



LUNDS
UNIVERSITET

Sharing is Caring

Swoppares Perspektiv på "Sharing Economies"

1 Abstract

The clothing industry has a great impact on the environment, and it is a big contributor to carbon dioxide emissions. The over consumption of clothes in the world leads to lots of clothing being thrown away every year. Sharing economy initiatives have come up recently and its popularity has grown. The idea is that instead of buying everything, we can borrow, rent and exchange with one another. This study is focusing on one initiative, which is a clothes swapping store in Malmö, Sweden and investigates “swappers” perception of exchanging clothes and the sharing economy and if they also tend to use other Sharing economies. The dissertation also asks the question if there is a possibility of the phenomenon spreading.

To answer the research questions four qualitative interviews with individuals using the clothes exchanging model, and the owner of the clothes exchange store in Malmö were conducted. The interviews showed similarities in the perceptions of participants. They were all interested in, and positive to the idea of a sharing / exchanging community and would like to borrow and exchange more. The participants were also concerned about the impact the clothing industry has on the environment, and it was a big reason for them to start swapping. The results also show a possibility of the sharing economy ideas spreading.

Keywords; Sharing community, clothing consumption, sharing economy, sustainable consumption

Words; 8839

English title; Sharing is caring – “Swappers” perception of Sharing economies

Innehållsförteckning

1	Abstract	2
2	Introduktion	1
2.1	Inledning.....	1
2.2	Syfte	2
2.3	Frågeställning	2
2.4	Teori	3
2.4.1	Social Impact Theory	3
2.4.2	Hållbar konsumtion	3
2.4.3	Degrowth.....	4
3	Tidigare forskning	5
3.1	Klädindustrins inverkan på miljön	5
3.1.1	Polyester och bomull.....	5
3.1.2	Fast Fashion.....	6
3.1.3	Återvinning.....	6
3.2	Sharing economies	7
3.2.1	Ett svenskt exempel.....	7
3.2.2	Ifrågasättande av ägande	8
3.2.3	Definition av delningsekonomin	8
3.2.4	Medlemskap och gemenskap.....	9
3.3	Byta eller låna kläder.....	10
3.3.1	Swopshop	11
4	Metod	12
5	Resultat och Analys	14
5.1	Intervju med Jane, Swopshops ägare	14
5.2	Intervjuer med ”swoppare”	14
5.2.1	Användningen av ”sharing economies”	14
5.2.2	Social inverkan.....	15
5.2.3	Ett framtida bytessamhälle	15
5.2.4	Spänning mellan viljan att ha variation och att rädda planeten.....	17
5.2.5	Man ser ett annat värde i kläderna.....	17
5.2.6	Fokus på kläder och textil	17
5.2.7	Personligt ansvar och att vara hållbar	18

5.2.8	Ifrågasättande av ägande	19
5.3	Diskussion	20
6	Sammanfattning och slutsats	23
7	Källförteckning	25
8	Bilagor	28
8.1	Bilaga 1	28
8.2	Bilaga 2	29

2 Introduktion

2.1 Inledning

Flera exempel på ”Sharing economies” eller delningsekonomier har dykt upp de senaste åren. Delningsekonomin bygger på att i stället för att köpa; så hyr, lånar eller byter vi med varandra, vilket är ett alternativ till den nuvarande ekonomiska modellen som går ut på att köpa, sälja eller slänga. Några initiativ som inte har blivit så etablerade är klädinitiativen, så som klädbytesbutiker, klädbibliotek och klädbytesdagar.

Klädindustrin som den är uppbyggd idag har en negativ inverkan på miljön. Flera steg i klädproduktionen har skadliga effekter på människa och natur. Till exempel för att producera polyester som är det mest använda fibret i klädproduktionen, används stora mängder olja. Produktionen är väldigt energiintensiv och släpper ut farliga ämnen. Bomullsproduktionen har även ökat mycket och för denna går det åt mängder med vatten. Den linjära modellen som bygger på att hela tiden köpa nytt för att sedan slänga, är inte hållbar. Kedjornas billiga priser gör att vi kan köpa mer än av vi behöver. Hela 20% av de årliga klädinköpen används inte och läggs på hög i hemmen eller kastas (Claudio 2007).

Hållbar klädkonsumtion är ett ämne som har intresserat mig länge. Klädbytarbutiker är alternativ till den nuvarande modellen med potential att minska konsumtionen och överproduktionen utan att helt ge avkall på möjligheten att variera sin klädstil. Detta kan leda till en minskad miljöpåverkan.

