

Slow fashion in a fast world

- **En praktisk studie om varför man bör köpa kläder second hand**

Felicé Hendersson och
Fanny Hendersson

Examensarbete för Estenom (YH)-examen
Utbildning för Skönhetsbranschen
Vasa 2022

EXAMENSARBETE

Författare: Fanny och Felicé Hendersson

Utbildning och ort: Skönhetsbranschen, Vasa

Inriktning: Estenom

Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Titel: **Slow fashion in a fast world**

- En praktisk studie om varför man bör köpa kläder second hand

Datum: Hösten 2022

Sidantal: 41

Bilagor: 1

Abstrakt

Syftet med detta arbete var att undersöka attityder kring hållbart mode 2022 och vad det innebär för informanterna. Respondenterna riktade in sig på begreppen second hand och hållbart mode. Respondenterna ville själva få mer kunskap inom området och förhoppningsvis väcker detta intresset för andra verksamma inom branschen men även hos allmänheten överlag. Respondenterna ville även ge en översikt av den ohållbara modeindustrin och vad den resulterar i. I studien ville respondenterna främja fenomenet hållbart mode samt lyfta fram det så mycket som möjligt. För att ta reda på attityder till både hållbart mode och second hand så användes datainsamlingsmetoden enkät.

Resultatet visar att största delen av informanterna köper kläder second hand. De största orsakerna till informanternas konsumtion av second hand är ekonomiska och miljömässiga skäl samt att informanterna vill hitta unika plagg. Av de informanter som inte köper kläder second hand var de största orsakerna att man inte hittar det man söker, att det är för tidskrävande samt att det känns ohygieniskt. Det framkom att hållbart mode enligt informanterna innebär kläder av kvalitet, återanvända kläder, kläder som producerats på ett etiskt och miljövänligt sätt samt begränsad konsumtion. Även fast de flesta av informanterna köper second hand så anser de ändå att hållbart mode är relativt viktigt för dem. Att köpa kläder second hand är ändå den absolut vanligaste aktiviteten för att främja hållbart mode, långt vanligare än att låna kläder, sy om eller hyra ett plagg.

Språk: svenska

Nyckelord: hållbart mode, second hand, slow fashion, fast fashion, ohållbara modeindustrin

BACHELOR'S THESIS

Author: Fanny & Felicé Hendersson

Degree Programme: Beauty and cosmetics, Vasa

Supervisor: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Title: Slow fashion in a fast world

- A practical study on why you should buy clothes second hand

Date: Fall 2022

Number of pages: 41

Appendices: 1

Abstract

The purpose of this work was to examine attitudes regarding sustainable fashion 2022 and what that means for the informants. The authors focused on the phenomenon second hand and sustainable fashion. The authors themselves wanted more knowledge within the field and hopefully it will also raise interest amongst people in the industry and with the general public. The authors also wanted to give an overview of the unsustainable fashion industry and what its consequences are. In the study, the authors wanted to profile and elevate the phenomenon sustainable fashion as much as possible. A survey was used as data gathering method in order to find out about attitudes to sustainable fashion and second hand.

The results show that the majority of the informants buy clothes second hand. The biggest reasons for that are economical and environmental and that the informants wish to find unique garments. Among the informants who say that they do not buy second hand clothing the main reasons were that they cannot find what they are looking for, that it is time consuming and that it feels unhygienic. Even though the majority of the informants do buy second hand, they only claim that sustainable fashion is relatively important to them. Buying second hand clothing was however the most common choice when it came to support sustainable fashion, far more common than borrowing clothes, redesigning them or renting.

Language: Swedish

Key words: sustainable fashion, second hand, slow fashion, fast fashion, unsustainable fashion industry

Slow fashion in a fast world



Innehållsförteckning

1	Inledning	1
2	Syfte och problemprecisering	2
3	Teoretisk grund	3
3.1	<i>Den ohållbara modeindustrin</i>	3
3.1.1	Fenomenet fast fashion	4
3.1.2	Modeindustrins miljöpåverkan	5
3.1.3	Arbetsförhållanden	6
3.1.4	Greenwashing	8
3.2	<i>Hållbar utveckling</i>	9
3.2.1	Globala målen för hållbar utveckling	12
3.2.2	Cirkulär ekonomi	14
3.2.3	Hållbar konsumtion	15
3.3	<i>Hållbart mode</i>	16
4	Tidigare forskning	20
5	Metoder	24
5.1	<i>Enkät</i>	24
5.2	<i>Innehållsanalys</i>	24
5.3	<i>Undersökningens praktiska genomförande</i>	25
6	Resultatreddovisning och tolkning	26
6.1	<i>Informanternas konsumtion av second hand</i>	27
6.2	<i>Vad är hållbart mode</i>	30
6.3	<i>Vikten av hållbart mode</i>	32
6.4	<i>Olika sorter av hållbart mode</i>	33
6.5	<i>Konklusion av resultatet</i>	35
7	Kritisk granskning	36
8	Diskussion	40
	Litteraturförteckning	42
	Bilaga	48

1 Inledning

I en värld full av snabba val, intryck och impulsköp, måste man ibland stanna upp, tänka till och känna efter. Vi som estenomer vill förmedla detta genom vårt examensarbete. Vi vill främja en mer hållbar konsumtion av kläder. Vi vill göra detta genom att berätta hur ohållbar stora delar av modeindustrin är just nu samt hur viktigt det därför är att tänka på att främja hållbar utveckling genom hållbara modeval. Ingen kan göra allt, men alla kan göra något.

Mode och kläder har alltid spelat en väsentlig roll i våra liv och är något som vi båda vill jobba med i framtiden. Så länge vi kan minnas så har second hand-butiker och små lopptorg varit ett himmelrike för oss. Det bästa vi visste som yngre var att fynda tillsammans med vår moster och mormor, som än idag inspirerar oss med sina hållbara livsstilar och unika sätt att få gamla plagg till liv. Allt kan vara mode så länge du själv tycker om det och känner dig fin i det. Detta hållbara modetänk har vi båda fortsatt att anamma och leva med genom livet. Hållbart mode är en inställning och en livsstil man väljer. Det finns en hel del fördelar som konsumtion av second hand plagg för med sig. Dessa är bland annat miljömässiga och ekonomiska.

Det kan vara utmanande att bygga en fullständig garderob endast av second hand och hållbara plagg. Det är både tidskrävande och ibland svårt att hitta plagget man söker på second hand. Därför blir det lättare alternativet att vända sig till fast fashion. Man får snabbt exakt det man behöver. Men vem betalar då priset? Fast fashion är något som blir mer och mer ifrågasatt i dagens samhälle och är ett växande problem. Enligt Business Insider (2019) så utgör modeproduktion hela 10% av de globala koldioxidutsläppen och 85% av all textil slängs på soptippen. Tänk om alla dessa plagg skulle återanvändas istället och du skulle kunna hitta dem på din nästa second hand-runda. Vilken skillnad det skulle göra för miljön och för din plånbok. I vår forskning så vill vi därför lyfta fram second hand som ett alternativ till en mera hållbar modevärld.

2 Syfte och problemprecisering

Syftet med detta arbete var att undersöka attityder kring hållbart mode 2022 och vad det innebar för informanterna. Respondenterna riktade in sig på begreppen second hand och hållbart mode. Respondenterna ville själva få mer kunskap inom området och förhoppningsvis väcker detta intresset för andra verksamma inom branschen men även hos allmänheten överlag. Respondenterna ville även ge en översikt av den ohållbara modeindustrin och vad den resulterar i. I studien ville respondenterna främja fenomenet hållbart mode samt lyfta fram det så mycket som möjligt.

Respondenterna söker svar på följande frågor:

1. Vad är attityder till hållbart mode 2022?
2. Varför köpa second hand?

3 Teoretisk grund

I den teoretiska grunden tar respondenterna upp nödvändiga fakta för att kunna förstå forskningen och slutresultatet. Den första är den ohållbara modeindustrin där respondenterna tar upp fakta om fenomenet fast fashion, modeindustrins miljöpåverkan, arbetsförhållanden och greenwashing. Femwashing lyfts fram eftersom det är ett nytt fenomen som växt fram och som tangerar kvinnors köpbeteenden. I den andra delen belyses hållbar utveckling, där hållbarhet analyseras i en ekologisk, social och ekonomisk hållbarhetskontext. De globala målen för hållbar utveckling och den cirkulära ekonomin redogörs även. Hållbart mode tas upp som en sista grupp, där är second hand en väsentlig del eftersom det är betydelsefullt i arbetet.

3.1 Den ohållbara modeindustrin

Överkonsumtion är ett ord man ofta hör i dagens samhälle. I modevärlden betyder det att man som konsument konsumerar för mycket kläder. Detta tär på miljö, människor och djur. Idag är det snabbt och enkelt att beställa hem en tröja från nätet. Men med tanke på hur lång denna process egentligen är så borde man fundera en extra gång. I en ideal värld borde klädföretagen själva ta en aktiv ställning kring samhällsfrågor och hållbarhet. Men så är tyvärr inte alltid fallet. Dagens klädföretag lider av minskat förtroende från sina konsumenter. Detta gäller både företagets integritet och frågor som berör produktens tillverkning och ursprung. Faktum är att produktionen av kläder idag har fördubblats under de senaste 20 åren. Detta ser man genom den ökande användningen av textilfibrer som gått från 58 miljoner ton år 2000, upp till 109 miljoner ton år 2020. Det är även beräknat att användningen kommer gå upp till 146 miljoner ton tills år 2030. Det är alltså inte små siffror som det handlar om, och dessa höjs dessutom hela tiden. (Leyman, 2022a; The state of fashion, 2019)

Konsumenterna blir dock hela tiden mera miljömedvetna. Det framkommer i rapporten YouGovs European Fashion Report 2021. Rapporten undersöker attityder kring mode och hållbarhet bland 10 olika länder i Europa. Dessa är; Finland, Schweiz, Frankrike, Österrike, Sverige, Italien, Norge, Tyskland, Danmark samt Spanien. Man undersökte även förändringar inom köpbeteenden och attityder från år 2019 till år 2021.

Enligt resultatet anser 42% av konsumenterna att hållbarhet inom mode är viktigt. Det var även betydligt mer finländare (17%) och tyskar (14%) som svarade att de anser att hållbarheten är viktigt inom modesektorn. 17% av alla europeer som deltog sa även att de köper sina kläder second hand. 21% av konsumenterna säljer vidare sina kläder online när de inte längre vill ha dem. Dock tycker endast 12% av konsumenterna att hållbarhet i modebranschen är särskilt viktigt i jämförelse med andra branscher så som matindustrin, kosmetika och energisektorerna. Där hamnar modeindustrin på 8:e plats. (YouGov, 2021b; YouGov, 2021a)

3.1.1 Fenomenet fast fashion

För att förstå hur hela fast fashion-fenomenet uppstått så kan man börja med att se bakåt i tiden. Ända fram till 1800-talet så hade modet en långsam takt. Hela processen att skapa ett klädesplagg tog lång tid eftersom det utfördes för hand. När den industriella revolutionen slog igenom så tillkom symaskinerna, vilket då tillät kläder att skapas i en helt ny takt. Aldrig förr hade det varit så billigt och lätt att skapa nya plagg. Riktiga klädbutiker började uppkomma, och blev en hit bland medelklassen. När man sedan ser tillbaka på 1960- och 1970-talen så var kläder så mycket mer än något man bara hade på sig. Det utvecklades till en form av personligt uttryck, och trender började växa fram bland den yngre generationen. I samband med digitaliseringen så exploderade fast fashion. Att shoppa på nätet blev allt större under 1990- och 2000- talen. Det var även då som modekedjor som H&M, Topshop och Zara började ta över modevärlden. (Rauturier, 2022)

Idag både använder man och kastar mer kläder än någonsin. År 1997 till exempel, köpte den genomsnittliga kvinnan 19 plagg per år i Storbritannien. Så kort som 10 år senare, alltså år 2007 var den siffran redan uppe i 34 plagg per år. Kate Fletcher, modeforskare och konsult, förklarar detta med att priserna på kläder i Storbritannien har sjunkit med 10 % mellan åren 2003 och 2007, vilket resulterat i att man nu köper tre skjortor istället för en. Konsumenterna köper det som erbjuds av fast fashion kedjor som H&M, Zara och Primark. Förr i tiden köpte man kläder till ett specifikt tillfälle eller endast när man behövde någonting nytt. Kläderna idag är billigare, kvaliteten är sämre och shopping har blivit en hobby istället för en nödvändighet. (Dirksen, 2008; Rauturier, 2022)

Hela trendcykeln har fått en extremt hög takt och man förväntas att hela tiden anamma de nyaste trenderna i modevärlden. Andra igenkänningsfaktorer av fast fashion är att kläderna

ser trendiga ut. Priserna är låga och designen på kläderna är ofta kopierade, eller influerade, av större designers. Allt detta för att möta konsumenternas höga krav och behov av snabb konsumtion. Lee (2008) förklarar att fast fashion butikskedjor inte längre har två klädsäsonger per år, utan de kan byta upp till 15 gånger eller till och med mer under ett och samma år. Folk bär kläder ibland bara en eller några gånger innan de slängs bort. Två miljoner ton kläder köps varje år och av dessa hamnar tre fjärdedelar på soptippen. (Rauturier, 2022; Dirksen, 2008)

