inte heller civilstånd förefaller ha någon betydelse beträffande att slänga hela kläder i soporna. Något fler ensamstående har markerat att de alltid slänger kläder i hushållssoporna (sex procent mot tre) men den skillnaden är inte statistiskt signifikant eftersom grupperna är små (23 respektive 34 personer). Vi ser däremot en indikation att uppväxthem kan ha viss betydelse. De som vuxit upp i ett sk högre tjänstemannahem visar en svag tendens att inte slänga kläder i soporna, 45 procent har angett att de aldrig gör detta vilket är sju procentenheter högre än det genomsnittliga resultatet på 38 procent. Nuvarande hemförhållanden har däremot ingen betydelse för hur man agerar, arbetarhem och högre tjänstemannahem slänger kläder i soporna i ungefär lika hög grad. Inte heller om vi tittar på landsbygd och stad finns några säkerställda skillnader. Vi kan dock se en skillnad som är rimlig, om ej statistiskt säkerställd. Av de personer som bor på ren landsbygd är andelen som alltid slänger kläder i soporna något högre (7 %) än för övriga. Denna skillnad skulle kunna förklaras genom att avståndet till inlämningsplatser är längre än för de som bor i stan. Det är helt enkelt för opraktiskt och krångligt att göra sig av med kläder på andra sätt än att slänga i soporna om man bor på ren landsbygd.

Den enda bakgrundsvariabel som tydligt visar på skillnader mellan olika grupper är kön. Som framgår av tabell 2 nedan är andelen kvinnor som aldrig slänger kläder (44%) större än motsvarande andel män (31%). En majoritet av kvinnorna har svarat aldrig/ibland (89%) medan de flesta män svarat ibland/ganska ofta (57%). Den här skillnaden mellan könen är statistiskt säkerställd vilket indikerar att hypotesen att män oftare slänger kläder i soporna än kvinnor inte kan förkastas. Och när vi

tittar enbart på gruppen singlar så blir det än mer tydligt att män är mer benägna än kvinnor att kasta kläder i soptunnorna. Hela 11 procent av singelmännen har angett att de alltid slänger avlagda kläder i soporna. Nu är gruppen mycket liten (19 individer) varför resultatet ska tolkas med försiktighet, men sammantaget framträder en tendens att män hanterar avlagda kläder mindre miljövänligt än kvinnor. Motsvarande siffra för singelkvinnorna är två procent, dvs samma siffra som för samtliga kvinnor oavsett civilstånd.

Tabell 2 Kvinnor och mäns vanor att slänga kläder i soporna (2011, procent)

	Aldrig	Ibland	Ganska ofta	Mycket ofta	Alltid	Antal svarande
Kvinnor	44	45	6	4	2	796
Män	31	47	10	6	7	692
Samtliga	38	46	7	5	4	1488

Fråga: Hur gör du dig av med hela kläder (ej strumpor/underkläder) som du inte längre vill använda?
Svarsalternativ: Slänger i soporna

Resultatet från SOM-studien visar att kön har stor betydelse för vad som händer med avlagda kläder, kvinnor slänger mindre, men andelen kvinnor som aldrig lämnar kläder till välgörenhet (tabell 3) eller aldrig ger bort kläder till familj och vänner (tabell 4) är också signifikant mindre än motsvarande andel för männen. I tabell 3 nedan framgår att andelen kvinnor som alltid lämnar avlagda kläder till välgörenhet är 24 procent medan motsvarande siffra för männen är 15 procent. Beror detta verkligen på att kvinnor och män agerar så olika, eller kan det bero på att hanteringen av familjens kläder är något kvinnor ansvarar för? Vi har ställt frågan om kläder, och inte dina kläder, vilket kan ha tolkats som att det handlar om hushållets kläder snarare än individens. Med det som utgångspunkt så blir resultatet rimligt under förutsättning att det är kvinnorna som i huvudsak har ansvar för hemmets kläder.