I denna studie undersöks klädbytesbutiken med syfte att förstå användares uppfattningar om swoppande och dess syn på ett framtida bytessamhälle. Jag undersöker vidare om de personer som använder klädbytesbutiker tenderar att även använda sig av andra ”Sharing economies”. Som exempel använder jag Swopshop, en klädesbytesbutik i Malmö och intervjuar ägaren samt kunder eller ”swoppare”. Jag är även intresserad att tittat på av tendenser av hur delningsekonomier sprids.

Då människans konsumtionsvanor har en ofrånkomlig påverkan på miljön är studien humanekologiskt relevant. I uppsatsens första del beskrivs syfte och frågeställning. Sedan diskuteras problematiken med klädindustrin och tidigare studier om delningsekonomin tas upp. I del två beskrivs uppsatsens metod och hur den genomförts. För till sist avsluta med resultaten från intervjuerna, följt av en diskussion och en slutsats.

2.2 Syfte

Syftet med studien är att undersöka kunders användande av innovativa idéer inom delnings ekonomin, samt se om det finns liknande tendenser i deras uppfattningar om delande. Studien tittar även på om de som använder sig av Swopshop tenderar att även använda sig av andra ”Sharing economies” och om det går att urskilja en möjlig spridning av delningsekonomier. Klädindustrins negativa påverkan beror till stor del på industrins storlek, vilket beror på den överkonsumtion som sker i världen idag. Delningsekonomin skulle kunna vara ett första steg till en minskad konsumtion och ett samhälle där vi inte lever över våra resurser.

2.3 Frågeställning

Vad finns det för tendenser i ”swoppares” uppfattningar och beteende i relation till delningsekonomin?

Är klädbytet ett incitament för att även använda andra ”sharing economies”?

Kan studien urskilja en möjlig spridning av delningsekonomier?

2.4 Teori

För att svara på min frågeställning använder jag teorier inom Social Impact Theory, Hållbar konsumtion och Degrowth. Hållbar konsumtion lägger grunden för att förstå delningsekonomins mål, ett alternativt sätt att konsumera som inte tär på jordens resurser och minska utsläpp och avfall. Social Impact Theory lägger grunden för att förstå hur hållbara idéer sprids. Degrowth hjälper oss att förstå den alternativa inställning till konsumtion som en Sharing economy innebär.

2.4.1 Social Impact Theory

För att förstå hur människor influeras av sin omgivning hävdar Social Impact theory (Moeller & Bushman, 2007) att huruvida en person influeras av en grupp beror på a) styrka (makt eller social status) b) direktet (fysiskt eller psykologiskt avstånd) c) antal personer som "influerar". Det vill säga en grupp med många medlemmar, makt och "närhet" bör kunna influera en individ mer än någon som inte har detta. Däremot om den influerade personens styrka ökar, närheten till gruppen minskar eller antalet targets (målpersoner) ökar, minskar mängden påverkan från gruppen till individen. Teorin går därför att applicera på övertalande och lydnad. Om man tittar på makt direktet och mängd, kan man förstå varför någon börjar använda sig delningsekonomier.

På senare tid har teorin diskuterat in i mer applicerade områden inom social psykologi. Nya studier har undersökt och diskuterat Social Impact Theory i en konsumentbeteendes kontext, där de undersökte den varierade storleken på den sociala närvaron i en butik, för att se hur denna närvaro påverkade shoppingbeteenden (Moeller & Bushman, 2007). Då jag bland annat vill undersöka hur individer påverkas av sin omgivning är denna teori relevant.

2.4.2 Hållbar konsumtion

Regering har lagt fram en strategi för att skapa hållbar konsumtion i Sverige. Vilket innebär att vi ska konsumera mer hållbart på både samhälls- och individnivå. En del i strategin är att främja delningsekonomier, som beskrivits ett sätt att konsumera hållbart (Finansdepartementet 2017). En hållbar konsumtion är en viktig del i en samhälls- hållbar utveckling. Något som är viktigt för att förstå vad en hållbar konsumtion innebär är att även förstå begreppet hållbar

utveckling. I Brundtlandrapporten (Valkommissionen 1987) definierades begreppet så här; ”att försäkra sig om att utvecklingen tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationer möjligheter att tillfredsställa sina behov”. Tre dimensioner av samhällsutveckling fastställdes under FN:s konferens om miljö och utveckling 1992 i Rio de Janiero, för en hållbar utveckling, den sociala, den ekonomiska och den ekologiska. (Andrews & Granath 2016;3) I denna studie kommer jag att fokusera på den ekologiska aspekten inom hållbar utveckling.