3.1.2 Modeindustrins miljöpåverkan

Det råder inget tvivel om att fast fashion fenomenets negativa påverkan syns på miljön. Man använder billiga och giftiga textulfärger, vilket leder till att modeindustrin förorenar planetens vatten extremt mycket. Det är inte bara olika textilier, och färger, man behöver för att skapa ett plagg, även en stor mängd vatten går åt under processen. Det är beräknat att under ett års tid förbrukas det cirka 93 miljarder kubikcentimeter vatten inom klädindustrin, vilket motsvarar cirka 5 miljoner människors behov av vatten. Detta går nu till skapande av kläder istället för till de som är i nöd. Ett annat problem av den höga vattenanvändningen är allt förorenat vatten som kommer ut i avloppen på grund av färgning och behandling av olika tyger. Cirka 20% av vattnet som pumpas tillbaka i våra vattensystem är förorenat av tungmetaller och gifter. Det vattnet används sedan både av människor och till djur. Det är till exempel därför som Greenpeace så länge har försökt pressa olika stora modekedjor att sluta använda dessa farliga kemikalier. (Rauturier, 2022; Smith, 2021)

De olika tygerna man använder sig av kan även vara ett problem i sig, polyester till exempel har sitt ursprung i fossila bränslen och bidrar därmed till den globala uppvärmningen. En annan faktor är det enorma textilöverflödet som produceras och kastas årligen. Så mycket som 92 miljoner ton textilavfall produceras världen över varje år. Upp till 95% av alla dessa textilier skulle kunna återanvändas, men detta uppmuntras inte. Idag så kastas istället cirka 85% av alla kläder och hamnar på soptippar, och det kan ta upp till 200 år för ett plagg att brytas ned. I Finland så konsumeras det varje år upp till 70 000 ton kläder och textilier, 13 kilo per person kastas även bort av oss finländare. (Rauturier, 2022; Martha, 2021)

All denna negativa miljöpåverkan endast för att använda ett plagg cirka 2-3 gånger innan man tröttnat på det. När man sedan kastar bort plagg så förs de till väldigt stora

avställningsplatser (se figur 1). Där fortsätter kemikalierna från alla kläder att förorena världen. Många kläder förs även till återvinning, men av alla dessa plagg så återvinns mindre än 1% eftersom processen är lång och invecklad. Det är inte direkt som att panta en pantflaska. Man måste plocka isär tyget ända ner på fibernivå och sedan bygga ihop det igen, vilket skapar ett annat material från det ursprungliga. (Leyman, 2022a)



Figur 1. Avställningsplatser fyllda med kläder. (Flickr,2008)

3.1.3 Arbetsförhållanden

Majoriteten av kläderna som man idag köper är producerade och sydda i till exempel Kina, Bangladesh, Pakistan eller Kambodja. I dessa länder är skyddet för arbetare svagt vilket tillåter en slags "kapplöpning till botten", detta innebär att man flyttar klädproduktionen till de länder där det är billigast arbetskraft. Lönerna är en stor faktor till att arbetsförhållandena för många inom klädindustrin är dåliga. Detta grundar sig i att det i vissa länder finns en stor skillnad på den så kallade minimilönen och den faktiska levnadslönen. Ett exempel på detta är Bangladesh, där minimilönen motsvarar 18% av vad som faktiskt krävs för att leva och försörja en familj. I Indien är denna siffran 33% procent och i Kina 42%. Det är heller ingen ovanlighet att arbetarna inte får betalt för sin övertid och att det används två olika timlistor när industrier besöks och kontrolleras. Eftersom lönerna är på denna nivå så resulterar det även i att människor måste jobba mycket mera

timmar än vad man skulle under en vanlig jobbvecka. (Johansson & Nilsson, 2016, ss. 48-50; Sjödin, 2022a)

Enligt den Internationella arbetsorganisationens konvention om arbetstider inom industrin är 8 timmar om dagen och 48 timmars veckor den maximala arbetstiden. Dessa timmar överskrider allt som oftast inom kläindustrin. För att hantera problem just som låg timlön och för långa arbetsdagar så finns fackföreningar. Det är en arbetstagares rättighet att vara med i facket, det ser dock annorlunda ut i praktiken. Hundratals fackliga företrädare mördas årligen och i många fall kan även facken vara korrupta och ägas helt av staten. Detta leder till att arbetarna inte får någon hjälp eller sin röst hörd. Sexuella trakasserier är även ett återkommande problem för arbetarna i industribranschen. (Johansson & Nilsson, 2016, ss. 48-50; International labour organization, u.å; Leyman, 2022a)

Dessa ovannämnda problem tas sällan upp i medier och vidden av dem är inte allmänt kända bland de som köper fast fashion-kläder. Hela grunden av modebranschen lider. Det finns såklart företag som jobbar emot dessa problem, men i det stora hela så är detta verkligheten för många arbetstagare inom klädbranschen. (Leyman, 2022a)

Världen fick dock en riktig ögonöppnare år 2013 när en stor fabrik vid namn Rana Plaza i Bangladesh totalt kollapsade och över 1,000 arbetare dog (se figur 2). Denna tragedi rankas som en av de värsta industriella katastroferna i världen. Efter denna händelse började man på allvar ifrågasätta fast fashion industrin och hur den egentligen är uppbyggd. Folk började ifrågasätta det mesta inom kläindustrin; de långa arbetsdagarna, människors löner samt säkerheten på arbetsplatserna. Andra skandaler som har uppmärksammats stort tidigare genom åren är till exempel när både Nike och GAP under 90-talet avslöjades för att använda sig av barnarbete. Detta samtalsämne är tyvärr något som med åren tystades ner igen i takt med alla de varumärken som ändå fortsätter att massproducera kläder och inte beaktar varken miljön eller människors mående. (Noble, 2020)

En bieffekt som kollapsen i Rana Plaza fick på världen var den motståndsrörelsen som skapades strax efter incidenten. I denna ingår hundratals med klädföretag som alla har skrivit på ett avtal vid namn "The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh." I detta avtal ingår bland annat inspektioner av arbetsplatserna och offentliga rapporter så att alla vet om hur företaget ser ut på insidan med. (Noble, 2020)



Figur 2. Kaoset efter katastrofen Rana Plaza. (Flickr,2013)

3.1.4 Greenwashing

Greenwashing är ett fenomen som innebär att man gör obefogade eller överdrivna påståenden om hållbarhet och miljövänlighet för att sälja mer. Företag använder sig av greenwashing för att försöka möta konsumenternas ökade efterfrågan på grönare produkter. Greenwashing har funnits i årtal, detta har varit ett förekommande fenomen ända sedan mitten av 1980-talet. Under de senaste åren så har greenwashing blivit allt mer vanligt. Det är inte tillåtet för företag att säga att vilken produkt som helst är hållbar. När man ser på marknadsföringslagen så är företagen skyldiga att på något sätt bevisa det som de påstår. Konsumenten bör även vara informerad om vilket sätt tjänsten eller varan är hållbar, där ska det även komma fram om det gäller ekonomisk, social eller ekologisk hållbarhet. Konsumenter blir mer medvetna och insatta i miljöfrågor hela tiden och då försöker företag bemöta dessa förväntningar med falska gröna påståenden. (Dahl, 2010; Sjödin, 2022b)

Det svenska konsumentverket har år 2021 tillsammans med många andra konsumentverk inom EU gjort en granskning av olika miljöpåståenden i reklam. Syftet med denna undersökning var att få fram fakta om hur förekommande greenwashing är idag. Produkter som det låg fokus på i undersökningen var bland annat kläder, kosmetika och

hushållsartiklar, eftersom alla dessa ofta förekommer som reklam på nätet. Resultatet visar att 42% av de granskade påståendena inte fyllde kraven och var överdrivna eller till och med vilseledande. För att märka att ett företag håller på med greenwashing så bör man vara uppmärksam på två olika saker, den ena är när företag inte kan bevisa eller backa upp sina gröna produkter eller tjänster med konkreta bevis. Det andra är när företag börjar använda sig av egna certifieringar. (Konsumetverket, 2021a; Sjödin, 2022c)

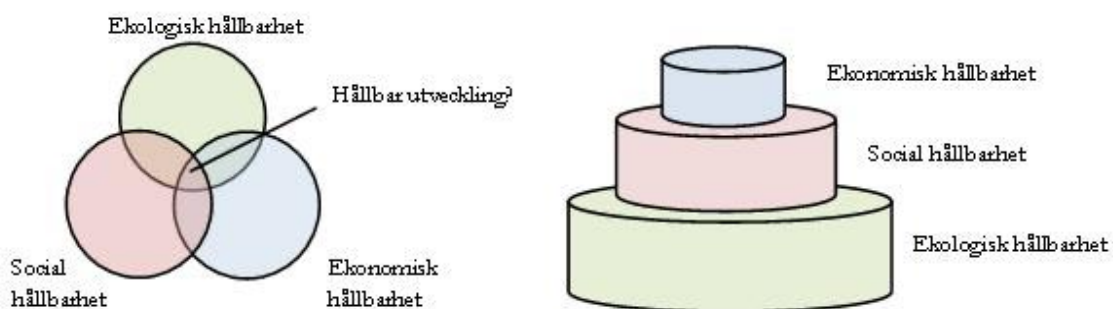
Fem washing

Fem Washing innebär att man i sin reklam använder sig av feministiska slagord för att försöka uppnå en ökad försäljning. Detta helt utan tillräckligt mycket kunskap om huruvida kvinnorna som gör kläderna faktiskt har det bra. Fem Washing är alltså en slags "reklamsyster" till greenwashing. Företag kan lyfta fram små insatser de gör för jämställdheten och blåsa upp dem till något stort, men i själva verket görs det ej mycket för att främja kvinnornas arbetssituation. Ett exempel på detta kan vara att klädföretag trycker tröjor med texten "Girl power", så att de kvinnliga konsumenterna blir uppmuntrade att företaget stärker kvinnor. Det är heller ingen ovanlighet att kommentarer om hållbarhet slängs in, vilket leder till ännu mera konsumering av kläderna eftersom kunderna då tänker att de shoppar för en bra sak (Sjödin, 2022c)

3.2 Hållbar utveckling

"Hållbar utveckling är utveckling som möter nuläget behov utan att kompromissa med framtida generationers möjligheter att möta deras behov" Detta citat är den kändaste definitionen av hållbar utveckling översatt till svenska, den är hämtad från rapporten Our Common Future från 1987. Rapporten skrevs av Brundtlandkommissionen, den var formellt känd som World Commission on Environment and Development (WCED). Kommissionen bildades av FN år 1983 på grund av den stigande oron över försämringen av naturresurserna och även den mänskliga miljön. Även påfrestningen av att hela tiden konsumera mera var en oroväckande faktor. Genom skapandet av kommissionen låg det nu i alla nationers intresse att skapa regler för en hållbar utveckling. (Johansson & Nilsson, 2016, s. 14; Our common future, 1987)

Hållbarhet kan delas in i tre dimensioner. Dessa är; ekologisk, social samt ekonomisk hållbarhet. För att förstå hur dessa tre dimensioner hänger ihop kan man använda sig av olika modeller. En som ofta används kallas Venn Diagram (se figur 3). Där överlappar de tre dimensionerna varandra och denna modell visar att alla tre dimensioner har lika tyngd och värde. En annan modell man kan använda sig av är en hierarkisk där ekologisk hållbarhet är den viktigaste byggstenen och ses som en förutsättning för social och ekonomisk hållbarhet. Man anser även att den sociala hållbarheten ligger som grund för att den ekonomiska hållbarheten ska vara möjlig. Respondenterna anser att modellerna i figur 3 ger en bra översikt av hur de tre dimensionerna samverkar och är beroende av varandra. (KTH, 2021a)



Figur 3. Två modeller av hållbar utveckling. (KTH,2021)

Ekologisk hållbarhet

Ekologisk hållbarhet betyder att social utveckling samt ekonomisk utveckling sker inom gränserna för vad vår planet klarar av. På det viset kan vi tillgodose våra behov nu utan att äventyra kommande generationers behov. Ekologisk hållbarhet innefattar allt som har med jordens ekosystem att göra. Dit hör bland annat klimatsystemets stabilitet, land-, vatten- och luftkvalitet, jorderosion och landanvändning, ekosystemtjänster till exempel fotosyntes och pollinering, samt biodiversitet, vilket innebär mångfald av arter och habitat. Produktionen av olika varor och tjänster i världen får alltså inte kompromissa med

ekosystemets bärformåga, med detta menar man att naturen måste hinna återskapa uttagna resurser. Inom ekologisk hållbarhet inkluderas även ibland människors hälsa, då menar man i vilken mån hälsan påverkas av den yttre miljön, i form av till exempel buller och föroreningar. (KTH, 2021b; Svenska ESF-rådet, u.å)

Social hållbarhet

Social hållbarhet handlar om våra mänskliga rättigheter och man sätter människan i fokus. En människa har behov såväl som psykologiska som fysiska samt egna mål i livet. Att tillgodose planetens och alla människors möjlighet att uppfylla dessa mål på en global nivå är vad social hållbarhet innebär. I den processen så blir begrepp som makt, rättigheter, rättvisa samt tillit centrala för att de ska visa vägen till mänskliga konstellationer som ska möjliggöra att vi som människor uppnår vår fulla potential. (KTH, 2021d; Essehag, u.å)