Tabell 3 Kvinnors och mäns vana att lämna kläder till välgörenhet (2011, procent)

	Aldrig	Ibland	Ganska ofta	Mycket ofta	Alltid	Antal svarande
Kvinnor	9	32	19	17	24	810
Män	18	38	16	13	15	689
Samtliga	13	35	17	15	20	1499

Fråga: Hur gör du dig av med hela kläder (ej strumpor/underkläder) som du inte längre vill använda?
Svarsalternativ: Lämnar till välgörenhet

Resultatet i SOM-undersökningen 2011 kan alltså förstås som att det i många familjer finns en uppdelning mellan kvinnor och män avseende hanteringen av kläder. När vi analyserade gruppen ensamboende och jämförde beteende mellan män och kvinnor så fann vi att skillnaderna mellan könen var större. Andelen singelmän som aldrig lämnade kläder till välgörenhet uppgick till 33 procent och motsvarande siffra för singelkvinnor var 10 procent.

Män är också mindre benägna att ge bort kläder till familj och vänner. I tabell 4 nedan framgår att andelen män som aldrig ger bort kläder är avsevärt större än motsvarande andel kvinnor (36% mot 18%). Denna skillnad är statistiskt signifikant, och bekräftar att hypotesen att fler män aldrig ger bort kläder än kvinnor inte kan förkastas. När vi analyserar gruppen ensamboende så ser vi samma mönster. Dock är skillnaderna mellan singelmän och övriga män inte lika stor som i fallet med att lämna till välgörenhet, eller att slänga kläder i soporna.

Tabell 4 Kvinnors och mäns vana att ge bort kläder (2011, procent)

	Aldrig	Ibland	Ganska ofta	Mycket ofta	Alltid	Antal svarande
Kvinnor	18	49	15	12	5	803
Män	36	48	9	5	2	688
Samtliga	26	49	13	9	4	1491

Fråga: Hur gör du dig av med hela kläder (ej strumpor/underkläder) som du inte längre vill använda? Svarsalternativ: Ger bort till familj och vänner

Med utgångspunkt i ovanstående resultat är män generellt sett sämre på att hantera avlagda kläder på ett miljömässigt hållbart sätt. Vi vet inte varför, och det behöver heller inte betyda att män är mer fientligt inställda till miljön än kvinnor. Tvärtom finns det en viss rationalitet i att slänga i soporna då kläderna bränns och blir till energi. Ett argument mot att lämna bidrag till välgörenhet kan vara att det på senare tid har uppmärksammats att välgörenhetsorganisationerna bidrar till att den inhemska marknaden i mottagarländerna tar skada (Lindström 2004). Ett annat argument kan vara att det har varit flera skandaler kring välgörenhetsorganisationer och deras hantering av inlämnade bidrag. Det är inte vår mening att peka ut män som miljöbovar, men resultaten tyder på att män oavsett deras intentioner agerar på ett för miljön mindre hållbart sätt när det gäller kläder som avyttras. Tidigare studier har visat att i synnerhet unga män agerar mer miljöovänligt än andra och SOM-undersökningen 2011 bekräftar detta resultat (se t ex Lindén 1994).

Vilka är det då som aldrig kastar kläder? Vi avslutar det här kapitlet med att titta närmare på just den gruppen. Kan man tydligt se att dessa personer är mer miljö-

medvetna än övriga, eller ska vi leta efter andra förklaringar till den för miljön bästa hanteringen av avlagda kläder?

Den typiska personen som aldrig slänger kläder i hushållssoporna är en kvinna, hon kan vara vilken ålder som helst, bo var som helst och ha vilken utbildning som helst. Sammantaget utgör denna grupp 38 procent av den vuxna befolkningen. Partipolitiskt är det troligt att den som aldrig slänger kläder i soporna är miljöpartist (47%) eller vänsterpartist (43%), minst troligt är hen anhängare till Centerpartiet (29%). Dessa skillnader är dock inte statistiskt säkerställda eftersom det totala bortfallet är stort (116 personer) och ska därför tolkas som tendenser. Analysen visar också att de som är mycket oroade för framtida miljöförstöring inte kastar kläder i soporna (43%), men också här handlar det om tendenser snarare än signifikanta resultat. Det är också troligt att den grupp som aldrig slänger kläder i hushållssoporna anser att det är viktigt att satsa på svensk miljöforskning på ”världsbästanivå” (43%) även det återigen rör sig om tendenser. Slutligen är det mer troligt att de har angett ett stort intresse för miljö (värde 8, 9 eller 10 på en elvagradig skala) än att de har angett ett lågt intresse (värde 0, 1, 2 eller 3). Av de med stort intresse för miljöfrågor så kastar 42 procent aldrig kläder i soporna, motsvarande siffra för personer med svagt miljöintresse är 34 procent