2.4.3 Degrowth

Degrowth uppkom på 2000-talet, för att minska produktionen och konsumtionen med social och ekologisk hållbarhet som mål. Det blev snabbt en motpol till ekonomisk tillväxt och utvecklades till en social rörelse. Begreppet skiljer sig från hållbar utveckling då det bygger på en mer radikal förändring och är ett så kallat icke-ekonomiskt koncept. Det har även diskuterats och använts som en kritik till ”green growth” eller green economy”. Degrowth är att minska energi och materialgenomströmningen men också att utmana de marknadsbaserade relationerna i samhället och tillväxten och byta ut mot en sparsam ”abundance”. Därtill finns målet om en jämlik omfördelning av rikedomar i det globala nord och syd och över generationer. (Demaria et al. 2013) Idéen om delningsekonomier kan kategoriseras som en del av Degrowth-rörelsen, då delningen av varor är menad att minska överkonsumtionen. För butiker så som Swopshop, är vinningen ett hållbart samhälle snarare än tillväxt.

3 Tidigare forskning

3.1 Klädindustrins inverkan på miljön

Klädindustrin är en av världens största industrier och använder stora mängder av jordens resurser som sedan går till spillo då livslängden på kläderna är väldigt kort. I klädproduktionen används till stor del icke-förnybara resurser, så som olja och syntetiska fibrer. Produktionen kräver upp till 98 miljoner ton av dessa per år. Det går även åt 93 miljarder kubikmeter, vatten varje år, vilket skapar problem i områden med vattenbrist. (Ellen MacArthur Foundation 2017; 128) Varje steg i produktionen släpper ut mängder med koldioxid. År 2015 släpptes det ut 1,2 miljarder ton, koldioxid från världens klädproduktion. (Ellen MacArthur Foundation 2017; 21) För att producera materialen och kläderna krävs stora mängder energi vilket också har stor inverkan på miljön. (Koszewska 2018;226)

3.1.1 Polyester och bomull

Polyester är det mest använda materialet inom klädindustrin och utgör 52% av användningen inom industrin. Materialet består av petroleum vilket är ett icke-förnybart ämne med negativ inverkan på miljön. (Black 2011) Varje gång vi tvättar kläder av polyester släpper de ifrån sig små plastartiklar som rinner ut i avloppen och hamnar sedan i haven. (Ellen MacArthur Foundation 2017; 23). Bomull är det andra mest använda materialet för att producera kläder. Det går åt i genomsnitt 22 500 liter vatten för att producera ett kilo bomull i Indien. Det är vatten som istället skulle kunna gå till dricksvatten åt befolkningen. Mycket av det vattnet som används är grundvatten, vars nivå sjunker för varje år som går skriver Naturskyddsföreningen (Brandão Jönsson, 2017). Växtbesprutning är vanligt på bomullsplantager, vilket är skadligt både för djuren runt omkring men också för de vuxna och barn som arbetar på bomullsplantagerna (Ibid, 2017). De två materialen, polyester och bomull har tillsammans en hög påverkan på miljön.

3.1.2 Fast Fashion

Under 80 och 90-talen föds fenomenet ”Fast fashion”. Stora företag upptäcker att de kan producera snabbare och billigare, i andra länder än Europa där arbetskraften blivit dyrare. Därför etablerades produktionen i länder som bland annat Kina och Indien. Denna förändring gjorde att återförsäljare snabbare kunde anpassa sig efter nya trender. Istället för att framställa en kollektion per årssäsong, kan butikerna nu lansera upp till 52 mikrokollektioner per år, vilket innefattar en kollektion i veckan. De ständigt nya kollektionerna gör att kläderna snabbt klassas som omoderna. För att denna modell ska fungera måste priserna matcha efterfrågan, något som den billiga arbetskraften möjliggör (Binet F. et al. 2018;3)

I snitt så används ett plagg sju gånger. Det låga användandet och låga antalet kläder som återvinns är klädindustrin en stor bidragande faktor till den höga och ständigt växande pressen på naturens resurser. (Ellen MacArthur Foundation 2017 ;21).

De senaste åren har det blivit tydligt att den linjära ekonomin av (take-make-waste) inom textil och klädindustrin inte är hållbar (Koszewska 2018; 346). Detta har slit och släng-attityderna som kommer med fast fashion, tillsammans den ökade medelklassen och de låga priserna bidragit till (Ibid 2018; 346).