En definition man ofta hör för att definiera social hållbarhet är: "Ett socialt hållbart samhälle är rättvist, jämlikt, inkluderande och demokratiskt. Det garanterar en rimlig livskvalitet för nuvarande och kommande generationer" Patridge (2005). Om befolkningen inte litar på de som bestämmer i landet så kommer vi inte framåt, varken ekologiska eller ekonomiska åtgärder för hållbarhet kommer att fungera i det fallet. (Johansson & Nilsson, 2016, s. 69)

För att kvantifiera social hållbarhet har man utvecklat olika sorters indicatorsystem. De har som uppgift att bland annat mäta välbefinnande och utveckling som kan approximeras social hållbarhet. En nackdel med dessa är dock att använda mål och indikatorer för att definiera hållbarhet endast berättar om de aspekter som inkluderats och som kan kvalificeras. Det som inte går att kvalificera blir då exkluderat och blir på så sätt osynliggjort. Några exempel på indicatorsystem som gjorts är; De globala målen för hållbar utveckling, Human Development index samt Happy planet index. (KTH, 2021d)

Ekonomisk hållbarhet

Ekonomisk hållbarhet har två totalt olika definitioner. Skillnaderna mellan dessa beror på att man använt olika hållbarhets modeller som grund och därför kommit fram till olika definitioner. I den första av dessa definitioner ser man ekonomisk hållbarhet som en ekologisk utveckling, som inte medför sig negativa konsekvenser i relation till den ekologiska eller sociala hållbarheten. Med detta menar man att en ökning av ekonomiskt kapital inte får ske på bekostnad av minskat naturkapital eller socialt kapital. Den andra definitionen grundar sig i att man likställer ekonomiskt tillväxt med ekonomisk hållbarhet. Detta anses vara hållbart så länge den totala mängden kapital ökar i någon mån. Därför kan alltså ett ökat ekonomiskt kapital få ske på bekostnad av andra resurser, såsom naturresurser, välfärd eller ekosystemet. Det finns också den synvinkeln att den ekonomiska hållbarheten inte borde räknas med som begrepp då man pratar om hållbarhet. De tycker istället att ekonomin borde ses som ett verktyg som antingen främjar eller hämmar en hållbar utveckling. Vilken av dessa definitioner eller tankesätt som gäller är en värdefråga och därför finns det fortfarande inte ett rätt eller fel svar. (KTH, 2020c)

3.2.1 Globala målen för hållbar utveckling

Arbetet för hållbar utveckling i hela världen styrs av en global handlingsplan vid namn Agenda 2030. Denna antogs hösten 2015 och man har inom FN enats om att följa den. Agendan innehåller 17 olika mål inom hållbar utveckling som vi globalt förväntas nå före år 2030. Dessa mål är; ingen fattigdom, ingen hunger, god hälsa och välbefinnande, god utbildning för alla, rent vatten och sanitet för alla, hållbar energi för alla, anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, hållbar industri och infrastruktur, minskad ojämlikhet, hållbara städer och samhällen, hållbar konsumtion och produktion, bekämpa klimatförändringarna, hav och marina resurser, ekosystem och biologisk mångfald, fredliga och inkluderande samhällen samt genomförande av globalt partnerskap (se figur 4). Målet respondenterna kommer koncentrera sig på är mål nummer 12, "hållbar konsumtion och produktion". (Kestavakehitys, u.å)



Figur 4. Agenda 2030 hållbara mål. (Kestavakehitys, u.å)

Dessa globala mål är den mest ambitiösa överenskommelsen för hållbar utveckling som alla världens ledare någon gång beslutat. I begreppet hållbar utveckling inkluderas här ekologisk, social och ekonomisk. Sammanfattningsvis kan man säga att världens ledare har förbundit sig till att uppnå dessa fyra punkter med hjälp av Agenda 2030 innan år 2030; avskaffning av extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor i världen, att främja fred och rättvisa samt att lösa klimatkrisen. (Globala målen, u.å)

Mål 12 innefattar alltså att säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster. Människor konsumerar mer än vad jorden klarar av. För att man ska kunna uppnå en hållbar utveckling så kräver det att man minskar det ekologiska fotavtrycket genom att ändra hur man både producerar och konsumerar varor samt produkter. En hållbar konsumtion innefattar inte bara miljöfördelar, utan det är även en fördel för den sociala samt ekonomiska aspekten, såsom ökad konkurrenskraft, ökad sysselsättning, förbättrad hälsa och minskad fattigdom och tillväxt på både den lokala samt den globala marknaden. Mål 12 är indelat i delmål, och speciellt delmål fem " minska mängden avfall markant" tangerar respondenternas arbete. Med den punkten vill man att avfall väsentligt ska minskas genom olika åtgärder för att förebygga, återanvända, minska och återvinna avfall. Under den kategorin är ett bra exempel på vad man själv kan göra att handla second hand. Då man köper något som redan är producerat och själv återanvänder det, minskar man sitt avtryck på planeten. (Globala målen, 2022)

3.2.2 Cirkulär ekonomi

Begreppet cirkulär ekonomi är något man hör mycket nuförtiden. Det är dock ett svårt begrepp att få en enkel kort förklaring på. Man kan enklast förstå begreppet cirkulär ekonomi i kontrast till dess motsats; linjär ekonomi. Enkelt förklarat handlar den linjära ekonomin om att utvinna naturresurser, för att sedan producera samt konsumera, för att slutligen bli kvitt avfallet, även känt som det så kallade "slit-och-släng-samhället". Istället för att tillverka, köpa och kassera saker så vill man i en cirkulär ekonomi utnyttja allt det man redan tillverkat så länge som möjligt. Och när man sedan använt allt till max så ska så mycket som möjligt återanvändas eller återvinnas om och om igen. Men den hållbara processen börjar före tillverkningen, nämligen genom att ha en hållbar design. Detta innebär att man skapar produkter som är lätta att laga, byta ut delar på, uppgradera samt att de är designade för att inte gå sönder efter en viss tid, även kallat planerat åldrande. När produkterna tillverkats så satsar man på att det ska vara billigare att reparera eller återtillverka produkter istället för att införskaffa sig nya. Sedan ska alla produkter som går återanvändas, och om det inte går kan man föra dem till insamlingar där de sedan återvinns (se figur 5). Man kan säga att cirkulär ekonomi är ett mer modernt ord för kretslopp. (Naturskyddsföreningen, 2021a)



Figur 5. Visuell representation av begreppet cirkulär ekonomi.

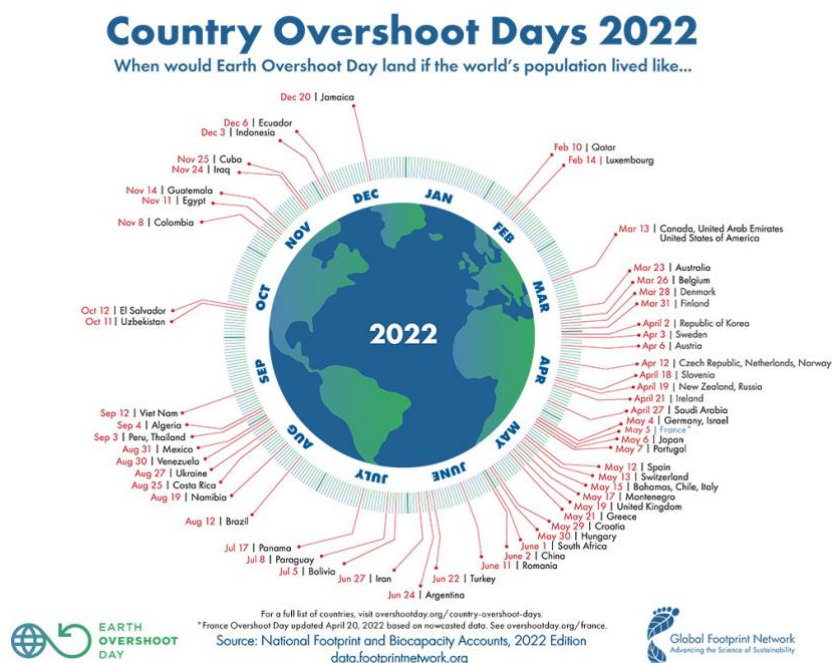
(Naturskyddsföreningen, 2021)

Finland har tagit fram en egen vägkarta för cirkulär ekonomi för åren 2016 till 2025. Planen är gjord i samarbete mellan Sitra, ministerierna och ett stort antal diverse aktörer. Den ska visa vägen till hållbar framgång för Finland och ska hjälpa till att ta vara på olika möjligheter inom cirkulär ekonomi. (Sitra, u.å; Statsrådet och ministerierna, u.å)

3.2.3 Hållbar konsumtion

En hållbar konsumtion tangerar att konsumera och producera inom planetens gränser. Just nu i världen så tar man tyvärr ut mer naturresurser än vad naturen hinner med att återskapa. Detta gäller exempelvis skog, matjord och sötvatten. Råvaror som inte är förnybara, till exempel metaller eller andra grundämnen som fosfor, riskerar till och med att ta slut om man fortsätter att konsumera och producera på det här viset som man gör nu. Överkonsumtion av jordens resurser har många konsekvenser, våra vatten förorenas, skogar huggs ner, hav fylls av skräp, växthuseffekten förvärras och växt- och djurarter utrotas. (Naturskyddsföreningen, 2021b)

I Finland är man bland de värsta i världen när det kommer till att konsumera mera än vad jorden klarar av. Om hela jordens befolkning skulle konsumera som man gör i Finland skulle jordens överskottsdag varit den 31 mars år 2022 (se figur 6). Detta gör Finland till det sjunde första land att gå över konsumtionsgränsen år 2022. De länder som inte konsumerar över jordens överskottsdag har inte nämnts på listan. Detta har man kommit fram till genom att räkna ut det datum som mänsklighetens efterfrågan på ekologiska resurser och tjänster under ett utvalt år går över vad jorden kan återskapa på det året. (Earth overshoot day, u.å; Earth overshoot day, 2022)



Figur 6. Jordens överskotts dagar. (Earth overshoot day, 2022)

3.3 Hållbart mode

Begreppet "hållbart mode" är något man ofta använder inom kommunikation kring mode idag. Eftersom begreppet är ganska abstrakt beskrivet så kan det vara svårt att förstå vad det exakt innebär. Det är även svårt att bedöma ett klädesplaggs direkta miljöpåverkan. En del uttrycker att hållbart mode handlar om att producera plagg på ett miljömässigt och socioekonomiskt hållbart sätt, men också att man borde konsumera på ett mer medvetet och hållbart vis. Hållbart mode handlar även om att man vill sträva efter en cirkulär ekonomi, vilket innebär möjligheten att hålla värdekedjan stängd i ett kretslopp. För att göra detta kan man använda material som är biologiskt baserade från hållbart förvaldade resurser eller genom återvinning. (Mistra future fashion, u.å)

Slow fashion kan beskrivas som en synonym till hållbart mode för att beskriva behovet av en rättvis och hållbar mode- och textilbransch. Man började prata om begreppet slow fashion så sent som år 2007 och det brukar tillskrivas Kate Fletcher (2007). Slow fashion och hållbart mode kan man också beskriva som en inställning till mode där eftertanke och medvetenhet ligger i fokus. Alltså där kvalitet går före kvantitet. En annan aspekt där man kan påverka hållbarheten är genom designern bakom kläderna. Det är med deras insikter

och vägledning som konsumenterna kan börja tänka mera hållbart. Designern kan till exempel själv ta åtgärder såsom att designa kläder med längre livslängd, naturvänliga material och färger som inte kräver lika mycket kemikalier. Istället för att i efterhand åtgärda problemen så kan man från första skiss tänka hållbart. Många företag gör redan liknande åtgärder. De som vill ställa om från konventionell produktion till ett mera hållbart tankesätt kan till exempel producera plagg av restmaterialen eller välja fibrer som redan har en viss kulör istället för att färga om, man kan även tänka på att designa plagg utan så mycket mönster eftersom dessa ofta lämnar mycket överflödigt material. (Johansson & Nilsson, 2016, ss. 26-27; Leyman, 2022b)

Tanken bakom slow fashion och hållbart mode överlag, är att minimera mängden nyproducerat och att förlänga livslängden på plagg så länge som möjligt. En annan aspekt som slow fashion för med sig är vikten av ekologiska och även etiska källor. För att ett plagg skall hålla i längden så bör det även vara tidlöst. Det finns även flera olika sätt att förlänga plaggets livslängd, exempelvis genom att vårda och laga dina plagg, hyra, byta eller låna plagg, sy om plagg, och såklart att köpa nya kläder från loppisar istället för från butiken. (Leyman, 2022b; Dirksen, 2008)

Second hand

Second hand betyder att ett plagg tidigare ägts av någon annan. Även om plagget blivit köpt förra året, för fem år sen eller till och med för 10 år sedan så kommer det ändå räknas som second hand. Vintagekläder i sin tur är från en annan era, 1980-talet eller tidigare. Plaggen är ofta av hög kvalitet och man ser att de kommer från en annan tidsepok. Om ett plagg ska kunna kallas antikt så är tumregeln att det bör vara över 100 år gammalt. Antika plagg är oftast av högre pris och man betalar för kvalité och karaktär. (Bank & vogue, 2017)