Av det ovanstående kan man utläsa att det finns en koppling mellan att inte slänga kläder och intressera sig för miljöfrågor. Sambandet är dock inte så tydligt vilket stärker tidigare forskning som visar att en positiv attityd till miljön inte nödvändigtvis leder till ett konsekvent, miljömedvetet agerande (Ölander och Thögerson 1995). Sedan vi började detta forskningsprojekt om klädavfall har vi deltagit i flera diskussioner, både privata och offentliga. Det har framkommit att också personer som anser sig vara miljömedvetna saknar kunskap om vad textilier och avlagda kläder kan användas till. Gemene man slänger kläder som är fula, eller lite trasiga, och man tycks sakna kännedom om att dessa kläder kan återanvändas eller återvinnas. Att miljöintresserade personer är överrepresenterade i den grupp som aldrig slänger kläder tror vi beror på att det inom den gruppen finns fler personer som är insatta i problematiken. Men faktum kvarstår att det trots allt är 58 procent av de som angett stort miljöintresse som kastar hela och användbara kläder i hushållssoporna.

Slutsatser och diskussion

I denna studie har vi fokuserat på hur människor avyttrar kläder. Resultatet från SOM-undersökningen 2011 visar att 62 procent slänger hela kläder i soporna och att 46 procent av samtliga gör det ”ibland”. Från ett hållbarhetsperspektiv hade det varit bättre om dessa kläder istället återanvänds eller återvinns. Det är ett stort resursslöseri från miljösynpunkt att kläder slängs i soporna och eldas upp. SOM-undersökningen 2011 visar också att män är sämre på att hantera avyttrade kläder än kvinnor. Andelen kvinnor som aldrig slänger kläder är större än motsvarande andel män. Bland män är det i synnerhet singelmän som agerar mindre miljövänligt

när det gäller klädavyttring. Tidigare studier visar att unga män agerar mindre miljövänligt (t ex Lindén 1994). Det behövs riktade insatser för att ändra detta mindre miljövänliga beteende hos män och i synnerhet singelmän. I familjer är det möjligen ofta kvinnor som tar hand om kläder som ska avyttras, medan männen i singelhem får göra det själva. SOM-undersökningen 2011 visar också att den typiska person som aldrig slänger kläder är kvinna med ett stort intresse för miljö. Samtidigt är det 58 procent av de som angett stort miljöintresse som kastar hela och användbara kläder i soporna. Vi antar att det kan bero på att man saknar kännedom om att kläder kan återanvändas och återvinnas. Här finns en hel del att göra framöver för att ändra konsumenters beteenden. Konsumenter behöver bli mer medvetna om kopplingen mellan kläder och miljö och att även se kläder som något som bör källsorteras (Ekström m fl 2012). Likaså behöver man göra kärl för klädinsamling, både till återanvändning och återvinning tillgängliga för konsumenter. Konsumenter ska inte behöva leta efter var de kan göra sig av med kläder som de vill avyttra.

Not

[1] Forskningsprojektet Återanvändning och återvinning av kläder finansieras av Handelns Utvecklingsråd i samarbete med Formas.

Referenser

Blocket (2011-01-12) Svenskarna sålde på Blocket för 212 miljarder 2010. Pressmeddelande. http://www.cisionwire.se/blocket/pressmeddelanden/?page=3 [hämtad 120515].

Carlsson, A., Hemström, K., Edborg, P., Stenmarck, Å. & Sörme, L. (2011) *Kartläggning av mängder och flöden av textilavfall*. SMED på uppdrag av Naturvårdsverket.

Cox, A., Cox, D. and Anderson, R.D. (2005) Reassessing the pleasure of store shopping. *Journal of Business Research*, Vol 58, pp 250-259.

Domina, T. & Koch, K. (2002) Convenience and frequency of recycling: implications for including textiles in curbside recycling programs. *Environment and Behavior*, 34, 216-238.

Ekström, K. M. (2006) Consumer socialization revisited, *Research in Consumer Behavior,* Vol. 10, R. W. Beck (ed.). Oxford: Elsevier Science.