3.1.3 Återvinning

Mindre än en procent av materialet som används för att producera kläder återvinns till nya kläder och bara 13 procent av materialinput återvinns i någon form. Ofta är detta till andra industrier för en användning av ”down cycling” så som stoppning till madrasser, vilket blir materialets slutliga användning. (WRAP 2013; 9) Även om några länder, så som Tyskland har höga siffror på insamling för återvinning, exporteras stora mängder av de insamlade kläderna till länder som saknar egna återvinningssystem och kan då hamna i deponi¹ (Ellen MacArthur Foundation 2017;21).

¹ En deponi är en upplagsplats för avfall som finns på eller i jorden.

3.2 Sharing economies

För att svara på min frågeställning behöver jag redogöra för vad som menas med ”sharing economy”. En ”Sharing economy” eller delningsekonomi är ett alternativ till dagens ekonomiska modell. Där vi istället för att köpa allt vi behöver nytt, lånar eller byter produkter av varandra i mån av tillgång och behov. Detta är ett fenomen som blivit mer uppmärksammat på senare år men är egentligen inte något nytt. Att hävda att det är ett nytt fenomen skulle vara att ignorera hur arbetarklassen och mindre bemedlade har lånat av varandra under historien (Tomalty 2014). Det som skiljer dåtidens delande från idag är att man delade och lånade ut till familj, vänner och grannar. Delande har tidigare setts som ett nödvändigt ont relaterat till fattigdom, men studier visar på en återuppstådd popularitet och delande ses mer och mer som en del av mainstreamkulturen. Även om vi kanske inte bör dela på allt så kan alla vinna på att dela allt från mat och kläder till bussar och gator. (Ibid 2014)

Denna idé sprider sig idag över världen med sidor för uthyrning av rum, så som Airbnb, där någon som har ett rum över kan dela med sig av sin bostad till, cykelhyrningstjänster med cyklar utspridda över staden. Dagens teknologi och plattformar, har ökat tillgängligheten att byta och låna av främlingar. Det finns dock en risk i att låna ut till exempel en soffa till en främling, men på grund av dessa plattformar, där du kan hitta information om den andra parten och andras rekommendationer minskar dessa risker (Frenken & Schor 2017).

3.2.1 Ett svenskt exempel

Svenska städer har även tagit till sig idén om en ”sharing economy” i arbetet för mer hållbar stad. Göteborg stad har startat ett projekt som de kallar sharing cities, för att utforska delningsekonomins möjligheter och hur den kan bidra till att nå Göteborgs hållbarhets mål. Göteborg vill främja en hållbar konsumtion genom att underlätta för aktörer och privatpersoner ska kunna dela, byta och låna exempelvis varor, tjänster och information. De har skapat en slags provmodell, en så kallad testbädd för att se hur ett ”sharing community” skulle fungera. Göteborg är en av fyra städer som arbetar med detta projekt, tillsammans med Malmö, Stockholm och Umeå. Delningen av varor och gemensamma ytor förväntas minska resursanvändningen. (Göteborg stad, årtal saknas)

Fritidsbanken är ett svenskt exempel delande som har spridit sig snabbt på kort tid. Den första butiken öppnades Deje i Forshaga kommun år 2013 och finns nu (2019) i ett flertal städer runt

om i Sverige. Fritidsbanken fungerar som ett bibliotek, där du kan låna fritidsutrustning gratis. Idéen går ut på att ge oanvänd utrustning nytt liv och ge alla tillgång till en aktiv fritid. Utrustningen som lånas ut har skänkts av personer som inte längre använder dem (Fritidsbanken.se/om oss). Ett sådant initiativ främjar återanvändningen av saker som leder till minskad materialframställning, energikonsumtion och koldioxidutsläpp (Vestblad 2016;19–20). Den initierar även en inkluderande gemenskap så alla är välkomna att låna utan medlemskostnader.

3.2.2 Ifrågasättande av ägande

Delningsekonomin bygger på att ägande inte är nödvändigt för användningen av en produkt, många börjar inse att kostnaden av att äga en produkt ofta kan överstiga dess fördelar. Ägandet av saker innebär att vi måste ta hand om dem, vi måste förvara dem, rengöra och laga dem. Tomalty(2014) skriver att en borrs medellivslängd i USA är ca 13 min. Genom att dela denna typ av produkter skulle vi kunna få ut maximal användning av de produkter vi redan har, då skulle vi minska behovet av att få fram råmaterial och bränna energi för att producera nya produkter. Vilket i sin tur skulle ha positiva konsekvenser för miljön. (Tomalty 2014)

3.2.3 Definition av delningsekonomin

Många plattformar vill gärna kategorisera sig under delningsekonomi begreppet då de har fått en positiv prägel, men det har diskuterats om företagsmodeller som Uber och Airbnb verkligen kan kalla sig detta. Det finns oklarheter om vad som egentligen kan definieras som delande. Det skiljer sig till exempel om en person bor på en annan ort och hyr ut hela sin lägenhet eller om de endast hyr ut de tider personen är bortrest eller enstaka rum. Det sist nämnda ligger närmare delande. Forskare har istället kallat detta för bl.a. ”plattform economies” (Chandler 2016).