Second hand-shopping är något som blir mer och mer vanligt idag. Enligt det amerikanska online företaget Thredup, som säljer second hand-kläder, så kommer handeln av begagnade kläder under de kommande 10 åren att skjuta i höjden. Det påstås även att second hand-modet kommer att vara dubbelt större än fast fashion fenomenet redan år 2030. Det framkommer även fakta om att begagnat mode kommer växa snabbare än den hållbara modeproduktionen. Detta kan bero på uppkomsten av alla second hand appar,

sajter och liknande tjänster. Det har blivit så mycket lättare att både sälja och köpa begagnade plagg. (Deklerk, 2021; Thredup, 2022)

Att köpa plagg second hand är ur ett miljöperspektiv ett hållbart alternativ, eftersom det förlänger plaggets livslängd och plagget riskerar ej att bli slängt i förtid. Det är även ett snabbt och enkelt sätt att bidra gott till miljön. Second hand är för de flesta redan bekant och begreppen "gammalt" och "nytt" håller på att suddas ut mer och mer. Statusen på gamla saker höjs hela tiden, exempelvis inom inrednings- och modebranschen. Anna Broback, en forskare vid Handelshögskolan i Stockholm, undersökte kundgruppers köpbeteende i sin doktorsavhandling 2009. I hennes resultat kom det fram att strävan till en individuell stil är väldigt stark och det har ett samband med den nyfunna kärleken av "gamla" saker. Second hand-varor anses vara mera personliga och ha en egen karaktär, vilket människor idag strävar mot, en slags motpol till all massproduktion. *"Förr köpte man i andra hand för att fynda så billigt som möjligt. Men nu handlar det mer om en strävan efter att finna sitt eget uttryck, det som ingen annan har"* (Broback, 2009, s26) Broback menar även att hela second hand-kulturen idag har fått en mer unik och lyxig ton, till skillnad från hur man förr talade om second hand, med nästan en negativ ton. Idag ser man på det med andra ögon, det är ungt, hippt och helt rätt i tiden. Även stora märken som Dior, Chanel och Balenciaga säljs idag som vintagevaror och anses vara väldigt unika i sin sort. (Sommar & Helgeson, 2012, ss. 23-29)

För att få en översikt av de olika hållbara alternativen kan man se på hierarkin av köpbeteendebehov (se figur 7). Den är inspirerad av Maslows behovshierarki, som förklarar våra val och beteenden. Med hjälp av denna så kan man spara både på pengar och miljön. Det finns flera olika alternativ i triangeln. Längst ner i triangeln finns alternativet att använda det man redan har, därefter följer alternativen låna, byta, köpa second hand, skapa och till sist köpa nytt. När man har gått igenom alla förslagen nerifrån upp i triangeln så kan man först börja fundera på att köpa något helt nytt. I alternativet att köpa second hand så har man två olika val, antingen söka upp det man själv vill ha och införskaffa det till det begagnade priset, eller sälja plagg och föremål som man inte har användning för så att någon annan som faktiskt behöver det får det. (Rivetto L. , 2015b; Rivetto, 2015a)



Figur 7. Köpbeteende behoven. (Rivetto, L., 2015)

4 Tidigare forskning

Detta kapitel kommer bestå av en sammanfattning av tidigare forskning inom området hållbart mode och second hand. Respondenterna har sökt på databaserna google, google scholar, Theseus samt Emerald insight. Sökorden var *hållbart mode, secondhand, fast fashion, slow fashion och hållbar utveckling*. De tidigare forskningarna som använts är studier, rapporter och examensarbeten som hittats i Theseus, Emerald insight, google scholar samt google sökmotor.

I Cervellon, Carey och Harms (2012) forskning var syftet att undersöka sanningshalten i ett visst antal antaganden kring vintagekonsumtion, och likställa detta med konsumtionen av begagnade, tidigare ägda kläder av nostalgiska skäl, miljövänliga eller värdemedvetna konsumenter. Resultatet visar att de främsta orsakerna till att konsumera vintage är modeintresse och känslan av nostalgi, samt känslan av att det är unikt eftersom man fyndat plagget själv. Second hand däremot drivs direkt av sparsamhet. Vintagekonsumenter söker efter att handla unika plagg med historia, medan second hand-konsumenter söker efter unika plagg till ett bra pris.

I en rapport skriven av Dr. Petersson Mclntyre (2020) var syftet att analysera varför många konsumenter fortfarande avstår från att konsumera begagnade kläder och vilka möjliga faktorer som skulle kunna bidra till ett förändrat beteende samt attityder. Resultatet visar att det minst miljöbelastande beteendet inom mode innebär att man använder och uppdaterar de kläder man redan har i garderoben, samt värdesätter det man redan har. En slutsats är även att fler konsumenter skulle välja att köpa begagnade kläder om de skulle vara mera lättillgängliga och upplevdes som ett mindre kostsamt alternativ. Det framkom även att konsumenter kan uppleva begagnade kläder som ofräscha och detta blir ett hinder till att handla second hand.

I en studie gjord av Shen, Richards och Liu (2013) var syftet att undersöka hållbarhet som ett centralt tema i konsumenternas modeval. Fokus låg på hur väl konsumenterna är medvetna om konceptet hållbart mode och dess beståndsdelar. Resultatet visade att konsumenter generellt sett är mer medvetna kring kopplingen mellan produkter gjorda av återvunnet material, begagnade material och företag som följer bra miljömässiga samt sociala rutiner med hållbarhetsbegreppet.

I en forskning gjord av Ritch (2021) var syftet att undersöka hur konsumenter tolkar samt förstår hållbar modeproduktion och hur detta i sin tur påverkar deras modekonsumtionspraxis. Resultatet visar att hållbar modeproduktion inte förstås av konsumenterna samt att ansträngningar att tillämpa hållbarhetskoncept ofta missförstås. Detta ledde till att konsumenterna var skeptiska till högre prissättning på hållbart mode och marknadsföringsanspråk. Trots detta så fann det ändå en oro för de bredare konsekvenserna av hållbarhet.

I Hägg, Lindblom och Rådbergs (2021) examensarbete gjorde de en studie där attityden till att köpa second hand-plagg av gymnasieelever undersöktes. Det undersöktes även vilka barriärer och motiv som gymnasieeleverna upplever i köpprocessen av ett second hand-plagg. Studiens resultat visar att den generella attityden är positiv, men inte tillräckligt positiv för att övertyga respondenterna. Det identifieras ett attityd-beteendegap eftersom gymnasieelevers attityd inte överförs till ett beteende.

Salldén (2020) forskar i sitt examensarbete om fördelarna med begagnade kläder ur konsumentens, miljöns och samhällets synvinkel. Målet med avhandlingen var att klargöra vikten av att återvinna sina kläder och hur det gynnar både konsumenten och samhället. Resultatet visade att fördelarna med second hand påverkade positivt med tanke på samhället, miljön och ekonomin. Hon kom även fram till att donera gamla kläder är ekonomiskt fördelaktigt och minskar tillverkningen av nytt och därmed räddar resurser.

Hellgren (2014) har i sitt examensarbete undersökt och analyserat vintagemode, samt dess konsumtionskultur och utveckling. Det är även undersökt om de olika begreppen inom andrahandsmarknaden. I analysen av studien framgick det att historien bakom ett plagg var något som kunderna intresserade sig för. Det framkom att vintage är ett verktyg som bidrog till att forma konsumentens identitet. Enligt informanterna samt de teoretiska utgångspunkterna verkar de enade om att denna konsumtionskulturs framtid ser lovande ut.

Syftet med Alavillamos (2022) examensarbete var att få reda på köpmotiven bakom köp av begagnade kläder hos unga vuxna. Forskningen kartlade även köpbeteenden hos målgruppen och förändringar i attityder kring andrahandskulturen. I resultatet kunde man utläsa att de största anledningarna till att köpa kläder second hand är produktens prisvänlighet, ekologin och möjligheten till att hitta unika plagg. Intresset för second hand-

kläder har fått en ökning under de senaste åren, detta har påverkats av diversifieringen av klädbudgeten, nya typer av butiker samt tjänster och ekologiska faktorer.

Syftet med Lindfors (2016) examensarbete var att skapa stilhelheter av återanvända kläder för att inspirera till hur man kan klä sig i återanvänt material. Detta gjordes för att fånga läsarnas intresse för second hand samt öka medvetenheten om klädbranschen. Resultatet visade att inte finns någon direkt definition av vad hållbart mode specifikt är, utan att hållbart mode handlar om allt från att producera och konsumera kläder på ett hållbart sätt till att handla second hand och återanvända kläder. Resultatet visar även att det går att skapa moderiktiga stilhelheter av återanvända kläder.

Syftet med Turunens (2021) avhandling var att undersöka betydelsen av miljöansvar gällande modemarknadsföring av begagnade varumärken. Resultatet av studien visar att redan ansvarsfulla second hand-varumärken betonar både miljö och ansvar även i sin marknadsföring. På sociala medier kommunicerar man ansvaret för återvunna kläder på olika sätt och man syftar till att öka konsumenternas medvetenhet kring ämnet. Att öka medvetenheten kring nackdelarna med snabbt mode och möjligheten till att konsumera märkeskläder till ett lägre pris gör att allt fler konsumenter, speciellt kvinnor, väljer att köpa kläder second hand. Även fast återvinning av kläder blir vanligare, så fortsätter snabb modets popularitet att öka och miljöskador blir följd.

Sammanfattning

I Turunens (2021) avhandling framkom det att många väljer att köpa kläder second hand, eftersom det är en möjlighet att konsumera märkeskläder till ett lägre pris. Trots att återvinning av kläder blir allt vanligare, så fortsätter snabbmodets popularitet att öka. Cervellon, Carey och Harms (2012) kom i deras forskning fram till att konsumtion av second hand drivs direkt av sparsamhet samt att konsumenterna söker efter unika plagg. I Salldéns (2020) studie framgick det också att second hand påverkar positivt med tanke på ekonomin, men också för samhället och miljön. I Allavillamo (2022) framgick liknande resultat som i den tidigare nämnda forskningen och studien, nämligen att de största anledningarna att köpa second hand är produktens prisvänlighet, att det är bra för miljön

och möjligheten av att hitta unika plagg. Hellgrens (2014) examensarbete kan man även korrelera till ordet unikt då hon kom fram till att konsumenterna använder vintage som ett verktyg för att forma deras identitet.

Både i Ritch (2021) forskning och i Lindfors (2016) examensarbete kom man fram till att begreppet hållbart mode kan vara svårt att förstå. Ritch (2021) kom fram till att hållbar modekonsumtion inte förstås av konsumenterna samt att ansträngningar för att tillämpa hållbarhetskoncept ofta missförstås. Detta kan bero på det Lindfors (2016) kom fram till, nämligen att det inte finns någon direkt definition av vad hållbart mode specifikt är. Hållbart mode handlar om att producera samt konsumera kläder på ett hållbart sätt, handla second hand och återanvända kläder.

I Dr. Petersson Mclntyres (2020) rapport visar resultatet att det minst miljöbelastande beteendet inom mode är att man använder och uppdaterar de kläder man redan har, samt värdesätter de man redan har. Det framkom även att fler konsumenter skulle välja att köpa begagnade kläder om de skulle vara mer tillgängliga. En annan aspekt som framgick var att konsumenter kan uppleva begagnade kläder som ofräscha och därför inte handla second hand. I Hägg, Lindblom och Rådbergs (2021) examensarbete kom man fram till att vissa konsumenter inte konsumerar second hand kläder. Detta beror på att inställningen till second hand är positiv, men inte tillräckligt positiv för att övertyga konsumenterna. Det identifieras ett attityd-beteendegap eftersom gymnasieelevers attityd inte överförs till ett beteende. I studien av Shen, Richards och Liu (2013) kom det fram att konsumenter generellt sett är medvetna kring kopplingen mellan produkter gjorda av återvunnet material, begagnade material och företag som följer bra miljömässiga samt sociala rutiner.

5 Metoder

Respondenterna har valt att använda sig av dokumentstudier från böcker, tidigare forskningar, vetenskapliga studier och onlinekällor. Som primär datainsamling så användes en kvalitativ datainsamlingsmetod, en enkät där respondenterna tangerade frågor kring köpvanor kring hållbart mode och loppiskläder. Respondenterna använde sig av dataanalysmetoden innehållsanalys för att analysera svaren i enkäten och få en djupare insikt i ämnet slow fashion. Detta frågeformulär utformade respondenterna själva (se bilaga 1). Tolkningen baseras på teorin och den tidigare forskningen. Forskningens praktiska genomförande tas även upp.

