

# Hållbar handel med kläder

## Återvinning och återanvändning av kläder och andra textilier

Textilt avfall belastar miljön och idag finns ingen riktig plan för att komma tillrätta med detta problem. I Sverige kastar varje person i snitt åtta kilogram kläder och andra textilier varje år. För att inte belasta miljön i så hög grad behövs metoder och strategier för att ta hand om detta avfall på ett hållbart sätt.

### **Kort om studien**

Forskarna har genomfört tre delstudier om återanvändning och återvinning av kläder och andra textilier i syfte att bidra till kunskap om hur handeln med textilier kan bli mer hållbar.

Den första delstudien fokuserade på konsumenters inställning. Den andra delstudien fokuserade på hur olika aktörer kan skapa ett hållbart system för återvinning och återanvändning av textilier. I den tredje och sista delen studerades ett pilotprojekt för insamling av kläder.

### **Textilkonsumtion påverkar miljön**

Konsumtionen av kläder och andra textilier, främst hemtextil, har ökat snabbt på senare

år. Forskning visar på ökningarna på runt 40 procent av nettoinflödet av textil till Sverige under 2000-talet. Beräkningar från 2011 visar att vi införskaffar cirka femton kilogram textilier i snitt per år och person och det lär inte ha minskat. Samtidigt slänger vi alltså cirka åtta kilogram i snitt per år och person.

Det mesta av de textilier som kastas hamnar i hushållssoporna; de förbränns och blir på så vis energi, men jämfört med att återanvända eller återvinna material är det ändå ett betydande resursslöseri. Textil- och klädproduktion kräver mycket energi och använder sig av en hel del kemikalier som inte är bra för miljön.

### Ökad konsumtionstakt

Den ökade konsumtionstakten i dagens samhälle har enligt forskarna flera skäl:

- *Ekonomiska* – exempelvis ökad välfärd, låga priser på kläder och hemtextil och möjlighet till lån.
- *Sociala* – exempelvis identitetsuttryck och symbolrelaterad konsumtion.
- *Kulturella* – exempelvis mode, design och varumärkens ökande betydelse.

*Dagens kläder är ofta inte tillverkade för att hålla länge !...!*

Att vi införskaffar så mycket kläder och annan textil gör även att vi har ett stort behov av att göra oss av med dem. Det kan bland annat bero på att vi inte har tillräckligt med förvaringsutrymme eller på att vi snabbt tröttnar på det vi ganska nyligen har köpt.

Tidigare generationer agerade mycket mer resurssnålt genom att lappa, laga och återanvända textilier i hög utsträckning. Dagens äldre lever i stor utsträckning kvar i detta som i de flesta fall inte bottenar i miljöhänsyn utan i ekonomisk sparsamhet. Idag slängs kläder, även om de går att använda.

Av de cirka 87 000 ton textilier som avyttras varje år i Sverige går ungefär en tredjedel till välgörenhetsorganisationer (som både säljer kläder, återvinner material och skickar kläder till behövande), men det allra mesta hamnar alltså direkt i soporna.

Det finns embryon till organiserad återanvändning och återvinning i form av butiker som tar emot kläder, men än så länge endast

i relativt liten skala. Forskarna menar att grunden till att öka återanvändningen och återvinningen av textilier baseras på att

förstå konsumenter och göra det lättare för dem att agera miljövänligt.

### Förenkla återanvändning och -vinning

Liksom i många andra studier konstaterar forskarna här att konsumenter uttrycker att de gärna vill agera miljövänligt, men när de sedan beskriver vad de faktiskt gör visar det sig att många brister i praktiken.

Kunskap om återanvändning och återvinning av kläder saknas och så även möjligheter när det gäller att sopsortera textilier. En viktig åtgärd skulle vara att ställa upp återvinningskärl för kläder och textilier (även trasiga sådana) på de sopsorteringsstationer som finns idag samt att allmänheten informeras om detta och om vikten av att sopsortera sina textilier.

Kläder behöver även bli mer slitstarka och ”fast fashion”-tänket måste förändras mot långsiktighet. Dagens kläder är ofta inte tillverkade för att hålla länge eftersom den rådande trenden är att modet ändras snabbt och då är det ändå dags att köpa nya plagg. Det är idag inte många som lagar sina klädesplagg; att köpa nytt är ofta billigare än att lämna in till en skraddare för lagning.