Russel Belk(2009) menar att aktiviteter så som korttidsuthyrning av bilar, så som Zipcar inte är delande per se då man betalar en avgift för en tjänst. Då det egentligen är ett slags utbyte. (Belk 2009) Jag ska skulle däremot argumenterat att det ändå är ett slags delande då olika konsumenterna använder sig av samma bil, istället för att alla har varsin.

Hamrari har närmare undersökt begreppet ”collaborative consumption”, som har definierats som en typ av delningsekonomi, bland andra så som ”peertopeer economy” och ”gig economy” (Yaraghi & Ravi 2017). ”Collaborative consumption” innebär att vi delar konsumtionen av varor och tjänster genom att hyra, byta eller handla med varandra (Hamari et

al, 2016;2055). Kollaborativ konsumtion beskrivs som ett fenomen där tillgång prioriteras över ägande (Botsman & Rogers, 2010).

Hamari menar att utvecklingen av teknologi har ökat tillgången till delningen av varor och tjänster, med exempel som Netflix och Zipcar. Hamari menar också att uppfattningen om delningsekonomin som hållbar har lett till en mer positiv bild av den. Trots detta, har ekonomiska och bekvämlighetsskäl haft större inverkan hos dem som har tagit steget att använda sig av modellen. (Hamari et al., 2016)

Lee skriver att människor har blivit mer öppna för att låna av och låna ut till ”främlingar” och menar att det till och med har blivit lite av en trend och att tillgängligheten har bidragit till detta. Via sidan Kozaza kan en hyra ut rum i lägenheter och det finns liknande sidor för att hyra bilar per timme. (Lee, 2013; 80–81)

En förutsättning för ett Sharing community är att det finns folk som kan delta. Tomalty (2014) menar att till exempel car sharing har visat sig funka bäst i områden med högre befolkningsdensitet. Där människor lever på en mindre yta, närmre varandra och där ägandet av en egen bil inte är nödvändig.

3.2.4 Medlemskap och gemenskap

Att dela kan också ge möjlighet till socialisering och en känsla av gemenskap. Något som många gör är att låna böcker på bibliotek. Detta är en plats där alla kan komma för att läsa och om du skaffar ett lånekort, kan du även låna med dig böcker hem. Detta är både ett alternativ till att äga alla böcker du vill ha tillgång till, men också en mötesplats för de människor som lånar böcker eller som går till biblioteket för att läsa, där betalar för tillgängligheten till resurserna istället för produkten i sig genom att betala skatt. Kunskap, erfarenheter och talang kan också delas på ett liknande sätt. På den koreanska hemsidan ”wisdom”, kan vems som helst som vill dela med sig av kunskap eller erfarenheter kunskap ett ”online community” där användare har tillgång till informationen, som de betalar för genom ett medlemskap.

Den största skillnaden mellan traditionellt ägande och ”collaborative consumption” är interrelationen mellan konsumenter. (Chou, Chen, & Conley, 2015; Jaeger-Erben, Ruckert-John & Schafer, 2015). Park och Joyner Armstrong (2017) menar att anonymiteteten är högre i den traditionella konsumtionen än i den kollaborativa. Relationen mellan konsumenter varierar dock beroende på användarens anonymitet. Även om ”sharing” kan främja det sociala så gör några delningsplattformar det motsatta. Belk (2010) skriver hur en anonym transaktion till någon annans konto är en del i ett samhälle av främlingar, medan användningen av allmänna platser så som gym eller bibliotek är sociala sätt att dela på. Relationen mellan konsumenter varierar därför beroende på användarens anonymitet.

Sammanfattningsvis kan man säga att i en ”Sharing economy” skapas en interrelation mellan konsumenter. Då utbytet sker mellan konsumenter och inte bara mellan företag och konsument, som i den traditionella konsumtionen. Finns det en fysisk plats dit en konsument kan komma och låna eller byta så uppmuntras möten mellan människor men sker utbytet istället över en elektronisk plattform så minskar känslan av gemenskap då möjligheten till anonymitet är större. Dock innebär det fortfarande en interaktion mellan människor.