5.1 Enkät

En enkät omfattar en tvärsnittsdesign i verkligheten, datan till detta samlas in huvudsakligen genom frågeformulär eller en strukturerad intervju. Den kvantifierbara datan i samband med de många variablerna undersöks sedan för att upptäcka ett associationsmönster. Det tar en lång tid att arbeta fram en enkät och innan man börjar skapa den så måste först syftet noggrant klargöras. (Tors, 2012, ss. 9-13) (Bryman & Bell, 2015, s. 63)

Enkäten har många fördelar, den kan göras på ett stort antal människor och stort geografiskt område, frågeställningarna är även standardiserade, det vill säga alla svar presenteras på samma sätt för alla informanter. Man kommer även bort från intervju-effekten vilket innebär att respondenten svarar olika beroende på intervjuarens sätt att ställa frågor. En nackdel vid enkäter är att det kan förekomma bortfall bland svaren, det kan även vara svårt att få reda på vem exakt som har besvarat frågorna. (Ejlertson, 1996, ss. 7-12) (Tors, 2012, ss. 9-13)

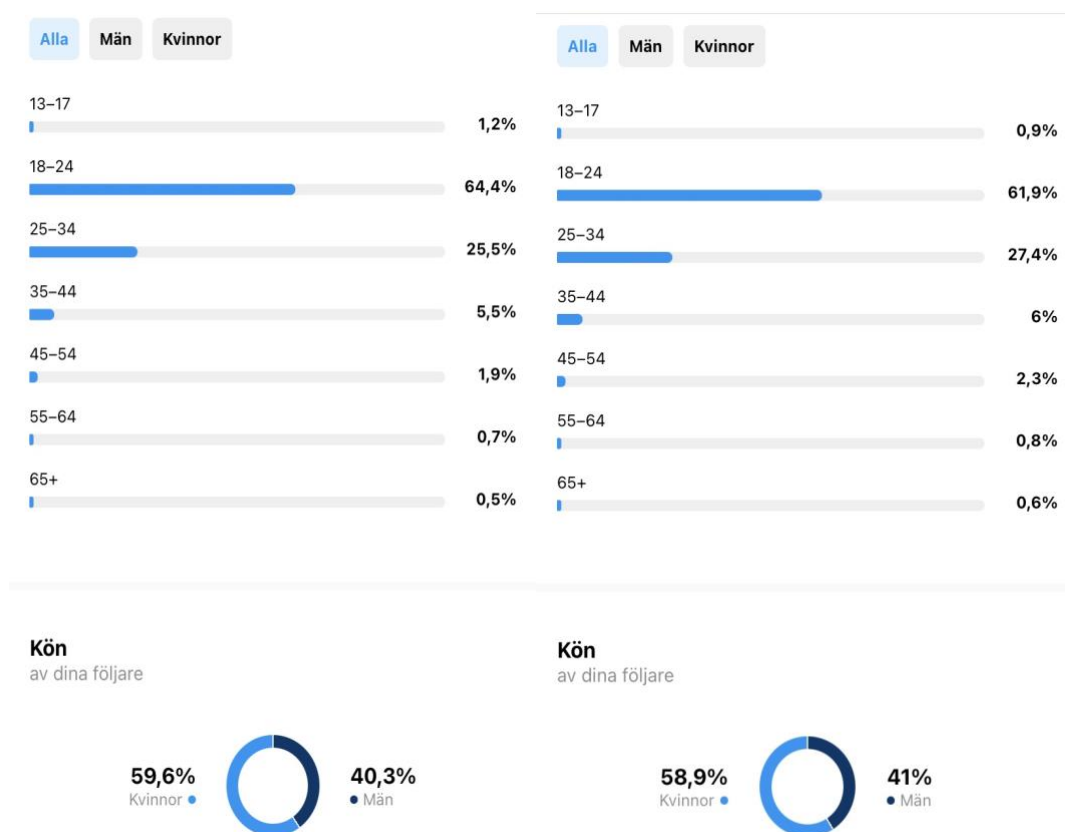
5.2 Innehållsanalys

I innehållsanalysen så analyserar man människors beteende och kommunikation. Fakta och problem konfronteras, sedan kan man omvandla detta till data för analys, förklaring och

beskrivning. Genom att göra en innehållsanalys så kategoriserar man datan i mera övergripande och meningsfulla kategorier. Det blir centralt att hitta kategorierna och sedan fylla dem med mening. I en innehållsanalys så analyseras inte bara det uppenbara utan specifika slutsatser dras. Analysen ska inte vara ytlig utan respektera latent innehåll och sammanhang. Innehållsanalysen är teknologiorienterad och är en teknik för analys av kommunikation och en systematisk observation. (Bryder, 1985, ss. 1-2) (Jacobsen, 2017, s. 136) (Mayring, 2000)

5.3 Undersökningens praktiska genomförande

Respondenterna har valt att dela enkäten på sina sociala medier, både Instagram och Facebook. Informanterna kan vara i vilken ålder eller livsskede som helst eftersom dessa frågor kan besvaras av alla i allmänheten. Majoriteten av respondenternas följare på Instagram är enligt statistiken mellan 18-24 år med 64,4% respektive 61,9%, respondenterna har även en större andel kvinnliga följare (se figur 8). Enkäten var utformad på svenska och informanterna var anonyma eftersom namnen inte skulle bidra till undersökningen.



Figur 8. Statistik över respondenternas Instagram följare.

Respondenterna utformade sina frågor till enkäten utgående från de två forskningsfrågorna och syftet. För att utforma enkäten tog respondenterna stöd från kapitel 5 i arbetet. När frågorna var klara testades de som en pilotundersökning. Den utfördes via personlig kontakt där studien blev skickad till tre informanter via mail. Efter det gjordes en ändring inom det tekniska baserat på kommentarerna. Respondenterna ändrade så att man kunde lämna tomt på fråga två och tre. Detta eftersom de frågorna baserade sig på om man svarat "Ja" eller "Nej" i den första frågan. Vissa frågor behövde man ändra så att det var möjligt att fylla i flera svar respektive inte fylla i svar. Pilotinformanterna gav bra och tydlig respons och tyckte att frågorna gick bra att förstå.

Datum valdes för utskick av enkät och respondenterna valde att dela enkäten på sina sociala medier, både Instagram och Facebook. Enkäten var utformad på svenska och som inledning på enkäten stod det kort beskrivet vad respondenterna skulle använda svaren till och vad temat på enkäten var. Informanterna kunde endast sända in sina svar när de fyllt i alla obligatoriska frågor.

När respondenterna fått in svaren så lästes först alla svar igenom. Det utformades cirkeldiagram och diagram från frågorna med flervalsalternativ. Den öppna frågan blev kategoriserad i grupper som tas upp i resultatredovisningen.

6 Resultatredovisning och tolkning

I detta kapitel kommer respondenterna redovisa resultatet från enkäten. Resultatet består av svaren från enkätundersökningen, som tolkas till och sammankopplas med tidigare forskning och den teoretiska grunden. Resultatet sammanställs genom metoden innehållsanalys och redovisas i fyra olika underrubriker baserat på respondenternas forskningsfrågor. Fråga ett till tre tangerar forskningsfråga ett och är redovisade under samma underrubrik. Fråga fyra till sex tangerar forskningsfråga två och är indelade i tre egna underrubriker. Fråga fyra är en öppen fråga och blev därför kategoriserad i fyra kategorier i form av svärtade underrubriker. Resterande av frågorna är även kategoriserade utgående från svarsalternativen och varje kategori står i **fet stil** i texten. Informanterna var 121 stycken varav bortfallet var noll. Respondenterna har valt att använda sig av ordet loppis i enkäten, eftersom det är ett mera förekommande ord i samhället och svårare att

missförstå än begreppet second hand. En tolkning av resultatet kommer att finnas i slutet av varje underrubrik. Genom detta kunde respondenterna skapa en helhet utgående från materialet insamlat genom enkäten.

Bakgrundsinformation om informanterna

Av de 121 informanter som svarade på vår enkät var 78,5% mellan 15-25 år. Överlägset flest informanter var alltså under 25. 15,7% var mellan 26-34 år och 3,3% var 35-44 år gamla. 2,5% var 45+ och de hörde till minoriteten i denna enkät.

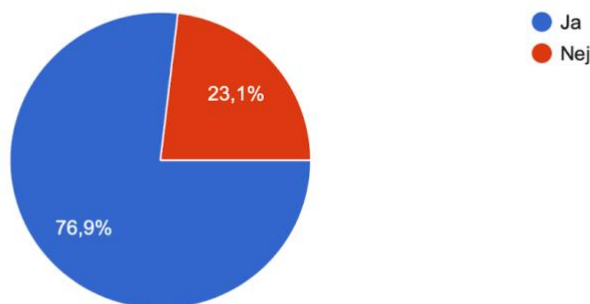
Informanterna bestod även till majoriteten av kvinnor på 88,4% och av 9,9% män. 1,7% var ickebinära.

6.1 Informanternas konsumtion av second hand

Enkätfråga 1-3 handlar om informanternas konsumtion och attityder av och kring loppis. Resultatet i fråga 1 visar att majoriteten av respondenterna **köper kläder på loppis**, närmare bestämt 76,9%. 23,1% svarade att de **inte brukar köpa kläder på loppis**. Som följdfrågor till fråga nummer 1 så ville respondenterna veta de viktigaste orsakerna till varför informanterna köper, respektive inte köper kläder på loppis. Där fanns 3 givna alternativ till respektive fråga, men också ett öppet svarsalternativ till respektive fråga.

Köper du kläder på loppis?

121 svar



Figur 9. Fråga 1. Inköp av loppiskläder.

Av de som svarade "Ja" på fråga 2 var den viktigaste orsaken till att de väljer att köpa kläder på loppis att det är **billigare än att köpa nytt**. Det var 39,4% som valde den orsaken. Inte långt ifrån på en andra plats kom orsaken att man **hittar mera unika plagg**, med 33% av informanterna som kryssade i den. Den tredje största orsaken var att man **tänker på miljön**. Detta hade 20,2% kryssat i. 2,2 % av informanterna svarade på det öppna svarsalternativet **att alla givna alternativ var lika viktiga** för dem. 1,1% svarade att de **inte vill stötta modeindustrins dåliga arbetsförhållanden**, 1,1% svarade att de **hittar kvalitetskläder som är billiga**, 1,1% angav att de **tänker på miljön och gillar att hitta unika plagg**, 1,1% svarade att det **både är billigare och känns bra mot miljön**, slutligen så angav även 1,1% att de **tycker att det är kul att gå på loppis, alla övriga alternativ ovan är ju nog också viktiga, men jakten är roligast**.

Om du svarade "Ja", vilken är den viktigaste orsaken till att du köper kläder på loppis?

94 svar

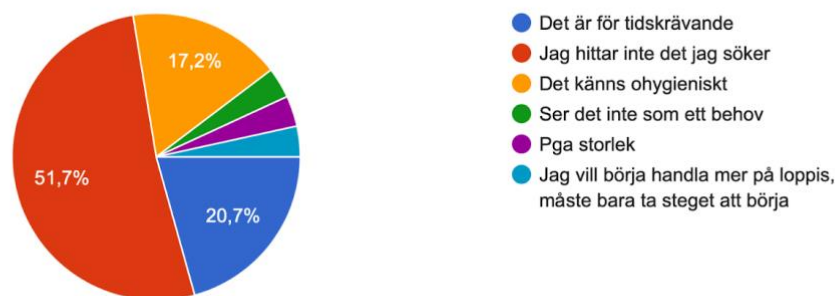


Figur 10. Fråga 2. Orsak för att köpa kläder på loppis.

Resultatet visar att av de som svarade "Nej" på frågan om de köper kläder på loppis var det överlägset flest som svarade att deras orsak är att de **inte hittar vad de söker**. Det var 51,7% som valde det svarsalternativet. Den näst största orsaken var att det är **för tidskrävande**, det var 20,7% av informanterna som tyckte det. Sedan kommer vi till alternativet som var att det **känns ohygieniskt** och där hade 17,2% valt det svarsalternativet. I de öppna svaren fanns tre olika anledningar, 3,4% angav att informanterna **inte såg det som ett behov**, 3,4% svarade att det är **på grund av storlek** och 3,4% nämnde att **viljan finns men att informanterna inte har börjat handla än**.

Om du svarade "Nej" av vilken är den största orsaken till att du inte köper kläder på loppis?

29 svar



Figur 11. Fråga 3. Orsak för att inte handla kläder på loppis.

Tolkning

Resultatet visar att en ytterst stor del av informanterna handlar kläder på loppis. I Turunens forskning (2021) dras också slutsatsen att många väljer att köpa kläder second hand. I samma studie framkom ändå att snabbmodets popularitet fortsätter att växa. Detta kan dras som samband till denna enkät, eftersom en del svarade att de inte köper kläder second hand över huvudtaget.

När det kommer till de som svarade att de handlar kläder second hand så var de tre svarsalternativen, alltså på grund av att det är billigare, att man tänker på miljön och att man hittar unika plagg, samma orsaker som hade framkommit i Allavillamo (2022) resultat. I Carvellon, Carey och Harms (2012) forskning framkom också den ekonomiska aspekten, samt önskan att hitta unika plagg som orsaker till varför konsumenter handlar second hand. I Hellgrens (2014) resultat framkom att historien bakom ett plagg var något som kunderna intresserade sig för. Det framkom även att vintage är ett verktyg som bidrog till att forma konsumentens identitet. Detta korrelerar med att informanterna i denna enkät väljer att köpa kläder på loppis för att de hittar unika plagg.