När det gäller välgörenhetsorganisationer som samlar in kläder menar forskarna att de etablerade och erfarna aktörerna gör ett bra jobb, men branschen har drabbats av en del skandaler och dras därför med dåligt rykte. Organisationer bör bli bättre på att kommu-

nicera att de inte bara tar emot kläder för återanvändning utan även säljer trasiga kläder för återvinning och sedan skänker pengarna till välgörande ändamål samt att de bidrar till ett miljömässigt mer hållbart samhälle.

### **Många aktörer behövs för att lösa problematiken**

Inom ramen för forskningsprojektet bildades ”Nätverket för återanvändning och återvinning av kläder och textil” (NÅÅ) bestående av representanter från välgörenhetsorganisationer; återvinningsföretag; klädhandeln; branschorganisationer inom återvinning, handel och textil; transportföretag; konsument- och miljöorganisationer; kommuner; myndigheter samt forskare.

Aktörerna inom nätverket kom fram till att textil och kläder som slängs i hushållssoporna är ett miljöproblem som kräver engagemang från många olika samhällsaktörer för att lösas på ett nationellt och internationellt långsiktigt sätt. Några åtgärder som föreslogs var:

- Ett nationellt system för återanvändning och återvinning av kläder och textil.
- Certifiering av aktörer.
- Teknikutveckling för återvinning av kläder och textil.
- Kvalitet och design för långvarigt bruk.

Forskarna menar att det är viktigt att nätverket fortsätter sitt samarbete och sin idéutveckling eftersom problemet är för komplext för att lösas av en enskild aktör.

### **Pilotprojekt för insamling av kläder**

Forskarna studerade varuhuset Gekås i Ullareds pilotprojekt *Textilreturen*, som etablerades i samarbete med välgörenhetsorganisationen Human Bridge. *Textilreturen* innebär att kläder lämnas in i anslutning till varuhuset. Varuhuset ville skapa en möjlighet att lämna in både hela och trasiga kläder på en plats som många personer besöker och på så sätt ge konsumenterna ett smidigt sätt att lämna in alla kläder de inte längre vill ha.

Studien av *Textilreturen* visade att det kan ta tid för konsumenter att ändra sitt beteende avseende klädinsamling och att kopplingen till miljö och hållbarhet inte varit tillräckligt tydlig i marknadsföringen.

För att lyckas med *Textilreturen* och liknande initiativ är det avgörande att man får genomslag hos de som lämnar in textilierna. Ett problem för detaljhandelsaktörer är att de i hög grad förknippas med att driva konsumtion. Många aktörer, såsom Gekås Ullared och Human Bridge, vill även bidra till ett hållbart samhälle genom att integrera miljöhänsyn i sina visioner och sitt arbete. Det är viktigt att nå ut med denna ambition, bland annat genom marknadsföring. Forskarna menar att det är avgörande att företag, organisationer och konsumenter tillsammans bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling.

### **Minska avfallet**

Projektet har fokuserat på att minska avfall av kläder (och textil) som redan finns. Det är framöver viktigt att i allt högre grad fokusera på åtgärder som gör att klädavfall inte uppstår eller åtminstone i mindre utsträckning än idag.

## FAKTARUTA

Rapporten *Hållbar handel med kläder – Återvinning och återanvändning av kläder och andra textilier* bygger på resultat från forskningsprojektet *Återvinning av kläder – utveckling av kunskap och lösningar för hållbar handel*

*Projektledare:* Karin M. Ekström, professor, Högskolan i Borås.

*Övriga projektdeltagare:* Eva Gustafsson, docent; Daniel Hjelmgren, universitetslektor; och Nicklas Salomonson, biträdande professor, Högskolan i Borås.

För mer information om detta eller andra projekt som finansieras av Handels Utvecklingsråd, kontakta

Andreas Hedlund  
Vd Handels Utvecklingsråd  
010-471 85 46  
andreas.hedlund@hur.nu

*Forskarna menar att grunden till att öka återanvändningen och återvinningen av textilier baseras på att förstå konsumenter och göra det lättare för dem att agera miljövänligt.*



Handels Utvecklingsråd  
Regeringsgatan 60, 103 29 Stockholm  
Telefon 010-471 85 46  
www.hur.nu