Det finns en uppfattning att viljan att dela i en delningsekonomi är motsatsen till ett materialistiskt beteende eller synsätt, vilket det också kan vara, då fenomenet frångår idén enskilt ägande. Däremot har forskare hittat en korrelation mellan materialism och deltagande i delningsekonomin. De menar att även om det generella välmående inte ökar i samband med användningen av delningsekonomin, så är det större sannolikhet att materialistiska konsumenter väljer att använda sig av delningsekonomier, då de vill konsumera, på vilket sätt det än är (Davidsson et al. 218 366).

3.3 Byta eller låna kläder

I Naturvårdsverkets rapport om hållbar textilkonsumtion, svarade 83% att de skulle kunna tänka sig köpa mindre mängder textilier. Bara 36 procent skulle kunna tänka sig att hyra eller låna kläder, denna andel har dock ökat sedan förra årets undersökning (Naturvårdsverket 2019).

Tidigare studier har gjorts om klädbibliotek. Genom att hyra och låna kläder förlänger vi även livslängden på plaggen, vilket har en positiv inverkan på klimatet. Zamani et al. (2017) skriver att klädbibliotek kan sakta ner det ”snabba” modet. Deras forskning visar på att klädbibliotek innebär en minskad vattenkonsumtion, dock kan det leda till en ökad transport. (Zamani et al. 2017 1371-1374) På ett klädbibliotek kan en hyra kläder under en bestämd tid för att sedan lämna tillbaka plagget och hyra något nytt. En kan välja att hyra en produkt eller prenumerera och du kan välja att ha en produkt i två till fyra veckor. När dessa är slut kan en välja att skicka tillbaka dem eller förlänga lånet i upp till tre månader (Klädoteket). Denna idé initierar ett sätt att kunna uppdatera och byta ut garderoben ofta utan att behöva köpa nytt varje gång. Det finns dock en problematik i att det ger en bild av att det är väldigt enkelt. Men i verkligheten så måste kläderna skickas och priserna är relativt höga. Det svårt att se att detta som en mainstreammodell om inte alla har möjlighet att använda sig av den.

Det finns fortfarande få studier om klädbytesbutiker men för att se huruvida människor skulle kunna vara öppna för att låna eller byta kläder, kan vi titta på studier om konsumenters syn på användningen av secondhandkläder. Då det finns forskning på hur människor ser på att använda kläder som någon annan tidigare haft.

Secondhandbutiker som koncept har länge funnits och varit väl uppskattade, och så även loppmarknader. Men de senaste åren har det hänt någonting, synen på andrahands shopping har förändrats. En studie från USA visar att secondhandbutiker som tidigare ansetts vara något för mindre ekonomiskt bemedlade, ses idag som något mer exotiskt, där du kan hitta unika skatter. Att gå runt och leta efter billiga fynd har blivit något njutningsbart för många människor och detta får ett värde i sig. Förutom detta menar Xu även att medvetenheten om miljön, speciellt hos unga har lett till en förändring. Då många studenter inte har råd med dyra, ”gröna” kläder så blir secondhand ett billigare alternativ (Xu 2014 671). Trots att en mer positiv bild av att köpa kläder secondhand har vuxit fram finns det fortfarande motsättning, där människor säger sig vara skeptiska till att använda kläder som någon annan har haft på sig. (Ibid 2014 672)

3.3.1 Swopshop

I min studie undersöker jag användandet av en klädbytesmodell och utgår från en fysisk klädbytesbutik där en kan lämna in ett antal kläder som blir värderade. Du betalar en procentuell summa av värdet på plaggen och får sedan ett antal hjärtan utifrån värdet på dina kläder. En kan sedan använda dessa poäng för att byta till sig plagg i butiken. På butikens hemsida skriver de; genom att ”swoppa” är du en del av en gemenskap som verkar för hållbart mode. (Swopshop 2019)

Klädbytesbutiken går in under delningsekonomi kategorin både för att du betalar en avgift för att lämna in och vara med och stödja verksamheten och är en del av ”bytandet”, men även för att kläder fördelas mellan användarna på ett annat sätt än en vanlig butik. När någon lämnar in något, finns det tillgängligt för någon annan som kan använda det för att sedan lämna in när de inte vill ha det längre, vilket kan ses som en typ av delande.

4 Metod

För att svara på min frågeställning genomfördes tre intervjuer med personer som använder sig av bytesmodellen regelbundet och en intervju med föreståndaren för klädbytesbutiken. Den kvalitativa metoden används för att ta reda på varför man ”swoppar” och deras tankar uppfattningar bytande. (Bryman 2016;213–214).