Resultatet visar att de som inte handlar kläder på loppis tycker att det är för tidskrävande, att man inte hittar det man söker eller anser det som ohygieniskt. Detta med att man anser det som ohygieniskt kan man dra kopplingar till forskningen gjord av Dr. Petersson

McLyntyre (2020) där det också kom fram att vissa konsumenter inte köper second hand för att de anser det som ofräscht.

6.2 Vad är hållbart mode

I fråga fyra ville respondenterna ta reda på vad hållbart mode var för informanterna genom att låta informanterna svara med egna ord i ett öppet svar vad de ansåg. Svaren har kategoriserats till fyra olika grupperingar. Dessa är; **kvalité, återanvända kläder, etik och miljö** samt **begränsad konsumtion**. I denna fråga skedde ett bortfall av 50 informanter, vilket innebär att 71 informanter svarade.

Kvalité

39 av 71 informanter nämnde på något vis att hållbart mode är kläder som håller länge. 20 av dessa nämnde specifikt att kläderna ska vara av bra kvalité och på det viset hålla länge. 12 av informanterna menade att det innebär plagg som är tidlösa och som faktiskt sitter bra och passar med mycket och på det viset håller kläderna länge, för att man har de kvar i garderoben.

Återanvända kläder

11 av 71 informanter sade att hållbart mode är återanvända kläder. 5 av dessa nämnde specifikt att köpa kläder på loppis. 2 av dessa tog upp att man kan låna, byta eller ärva av någon, och 3 informanter nämnde även att det innebär att göra om plagg man redan har.

Etik och miljö

17 av 71 informanter nämnde att hållbart mode är kläder som tillverkats på ett etiskt och miljövänligt sätt. 3 av informanterna nämnde att hållbart mode både innebär kläder tillverkade på ett miljövänligt och etiskt sätt. 9 av informanterna nämnde bara etiken och då syftades det på att arbetarna skulle ha en bra lön och goda rättigheter. 4 av informanterna nämnde miljön, och med det menade dem plagg gjorda av återanvända material eller plagg som tillverkats på ett miljövänligt vis.

Begränsad konsumtion

11 av 71 informanter nämnde att hållbart mode handlar om begränsad konsumtion. Av dessa nämnde 8 informanter att det innebär att köpa kläder då man faktiskt är i behov. Med andra ord inte köpa bara för att köpa eller köpa något man inte vet om man kommer använda. En informant nämnde att det innebär att man använder kläder man har hemma istället för att köpa nya.

Tolkning

Resultatet visar att hållbart mode kan betyda olika saker för olika människor. De flesta av informanterna anser att hållbart mode innebär plagg av bra kvalitet. Andra anser att det innebär kläder som tillverkats på ett miljömässigt sätt. Detta korrelerar med artikeln *Mistra future fashion* (u.å) där de beskriver hållbart mode som plagg producerade på ett miljömässigt hållbart sätt. I Lindfors (2016) examensarbete kom man fram till att hållbart mode innebär att man producerar kläder på ett hållbart sätt, detta kan korrelerera till respondenternas studie där konsumenterna också ansåg att hållbart mode innebär kläder producerade på ett miljövänligt och etiskt vis, med andra ord på ett hållbart vis. I Lindfors (2016) framkom även att hållbart mode innebär att konsumera kläder på ett hållbart sätt, vilket stämmer överens med en attityd som framkom i denna studie i form av informatsvaren kring begränsad konsumtion. I Dr. Petersson McLyntyre (2020) rapport framkom det också att det minst miljöbelastande beteendet inom mode är att man använder de kläder man redan har.

Lindfors (2016) kom även fram till att hållbart mode handlar om att handla second hand samt återvinna kläder. Det stämmer överens med kategorin återanvända kläder i denna studie, där informanterna menade att det bland annat innebär att köpa kläder second hand samt att låna, byta eller ärva av någon.

Som det nämns i *Agenda 2030* (u.å) så vill man säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster för att man ska få en mer hållbar värld. I denna enkät framkom att hållbart mode innebär begränsad konsumtion. I artikeln *Fashion guide I: Slow fashion* (2008) står det att hållbart mode är att minimera nyproducerat, alltså begränsad konsumtion som var en av punkterna som framkom i denna studie. I den artikeln står det

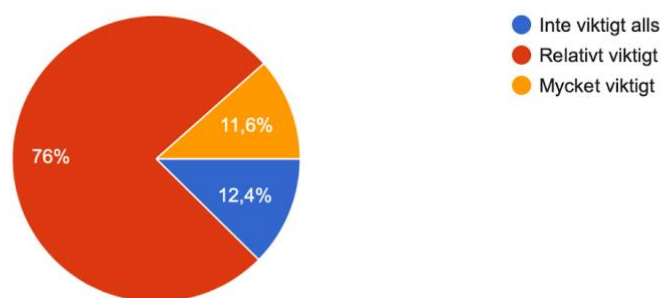
även att en annan aspekt inom hållbart mode är att ekologiska och etiska källor är viktiga, precis som det framkom i kategorin “miljö och etik” i denna studie. Det står även i atrikeln att för att ett plagg ska hålla i längden så behöver det vara tidlöst, vilket också framkom i enkätsvaren under kategorin kvalitet.

6.3 Vikten av hållbart mode

På frågan “Hur viktigt är det för dig att kläderna du köper är av hållbart mode?” ansåg de flesta att det bara är **relativt viktigt**. 76% kryssade i det alternativet. 12,4% tyckte att det **inte alls var viktigt** och 11,6% ansåg att det är **mycket viktigt**.

Hur viktigt är det för dig att kläderna du köper är av hållbart mode?

121 svar



Figur 12. Fråga 5. Vikten av att kläder är av hållbart mode.

Tolkning

Resultatet visar att den största delen informanter tycker att hållbart mode är relativt viktigt. Även fast en väldigt stor andel avgav att de handlar second hand i fråga ett. En orsak till detta kan vara att hållbart mode som begrepp är väldigt diffust. Resultatet av Lindfors (2016) studie visar att det inte direkt finns någon definition om vad hållbart mode specifikt är. I Ritch (2021) forskning framkom det också att hållbar modekonsumtion ofta inte förstås av konsumenterna.

I artikeln om World overshoot day (u.å) så skrivs det att om hela jordens befolkning skulle konsumera som vi gör i Finland så skulle jordens överskottsdag varit den 31 mars år 2022. Detta för att människorna här i Finland inte gör tillräckligt hållbara val. Detta kan korreleras till denna studie, där det framkom att endast en liten del av informanterna ansåg att det är mycket viktigt att kläderna de köper är av hållbart mode.

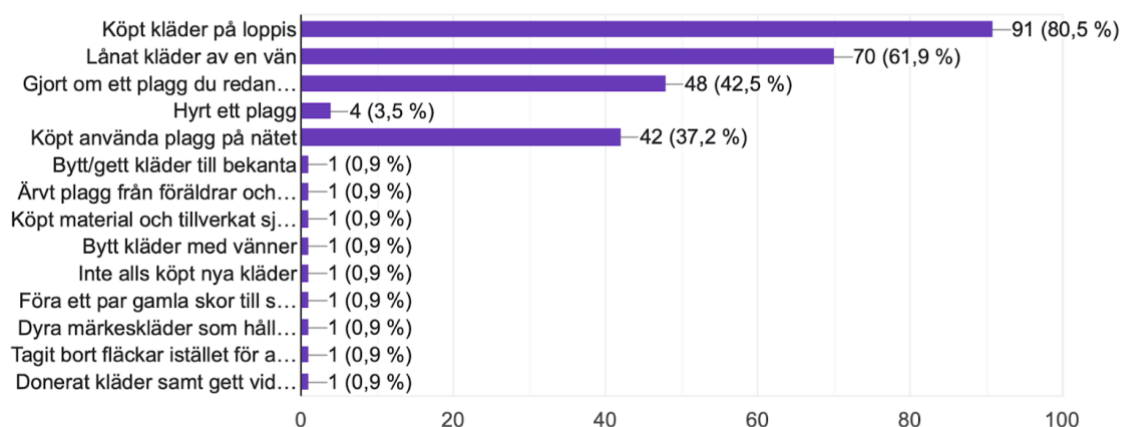
I Yougovs (2021) undersökning så framkommer det att 42% av konsumenterna i Europa tycker att det är viktigt att köpa kläder av hållbart mode. Svaren respondenterna fick in av denna enkäten var att 11,6% tyckte det var väldigt viktigt. Om man dock ser på Yougovs procent av finländare i samma fråga så låg den nere på 22%, vilket man kan dra ett samband till då 76% av informanterna i enkäten endast tyckte det var relativt viktigt att köpa hållbart mode.

6.4 Olika sorter av hållbart mode

I denna fråga fick informanterna kryssa i flera svarsalternativ. Av det som informanterna gjort för att främja hållbart mode kom kategorin "Köpt kläder på loppis" först. 80,5% hade **köpt kläder på loppis** under det senaste halvåret. **Lånat kläder av en vän** hade 61,9% gjort och 42,5% hade **gjort om ett plagg man redan äger**. **Köpt använda plagg på nätet** hade 37,2% gjort. Att **hyra ett plagg** var minst populärt bland de givna svarsalternativen, det hade 3,5% gjort. Genom de öppna svarsalternativen var det 0,9% som **bytt/gett kläder till bekanta**, 0,9% **hade ärvt plagg** från föräldrar och syskon, 0,9% hade **köpt material och tillverkat själv**, 0,9% hade **bytt kläder med vänner**, 0,9% hade **inte alls köpt nya kläder**, 0,9% hade **fört skor till skomakare och sytt på gamla knappar** osv, 0,9% hade nämnt att de **köpt dyra märkeskläder** som håller länge, 0,9% hade **tagit bort fläckar** istället för att tänka att ett plagg med fläckar inte går att använda mer, 0,9% **hade donerat kläder samt gett vidare kläder gratis till nära vänner och släkt**.

Hållbart mode kan vara många olika saker! Kryssa i vilka av dessa du gjort under senaste halvåret

113 svar



Figur 13. Fråga 6. Olika sorter av hållbart mode.

Tolkning

Resultatet visar att en stor del av informanterna själv agerar för att ta hållbara modeval. I Alavillamo (2022) examensarbete så tas det upp i resultatet att intresset för inköp av secondhand kläder har ökat, detta har ökat på grund av diversifieringen av klädbutiken och nya tjänster, vilket man kan se ett samband med svaren informanterna gav i denna studie. De nämner bland annat byte av kläder med vänner, inköp av second hand-plagg från nätet, ärvt plagg av sina föräldrar och att hyra ett plagg som hållbara alternativ som har tillämpats.

I flera av de öppna svaren så tas aspekten att rusta upp eller donera bort gamla plagg upp. Detta är något som även framgick i Salldéns (2020) forskningsresultat. Nämligen att donera kläder är ekonomisk fördelaktigt och minskar behovet av att skapa nytt och sparar därmed resurser.

Johanna Leymann (2022) tar i sin artikel upp de olika alternativen som finns inom hållbart mode. Där radar hon upp att man kan vårda eller laga plagg, hyra, byta och låna, även sy om och göra en remake av plagg, köpa second hand och även att man kan köpa nytt så sällan man bara kan. Alla dessa punkter nämns även bland svarsalternativen.

6.5 Konklusion av resultatet

För att främja en hållbarare modeindustri så kan vi alla bidra genom att handla second hand eller genom andra hållbara alternativ. Dessa kan vara att låna kläder av en kompis, hyra plagg, göra om plagg, köpa använda plagg på nätet eller helt enkelt minska konsumtionen genom att bara införskaffa sig de plagg man faktiskt behöver.

Resultatet av enkäten visar att största delen av informanterna köper kläder second hand. De största orsakerna till varför informanterna väljer att köpa kläder second hand är ekonomiska och miljömässiga skäl samt att informanterna vill hitta unika plagg. Av de informanter som inte köper kläder second hand var de största orsakerna att man inte hittar det man söker, att det är för tidskrävande samt att det känns ohygieniskt. Det framkom att hållbart mode för informanterna innebär kläder av kvalitet, återanvända kläder, kläder som producerats på ett etiskt och miljövänligt sätt samt begränsad konsumtion. Även fast de flesta av informanterna köper second hand så anser de ändå att hållbart mode är relativt viktigt för dem. Att köpa kläder second hand är ändå den absolut vanligaste aktiviteten för att främja hållbart mode, långt vanligare än att låna kläder, sy om eller hyra ett plagg.

Genom denna studie ser man att informanterna både vet vad hållbart mode är och att de handlar kläder på second hand. Men när det kom till hur viktigt det är för varje enskild individ med begreppet hållbart mode, så framkom ett beteende- attityd gap. Resultatet visar att attityden till hållbart mode 2022 utgående från informanternas svar är relativt bra. Informanterna gör vissa hållbara val i vardagen men det synliggjordes även att de flesta handlar second hand på grund av att det är billigare, inte nödvändigtvis för att man tänker på miljön. Detta kan vara en förklaring till varför en så stor del bara ser hållbart mode som relativt viktigt.

7 Kritisk granskning

I detta kapitel kommer respondenterna kritiskt granska arbetet kapitel för kapitel. Allt från syftet till slutgiltigt resultat. Granskningen baseras på både positiv och konstruktiv kritik, respondenterna vill även se om arbetet följer den röda tråden. Respondenternas egna uppfattningar har även en väsentlig del i den kritiska granskningen.