Ekström, K. M. (2010) Design and consumption, i *Consumer Behaviour, A Nordic Perspective,* Karin M. Ekström (red.) Lund: Studentlitteratur, sid 515-530.

Ekström, K. M., Gustafsson, E., Hjelmgren, D. & Salomonson, N. (2012) *Mot en mer hållbar konsumtion. En studie om konsumenters anskaffning och avyttring av kläder*. Vetenskap för profession rapport nu 20:2012. Högskolan i Borås.

Fisher, T, Cooper, T., Woodward, S., Hiller, A. & Goworek, H. (2008) Public Understanding of Sustainable Clothing: A report to the Department for Environment,

Food and Rural Affairs. Defra, London. http://randd.defra.gov.uk/Document.aspx?Document=EV0405_7666_FRP.pdf [hämtad 2011-09-01].

Jacoby, J, Berning, C. K. & Dietvorst, T. F. (1977) What About Disposition– What do consumers do with products once they have outlivedtheir usefulness, and how does this relate to the purchase of replacement products? *Journal of Marketing*, April, Vol 44, No. 2, pp. 22-28.

Holmberg, U. och Roos, C. M. (2010) Konsumera mera? Konsumenters roll efter den ekonomiska krisen. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Nordiskt ljus*: SOM-institut, Göteborgs universitet. Sid 329-339.

Lindén, Anna-Lisa (1994) Människa och miljö. *Om attityder, värderingar, livsstil och livsform.* Lund University Social Sciences. Department of Sociology. Division of Sociology. ISBN 91 77981797 7 Carlsson Bokförlag.

Lindström, S. (2004) *Gränslösa kläder*. Stockholm: Bokförlaget Atlas.

Mitchell, S. (2003) *American Generations: Who They Are, How They Live, What They Think*, 4th (ed.), New Strategist publications: Ithaca, New York.

Morgan, L. R., & Birtwistle, G. (2009) An investigation of young fashion consumers' disposal habits*, International Journal of Consumer Studies*, 33(2), pp. 190-198.

Morley, N., Slater, S., Russell, S., Tipper, M. & Ward, G. D. (2006). *Recycling of Low Grade Clothing Waste*, Prepared by Oakdene Hollins Ltd, the Salvation Army Trading Company Ltd and Nonwovens Innovation & Research Institute Ltd., Defra Contract Reference: WRT152 http://www.oakdenehollins.co.uk/pdf/defr01_058_low_grade_clothingpublic_v2.pdf [hämtad 2011-09-03].

Naturvårdsverket (2011) http://www.naturvardsverket.se/sv/Start/Produkter-och-avfall/Avfall/Lagar-och-regler-om-avfall/EUs-nya-avfallsdirektiv/ Senast uppdaterad 2011-07-14. [besökt 2012-05-24].

Olsson, E., Posner, S., Roos, S. & Wilson, K. (2009) Kartläggning av kemikalieanvändning i kläder. Swerea IVF, uppdragsrapport 09/52 till Kemikalieinspektionen. Kemikalieinspektionens dnr 240-H09-01340. [Hämtad http://www.kemi.se/upload/Amnesomraden/Docs/Textilier/Kartläggning%20av%20kemikalieanvändning%20i%20kläder%202010-03-17.pdf. 2012-02-11].

Palm, D. (2011) *Improved waste management of textiles*, Project 9 Environmentally improved recycling, IVL Swedish Environmental Research Institute Ltd., Gothenburg, Sweden.

Rocamora, A (2011) Personal fashion blogs: screens and mirrors in digital self-portraits. *Fashion theory*. vol:15 Nr 4, sid 407-424.

Roos, J. M. (2010) *Konsumtionsrapporten 2010*, Centrum för konsumtionsvetenskap, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Tidningskungen (2011-06-27) Sofis mode blir magasin, 2011-06-27, http://www.tidningskungen.se/linnherbertsson/2011/6/27/sofies-mode-blir-magasin/ [Hämtad 120524]

Ungerth, L. (2011) *Vad händer sen med våra kläder?* Rapport 2011, April, Konsumentföreningen, Stockholm.

Ölander, F. & Thögersen, J. (1995) Understanding of Consumer Behaviour as a Prerequisite for Environmental Protection, *Journal of Consumer Policy*, vol. 18, pp. 345-385.