För att komma i kontakt med informanter sattes ett anslag upp i butiken. Kontaktuppgifter gavs även till butiksinnehavaren för att kunna delas vidare till personer som skulle kunna vara intresserade. Då jag till en början fick jag inte så mycket respons, kontaktades även personer som hade skrivit rekommendationer på klädbytesbutikens Facebook-hemsida. Urvalet gjordes utifrån tillgänglighet och valdes inte efter ett specifikt kön eller åldersgrupp.

Jag intervjuade ägaren till butiken för att ta reda på mer om butiken och tanken bakom. Men också för att se om de arbetar aktivt för ett påverka människor beteende hos kunder. Ägaren Jane hade inga problem med att dela med sig sina tankar om verksamheten och de problem hon såg med dagens konsumtion och dess sociala och ekologiska påverkan i stora delar av världen. Intervjun utfördes i butiken och det var en avslappnad stämning. Intervjun inleddes med att informanten fick berätta om sig själv och sin verksamhet.

I mina intervjuer använde jag mig av en semi-strukturerad intervjuguide (Bilaga 1) så att intervjupersonen skulle kunna komma med intressant information eller synvinklar som jag inte tänkt på innan intervjun. Men också för att möjliggöra att förutfattade meningar om ämnet kunde motbevisas då samtalet var öppnare. För att svara på frågeställningen använde jag mig av öppna frågor för att få en djupare förståelse för varför någon tycker eller gör något, vilket var nödvändigt för att svara på frågeställningen.

Innan intervjuerna satte igång bad jag om tillåtelse att spela och om hennes medgivande att delta i studien. Detta försäkrades genom att den deltagande fick skriva under ett papper, där de medger att de fått information om studien och tagit del av de konsekvenser som ett deltagande har men också vad materialet sedan kommer att användas till (Bilaga 2). Intervjupersonerna informerades om studiens syfte och rätten till anonymitet. De kommer även få möjlighet läsa det färdiga resultatet vilket gör att uppsatsen är etiskt försvarbar (Clark 2019).

Två av de tre intervjuerna med ”swoppare” genomfördes personligen och en av dem över telefon. En fördel med att intervju en person personligen istället för över telefon gör att du kan se ansiktsuttryck och kroppsrörelser när personen pratar och det kan vara lättare att läsa av personen och det blir inte lika lätt missförstånd (Bryman 2016;215). Två av intervjuerna

med ”swoppare” hölls på ett café i Malmö respektive, hemma hos informanten i Lund och den tredje utfördes över telefon, då informanten fick förhinder. Bryman rekommenderar att intervjun genomförs på en tyst plats, då bakgrundsljud kan försämra kvalitén på materialet, men även för att intervjupersonen inte ska känna att andra kanske lyssnar. Detta var inte en möjlighet i två av intervjuerna, men då mikrofonen var av bra kvalitet var det lätt att höra allt vad som sades ändå (Bryman 2016;475). Intervjuerna bestod av några öppna frågor med mycket utrymme att utveckla. Jag började med lättare frågor, för att sedan gå in på de mer komplexa, så att informanterna skulle känna sig mer bekväma och komma in samtalet (Bryman 2016;487).

Trots intervjuens fördelar så är det tidskrävande att hitta deltagare, planera, boka in en tid för att sedan genomföra intervjuerna. Detta var något jag upplevde under mitt arbete, då mina intervjuer genomfördes senare än vad som först var planerat. Jag valde att spela in samtliga intervjuer, då det är ett bra hjälpmedel för att komma ihåg vad som sades och även hur det sades. Det gjorde även att jag kunde vara fokuserad på samtalet och ställa följdfrågor och inte vara distraherad av att försöka anteckna ner allt som sades. (Bryman 2016;482-483) En svårighet är att tillförligheten minskar om de intervjuade säger det, de tror att jag vill höra.

Etiska hänsynstaganden jag hade i åtanke var att mina val av frågor så att intervjupersonerna kände sig bekväma. Det är viktigt att vara öppen med att de endast behöver svara på de frågor de känner sig bekväma med och att de kan avsluta intervjun när som helst. Att prata om personliga åsikter och beteenden kan vara känsligt men personen bekväm finns det också större chans att de delar med sig mer av sina tankar (Bryman 2016;135).

Alla deltagande är kvinnor som har använt Swopshop under en längre tid 4-5 år och swoppar mer eller mindre regelbundet. Eftersom jag endast intervjuade tre personer så kan jag inte argumentera för att mina resultat ger en generaliserad bild av konsumenter, snarare är det en djupgående inblick in i hur mina intervjupersoner tänker omkring bytande. De intervjuade är personer som sett ett problem och tagit ett beslut att göra en förändring och välja något som de anser är ett bättre alternativ.