Syftet med denna studie var att undersöka attityder till hållbart mode 2022, med en inriktning på begreppen second hand och hållbart mode. Syftet är beskrivande och leder in läsaren på arbetets tema på ett inspirerande sätt. Eftersom ämnet hållbart mode är väldigt brett så underlättade det mycket att ha två forskningsfrågor som ger ett bra stöd till syftet och en djupare förståelse. De är välformulerade och är svåra att missförstå.

I teoridelen förklaras väsentliga begrepp samt dess bakgrund för att få en bredare förståelse av ämnet. Genom att först börja med vad de allmänna problemen fast fashion för med sig för att sedan gå vidare till olika lösningar så leds läsaren in på ämnet second hand på ett bra sätt. Hållbart mode är ett brett ämne så rubrikerna som är presenterade är noggrant utvalda, eftersom de alla tillför ett väsentligt perspektiv. Respondenterna är nöjda över de valda rubrikerna och tycker att de alla är viktiga element som ökar förståelsen för slutresultatet. Eftersom arbetet är riktat till alla och inte endast branschmänniskor så förklaras alla underrubriker och begrepp noggrant för att underlätta läsandet. Kapitlet om den ohållbara modeindustrin ger en bra inledning på ämnet fast fashion och hur allvarligt det är. Det är välarbetat och är inte för långrandigt. Greenwashing delen är även ett bra avslut på den ohållbara modeindustrin eftersom den tar upp hur olika företag försöker vara gröna fast de egentligen inte är det. Genom att dela upp den hållbara utvecklingen i tre underrubriker så får man som läsare en bred synvinkel på vad det exakt är. FN:s hållbara mål och cirkulär ekonomi skulle varit intressant att djupdyka ännu mera i, eftersom det är innehållsrika delar i den hållbara utvecklingen. Det skulle dock kunna bli för långt och invecklat om man hade ännu mera text i båda delarna. Delen om hållbart mode och secondhand ger det lilla extra till teoridelen, second hand som ett hållbart alternativ tas sällan upp i arbeten om hållbarhet. Det var dock utmanande att hitta källkritisk teori om begreppet second hand, de flesta texter som tangerar second hand är baserat på uppfattningar och inte på fakta. Det var även en utmaning att hitta statistik om hållbarhet och second hand i Finland och inte bara världen överlag. Med andra ord så skulle

man kunnat djupdyka ännu mera i second hand-världen men enkäten med alla second hand-relaterade frågor ger ändå mera tyngd till ämnet. Sammanfattningsvis så är teorin välarbetad och tar upp intressanta synvinklar. Det kunde dock framkommit mera om den cirkulära ekonomin och second hand. Det kunde å andra sidan resultera i att endast branschmänniskor och såna som är intresserade av ämnet skulle uppskatta den mera djupgående informationen och då skulle vi gått bort från vår tanke att kunna inspirera alla med arbetet.

Källorna respondenterna valt att använda sig av är både tryckt litteratur och nätsidor. Majoriteten av källorna är dock nätsidor, eftersom respondenterna inte fick tag på så många böcker som tangerar ämnet. De flesta källor är från år 2000 och framåt, vilket garanterar uppdaterad och korrekt information. De flesta källorna är på svenska, en del information är även tagen från engelska sidor, vilket ger ett bredare intryck på modevärldens hållbarhetstänk.

De tidigare forskningar som användts är noggrant utvalda och tangerar alla ämnet på sitt sätt. De ger olika perspektiv på ämnet och är kort och koncist förklarade. Det som respondenterna riktade sitt fokus på var syftet och forskningsfrågorna i de tidigare forskningarna. Denna punkt var överlag rätt utmanade. Det finns extremt mycket forskning om fast fashion och vad den resulterar i. Men att hitta forskningar som på något sätt tar upp second hand och slow fashion-fenomenet var lite mera utmanande. Forskningarna som till slut användes kändes relevanta och gick att tolka tillbaka till genom arbetets gång. Fem av källorna som användes var tidigare examensarbeten, det skulle dock varit intressant att hitta ännu mera forskningsmaterial på en högre nivå.

Metoden enkät kändes självklar att använda som datainsamlingsmetod eftersom det ger mycket fakta och intressanta synvinklar att sedan ta upp till diskussion. Genom att ha en anonym enkätundersökning så var gemene man välkommen att svara och ge sina ärliga svar. Eftersom second hand-mode hela tiden genomsyrar arbetet så var det ett ypperligt tillfälle att stärka den röda tråden genom att ha många frågor angående informaternas second hand-uppfattningar. Förarbetet till enkäten tog ett bra tag att jobba fram eftersom respondenterna ville producera en lättläst och enkel enkät men på samma gång samla ihop så mycket fakta som möjligt.

Frågorna i enkäten var välformulerade och lätta att förstå, vilket kändes viktigt för respondenterna. De tre första frågorna behandlade informanternas köpbeteende kring loppis, varpå man sedan frågade upp vad hållbart mode innebär samt vikten av hållbart mode. Till sist använde sig respondenterna av en fleralternativsfråga, som handlade om vilka hållbara mode åtgärder som informanterna utfört. Mängden svar som respondenterna fick in via den öppna frågan tillkom med mycket mer fakta och synpunkter än förväntat. Eftersom informanterna var begränsade till respondenternas följare på sociala medier så skulle man dock fått mera bredd på svaren om enkäten skulle skickas ut till exempel till hela Novia eller till och med globalt och skrivet på engelska. Man skulle då fått en större variation bland svaren. Innehållsanalysen tog ett bra tag att bearbeta och var en liten utmaning men med stöd från de tidigare forskningarna och teorin så gick den att utföra. Respondenterna är ändå nöjda med resultatet av enkätundersökningen och kunde på ett systematiskt sätt analysera svaren.

Resultatet är uppbyggt i fyra olika delar. I den första tar respondenterna upp alla tre frågor som tangerar informanternas konsumtion av loppis, sedan diskuteras hållbart mode, vikten av hållbart mode och olika sorter av hållbart mode. Genom att dela upp frågorna i olika kategorier så ser man resultatet på ett tydligare sätt. Man ser även en koppling mellan syftet, forskningsfrågorna och resultatet. På fråga fyra fanns det ett bortfall på 50 informanter, vilket gör att det resultatet blir svagare än de andra frågornas. Genom att ta reda på informanternas inställning till second hand och om man köper det eller inte så får respondenterna svar på den andra forskningsfrågan, "varför köpa second hand?". En diskussion skapades om både för och nackdelar med second hand-kulturen. Eftersom forskningsfrågan om second hand är väldigt allmänt formulerad så är även svaren väldigt bredd. Diagrammen till varje fråga är även med så att läsaren får en tydlig bild av de olika svaren i enkätundersökningen. Eftersom vikten av hållbart mode var relativt hög bland informanterna så kom det även fram mycket i den delvis öppna frågan om vilka hållbara sätt man agerat på. Utöver de angivna alternativen så fylldes det flitigt i andra åtaganden informanterna har gjort som haft med mode och hållbarhet att göra. Genom de tre sista frågorna får respondenterna ett bra svar på forskningsfrågan, "vad är hållbart mode 2022?". Enkäten hade dock bortfall på vissa frågor, vilket kan betyda att enkäten var för lång eller hade för snävt ställda frågor. Tolknigen som gjordes till resultatredovisningen gav även en bra återanknytning till resten av arbetet. Det fanns många samband mellan

teorin, den tidigare forskningen och resultatet som respondenterna kunde knyta an till och på så vis följa den röda tråden.

Studien resulterade i ett lyckat arbete. Enkäten var en bidragande faktor till diskussionen som respondenterna ville uppnå med forskningen. Teorin gav en djupare förståelse inför resultatet av enkäten och respondenterna såg även kopplingar mellan teorin och informanternas svar. Alla delar av teorin kändes även relevanta och knöt ihop hela arbetet. Respondenterna fick svar på forskningsfrågorna och ett informativt resultat.

8 Diskussion

Omringad av greenwashing, fast fashion och allmän stress så är det kanske inte så lätt att alltid ta hållbara modeval. Det är lätt att bli lurad av billiga priser och snabba leveranser. Man tar den lätta vägen ut, och då blir det miljön och modeindustrins anställda som får betala priset. Som vi i denna studie kommit fram till att är ett enormt högt pris. Genom vår enkät fick vi fram en hel del intressanta aspekter av både den ohållbara modeindustrin samt den hållbara. Vi fick reda på att en stor del av informanterna inte handlar second hand på grund av att de inte hittar vad de söker. Då blir det lättare alternativet automatiskt för dem att vända sig till fast fashion istället. Detta är en problematisk aspekt med second hand och det skulle vara intressant att hitta ett sätt att göra second hand mera inkluderande och lättnavigerat. Det är synd att det ska falla på att man inte kan ta hållbara modeval för att man inte hittar det man är ute efter. Något som förvånade oss i resultatet var att det nästan var lika många som handlar second hand på grund av ekonomin, som det var av de som handlar second hand för att de vill hitta unika plagg. Orsaken att man gör det för att man tänker på miljön hamnade på en tredjeplats, vilket var oväntat.

Vi fick svar på båda våra forskningsfrågor, vad är attityder till hållbart mode 2022 samt varför köpa second hand, och har nu kommit fram till att orsaken till varför man bör köpa secondhand är för att det är bra ur en miljöaspekt, för att främja cirkulär ekonomi samt för hållbarhetsutvecklingen. Attityder till hållbart mode år 2022 framkom även och dessa visade sig vara att de flesta anser hållbart mode som relativt viktigt. Attityder hos människor skulle alltså kunna förändras till det bättre kring detta ämne. Speciellt eftersom vi redan är så pass bra på att främja hållbarhet genom att konsumera mycket second hand plagg, så skulle vi kunna bli bättre på att ta in det hållbara tänket ännu mera. Detta genom att bredda vår syn på hållbart mode och tänka på att till exempel lappa kläderna man redan har eller låna ett plagg av en vän.

Detta examensarbete hoppas vi kunna vara till nytta för både branskmänniskor och för allmänheten. Ansvar för att främja hållbart mode ligger inte bara på branskmänniskor, det ligger på oss alla som invånare av denna jord. Detta eftersom modebranschen som den fungerar nu gör ett sådant stort negativt avtryck på vår miljö och alla som konsumerar kläder på ett icke hållbart vis indirekt gör en omedelbar inverkan på detta. Såklart är det

svårt att helt och hållet leva på ett hundra procentigt hållbart vis. Vi återkommer till ordspråket, ingen kan göra allt, men alla kan göra något. Och med det i åtanke så hoppas vi att alla som läser detta examensarbete kan ta lärdom av hur mycket modeindustrin skadar samt få inspiration och motivation till att själv försöka ta hållbarare modeval för att förminska detta avtryck.

Om vi skulle göra om denna studie nu, så skulle det varit intressant att ha mer bredd på informanterna, både åldersmässigt och geografiskt. Det skulle även varit intressant att få flera manliga informanter. Alla dessa aspekter skulle säkert gett oss ett helt annat resultat, och ett lite mera verklighetstroget sådant. Den informationen vi fick fram nu var ju främst från unga kvinnor i och kring Österbotten. Vidare forskningsförslag finns det mycket av efter att ha utfört denna studie. I våra öppna svar framkom det exempelvis att många har problem med att handla second hand på grund av storleksutbudet. De menade att de inte hittar kläder i större storlekar och därför avstår från att handla second hand. Det skulle vara intressant att få fram vad detta kan bero på, varför det finns så lite större storlekar second hand samt hur man skulle kunna få en förändring på detta. Det skulle även vara intressant att djup dyka i konsumenters etik kring second hand och hållbart mode. Vi skulle vilja ha reda på vad som gör att konsumenter handlar second hand, men ändå anser att aspekten av att kläderna de handlar är av hållbart mode endast är relativt viktigt för dem.

Genom detta examensarbete så har vi kommit fram till att det finns så mycket mer än bara second hand som ett alternativ för en hållbarare modeindustri. Du kan låna, byta, ärva, eller göra om. Vi hoppas att du som läsare nu stannat upp för att läsa detta examensarbete, tänkt till efter att du har läst det och att du i framtiden känner efter vad som faktiskt är viktigt när du konsumerar kläder.

Litteraturförteckning

- Bank & vogue. (den 31 Oktober 2017). *Used, vintage, retro, second hand: What's the difference?* Hämtat från Bankvogue: <https://www.bankvogue.com/used-vintage-retro-second-hand-whats-difference/> Oktober 2022
- Dahl, R. (den 1 Juni 2010). *Green washing*. Hämtat från Environmental health perspectives: <https://ehp.niehs.nih.gov/doi/10.1289/ehp.118-a246> September 2022
- Deklerk, A. (den 23 Juni 2021). *Second hand clothing market set to be twice the size of fast fashion by 2030*. Hämtat från Harpersbazar: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a36810362/second-hand-clothing-boom/> Oktober 2022
- Dirksen, K. (den 6 Mars 2008). *Fashion guide I: Slow fashion*. Hämtat från Fair companies: <https://faircompanies.com/articles/fashion-guide-i-slow-fashion/>
- Earth overshoot day. (den 20 April 2022). *Contry overshoot days*. Hämtat från Overshoot day: <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/> September 2022
- Earth overshoot day. (u.å). *About earth overshoot day*. Hämtat från Overshoot day: <https://www.overshootday.org/about-earth-overshoot-day/> September 2022
- Globala målen. (den 18 Oktober 2022). *Hållbar konsumtion och produktion*. Hämtat från Globala målen: <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/> Oktober 2022
- Globala målen. (u.å). *Om globala målen*. Hämtat från Globala målen: <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/> Oktober 2022
- International labour organization. (u.å). *C001 - Hours of work (industry) convention, 1919 (No.1)*. Hämtat från ilo: https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312146 Oktober 2022
- Johansson, J., & Nilsson, J. (2016). *Slow fashion*. i J. & Nilsson. Stockholm: Ordfront.
- Kestavakehitys. (u.å). *Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling*. Hämtat från kestavakehitys: <https://kestavakehitys.fi/sv/agenda20301> november 2022
- Konsumentverket. (den 29 Januari 2021). *Konsumentverket EU granskning*. Hämtat från Konsumentverket: <https://www.konsumentverket.se/aktuellt/nyheter-och-pressmeddelanden/pressmeddelanden/2021/eu-granskning-av-miljopastaenden-i-reklam-visade-att-nastan-halfsten-saknade-grund/>
- Konsumentverket. (den 29 Januari 2021). *EU-granskning av miljöpåståenden i reklam visade att nästan hälften saknade grund*. Hämtat från Konsumentverket: <https://www.konsumentverket.se/aktuellt/nyheter-och-pressmeddelanden/pressmeddelanden/2021/eu-granskning-av-miljopastaenden-i-reklam-visade-att-nastan-halfsten-saknade-grund/> September 2022

- KTH. (2021). *KTH vetenskap och konst*. Hämtat från KTH:
<https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekologisk-hallbarhet-1.432074> november 2022
- KTH. (den 15 Juni 2020). *Ekonomisk hållbarhet*. Hämtat från KTH:
<https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekonomisk-hallbarhet-1.431976>
- KTH. (den 2 September 2021). *Ekologisk hållbarhet*. Hämtat från KTH:
<https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekologisk-hallbarhet-1.432074>
- KTH. (den 6 November 2021). *Hållbar utveckling*. Hämtat från KTH:
<https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/hallbar-utveckling-1.350579> September 2022
- Leyman, J. (den 29 Mars 2022). *Så funkar textilindustrin*. Hämtat från Johanna Leyman: <https://johannaleyman.se/textilindustrin>
- Leymann, J. (den 29 Mars 2022). *Vad är hållbart mode*. Hämtat från Johanna Leymann: <https://johannaleyman.se/hallbartmode> Augusti 2022
- Martha. (den 13 April 2021). *Bli en ansvarfull konsument*. Hämtat från Martha:
<https://www.martha.fi/vardagskunskap/bli-en-ansvarsfull-konsument>
- Mistra future fashion. (u.å). *Hållbart Mode*. Hämtat från Mistra future fashion:
<http://mistrafuturefashion.com/sv/hallbart-mode/> Oktober 2022
- Naturskyddsföreningen. (den 21 april 2021). *Vad menas med cirkulär ekonomi*. Hämtat från Naturskyddsföreningen:
<https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/vad-menas-med-cirkular-ekonomi/> September 2022
- Naturskyddsföreningen. (den 29 Mars 2021). *Hållbar konsumtion - för att få planetens resurser att räcka*. Hämtat från Naturskyddsföreningen:
<https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/hallbar-konsumtion-for-att-fa-planetens-resurser-att-racka/> September 2022
- Noble, B. (den 21 April 2020). *Rana plaza - The day the fashion world changed*. Hämtat från Good on you: <https://goodonyou.eco/rana-plaza/> Oktober 2022
- Our common future. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our common future*. Sustainable development.
- Raturier, S. (den 1 April 2022). *What is fast fashion and why is it so bad*. Hämtat från Good on you: <https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> oktober 2022
- Sitra. (u.å). *Finlands vägkarta för cirkulär ekonomi 2016-2025*. Hämtat från Sitra:
<https://www.sitra.fi/sv/projekt/cirkulera-till-toppen-finlands-vagkarta-cirkular-ekonomi-2016-2025/#vad-handlar-det-om> September 2022

- Sjödin, M. (den 10 Augusti 2022). *Guide: Vad är femwashing?* Hämtat från Fair action: <https://fairaction.se/okategoriserad/vad-ar-femwashing/> Oktober 2022
- Sjödin, M. (den 10 Augusti 2022). *Kläder*. Hämtat från Fairaction: <https://fairaction.se/granskningar-kategori/branscher/klader/>
- Sjödin, M. (den 11 Augusti 2022). *Guide: Vad är greenwashing?* Hämtat från Fair action: <https://fairaction.se/okategoriserad/guide-vad-ar-greenwashing/> September 2022
- Smith, D. (den 15 Februari 2021). *Fast fashion's environmental impact: The true price of trendiness*. Hämtat från Good on you: <https://goodonyou.eco/fast-fashions-environmental-impact/>
- Sommar, I., & Helgeson, S. (2012). Köp dig fri. i I. Sommar, & S. Helgeson, *Köp dig fri* (ss. 22-29). Malmö: Bokförlaget Arena.
- Statsrådet och ministerierna. (u.å). *Cirkulär ekonomi*. Hämtat från Statsrådet och ministerierna: <https://mmm.fi/sv/cirkular-ekonomi> Oktober 2022
- Svenska ESF-rådet. (u.å). *Ekologisk hållbar utveckling*. Hämtat från esf: <https://www.esf.se/att-ansoka/programperiod-2014-2020/horisontella-principer/ekologisk-hallbar-utveckling/> September 2022
- The state of fashion. (2019). *The state of fashion 2019*. McKinsey&Company.
- Thredup. (Maj 2022). *Resale report 2022*. Hämtat från Thredup: <https://www.thredup.com/resale/> Oktober 2022
- YouGov. (2021). *European fashion Report*. YouGov. Hämtat Oktober 2022
- YouGov. (den 8 Novemeber 2021). *European fashion report 2021*. Hämtat från YouGov: <https://business.yougov.com/content/39089-european-fashion-report-2021> Oktober 2022

Tidigare forskning:

Alavillamo, I., 2022. Kandidatuppsats. *Kulutusjuhlaa vai maapallon pelastamista? Nuorten aikuisten ostomotiivit ja second hand -vaatteet*. Satakunta Yrkeshögskola. (Online)

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/749899/Alavillamo_lida.pdf?sequence=5&isAllowed=y (Hämtat 7.10.2022)

Cervellon, M., Carey, L. & Harms, T. 2012. *"Something old, something used: Determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion"* (Online)

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09590551211274946/full/html?fullSc=1&mbSc=1&fullSc=1&fullSc=1&fullSc=1> (Hämtat 11.10.2022)

Hellgren, N., *Vintage- En studie om fenomenet vintagemode och ett försök till att reda ut de olika begreppen inom andrahandsmarknaden av kläder*. Examensarbete, Slöjd, hantverk och formgivning. Lindköpings universitet. (Online)

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:739175/FULLTEXT01.pdf>(Hämtat 3.10.2022)

Lindblom, S., Hägg, S., Rådberg, E., 2021. *Second hand: Ofräscht och billigt: En kvalitativ studie om gymnasieelevers attityder till second hand-köp inom modehandeln*. Kandidatexamen, akademien för textil, teknik och ekonomi, Högskolan i Borås. (Online)

<https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1593464&dswid=7539> (Hämtat 7.10.2022)

Lindfors, A., 2016. *Do redo - Ett kreativt arbete med fokus på hållbart mode*. Examensarbete för Estenom examen (YH). Yrkeshögskolan Novia. Utbildningen för skönhetsbranschen. Vasa. (Online)

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/118113/Lindfors_Anna-Magdalena.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Hämtat 24.10.2022)

Petersson McIntyre, M., 2022. *Att använda det som finns i garderoben. En litteraturöversikt om konsumenters attityder till begagnade kläder*. Göteborgs universitet. (Online)

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1557775/FULLTEXT01.pdf> (Hämtat 11.10.2022)

Ritch, E., L., 2021. *Consumer interpretations of fashion sustainability terminology communicated through labelling*. Glasgow School for Business and Society. Glasgow Caledonian University. Glasgow UK. (Online)

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JFMM-03-2021-0075/full/html> (Hämtat 11.10.2022)

Salldén, K., 2022. *Defining Benefits of Second Hand Clothing*. Kandidatuppsats. Utbildning i International Business. Yrkeshögskolan i Tavastland, HAMK Valkeakoski. (Online)

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/334948/KaroliinaSallden_BachelorsThesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y (Hämtat 24.10.2022)

Shen, D., Richards, J., Liu, F., 2013. *Consumers awareness of sustainable fashion*. (Online)
<http://www.mmaglobal.org/publications/MMJ/MMJ-Issues/2013-Fall/MMJ-2013-Fall-Vol23-Issue2-Complete.pdf#page=141>

(Hämtat 12.9.2022)

Turunen, V., 2021. *Second hand - muodin ympäristövastuullinen markkinointi*.
Magisteruppsats. Ledarassistent arbete och språkträningsprogram. Haaga-Helia
Yrkeshögskolan. (Online)

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/507906/Opinnäytetyö%20-%20Victoria%20Turunen%202021%281%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

(Hämtat 11.10.2022)

Bildförteckning:

Pärmblad. *Slow fashion in a fast world*. Unsplash (2021) [Fotografi]. Hämtad 28.10.2022 från <https://unsplash.com/photos/bg99LeOTNQA>

Figur 1. *Soptippar fyllda med kläder*. Flickr (2008) [Fotografi] Hämtad 24.10.2022 från <https://www.flickr.com/photos/94569510@N00/3038137915/in/photolist-5Ctfyc-2fmDGfF-6pzigFp-6kr1w2-Yn2W7X-5Cxxww-3jgiv7-6xMRc-8iPVNM-6xMRg-8iPW3e-8iPWSg-5Cxy3-7HwSeZ-71JYdG-8iPWuV-7gPXRL-8iPWci-6xNTy-6xNTs-6xNTx-8iTaF1-6xMRd-8iPVBt-8iTaeE-6xMRh-4myHrC-qCjb1-2nsiF5j-5Et4hp-anVNd-bYbYoo-6xMRre-6xNTu-4jwY26-6xNTw-6cUyJD-7LhyNU-4FxBYW-6QHJbx-5Et4nV-5ExmkN-54B8YW-5Et4oZ-bY9a6b-5Exmp1-8v8Qjp-qCjaU-2jWVYbc-2mrHmaF>

Figur 2. *Kaost efter katastrofen Rana Plaza*. Flickr (2013) [Fotografi] Hämtad 24.10.2022 från <https://www.flickr.com/photos/rijans/8731789941/>

Figur 3. *Två modeller av hållbar utveckling*. KTH (2021) [Figur] Hämtad 12.9.2022 från <https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/hallbar-utveckling-1.350579>

Figur 4. *. Agenda 2030 hållbara mål*. Kestavakehitys (u.å) [Figur] Hämtad 12.9.2022 från <https://kestavakehitys.fi/sv/agenda20301>

Figur 5. *Visuell representation av begreppet cirkulär ekonomi*. Naturskyddsforeningen (2021) [Figur] Hämtad 19.9.2022 från <https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/vad-menas-med-cirkular-ekonomi/>

Figur 6. *Jordens överskotts dagar*. Earth overshoot day (2022) [Figur] Hämtad 28.10.2022 från <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/>

Figur 7. *Köpbeteende behoven*. Rivetto, L. (2015) [Figur] Hämtad 28.10.2022 från https://www.canr.msu.edu/news/buyerarchy_of_needs_using_what_you_have_borrowing_and_swapping

Bilaga

ENKÄT OM SECOND HAND SAMT HÅLLBART MODE

Syftet med denna undersökning är att undersöka attityden kring hållbart mode 2022 samt konsumtionen av second hand bland informanterna

Hur gammal är du? 15-25, 26-34, 35-44, 45+

Vilket kön har du? Man, Kvinna, Ickebinär

Köper du kläder på loppis? Ja/Nej

Om du svarade "Ja", vilken är den viktigaste orsaken till att du köper kläder på loppis?: Det är billigare, Jag tänker på miljön, Jag hittar unika plagg, Annan orsak, vad?

Om du svarade "Nej" av vilken är den största orsaken till att du inte köper kläder på loppis?: Det är för tidskrävande, Jag hittar inte det jag söker, Det känns ohygieniskt, Annan orsak, vad?

Vad är hållbart mode för dig?

Hur viktigt är det för dig att kläderna du köper är av hållbart mode? Inte viktigt alls, relativt viktigt, mycket viktigt.

Hållbart mode kan vara många olika saker! Kryssa i vilka av dessa du gjort under senaste halvåret (möjligt att välja fler svarsalternativ): Köpt kläder på loppis, Lånat kläder av en vän, Gjort om ett plagg du redan har, Hyrt ett plagg, Köpt använda plagg på nätet, Annat? Vad?

Har du något du vill tillägga?