För att analysera svaren så har jag läst mina transkriptioner några gånger, för att sedan koda dem. Återkommande teman var; social inverkan, variation, kläder från Swopshop värderas högre, intresse för ett framtida bytessamhälle, att vara ”hållbar”, fokus på kläder och textil, användningen av ”Sharing economies” och synen på ägande. Dessa teman kommer jag utforska vidare i resultat och analys.

5 Resultat och Analys

I detta avsnitt kommer jag redogöra för resultatet av mina intervjuer. Intervjuerna med ”swoppare” har anonymiserats och intervjupersonerna heter egentligen något annat.

5.1 Intervju med Jane, Swopshops ägare

Jane berättar att idén till Swopshop kom när hon kom hem från en resa och hade en stor klädhög. Då tänkte hon att det kan ju inte bara vara jag som har det och efter ytterligare undersökning insåg hon att det fanns många fler som henne. Efter att ha gått på flera klädbytdagar, tyckte hon att det var en bra idé men att det inte var riktigt rättvist, att stå i kö för att vänta och se andra människor som rotar till sig saker, och så står en i ett hörn och hoppas att andra ratar saker som kanske en själv kan få. Därför bestämde hon sig för att öppna en klädbytesbutik. Jane menar att hon från början inte visste att det var delningsekonomi eller cirkulär ekonomi hon höll på med, utan att hon har läst på mer efterhand och idag är en minskad konsumtion och att skapa en grön mötesplats en stor del i arbetet med butiken. En fördel med att byta menar Jane, är att du inte får pengar tillbaka att köpa nya kläder för utan du fastnar i hennes cirkel. En skillnad mellan bytesbutiken och andra secondhandbutiker att också att de inte går att lämna in hur många plagg som helst på en gång och att de är mer noga med vad de tar emot och strävar efter hög kvalitet.

5.2 Intervjuer med ”swoppare”

5.2.1 Användningen av ”sharing economies”

Utifrån materialet ser jag att det inte finns en direkt koppling mellan användandet av klädbytesbutik och användandet av andra Sharing economies hos mina intervjupersoner. Dock använder en av intervjupersonerna Maria sig av flera av dem, så som bilpool, ljudboksappar, hon hyr sina glasögon och håller klädbyteskvällar med vänner. Däremot finns intresset hos

samtliga och trots att Emma inte använder sig av några sharing-plattformar förutom Swopshop, så lånar hon gärna av grannar och uppmuntrar dem att låna av henne. Hon var intresserad av att testa bilpooling förut men tyckte att det var för dyrt och krångligt. Elly har ett intresse av att låna och byta mer, både med grannar och genom företag, men har inte kommit till skott. Hon skulle även vilja använda det för att visa att det finns behov och för att på så sätt ska spridas. Hon säger; "[F]ör att om jag väl testar på det så kanske jag kan berätta för någon annan som kan bli inspirerad och testa det, för det är ju verkligen det jag har förstått med den här Swopshop att det måste, det tar ganska lång tid innan sånt här sprider sig" Alla mina intervjupersoner var positivt inställda till delningsekonomi även om inte alla använder sig av flera av dem.

För två av dem är även ekonomin en viktig aspekt till att de använder Swopshop, då priserna är väldigt låga jämfört med många Secondhandbutiker. Dock hänger det på att du ska hitta kläder som du gillar som motsvarar värdet du har lämnat in för, för att det ska bli en ekonomisk vinning. Elly menar att hon såg direkt att det skulle finnas saker som hon ville ha eller behövde, så det var inte ett problem för henne.

5.2.2 Social inverkan

Materialet visar istället på att social inverkan är en faktor till användningen av "sharing economies". Intervjupersonerna har själva upplevt social inverkan från vänner, med dem försöker även influera andra att börja "swoppa". Maria säger att många av hennes vänner har börjat "swoppa" efter att hon tagit dem dit; och Emma berättar att hon tog det slutgiltiga beslutet att börja "swoppa" efter att ha pratat med en kompis; "sååå, men så kom det på tal efter en tid, med en kompis som brukade vara där och "swoppa" och då förklarade hon lite kort och då bestämde jag mej, ehh, jag kommer inte ihåg tidsperioden men då bestämde jag mig ganska fort att jag ville gå dit och prova ", Emma. Elly delar ofta information på Facebook då hon känner att det är större chans att någon börjar med något om ens vänner också gör det.

5.2.3 Ett framtida bytessamhälle

Många fördelar med ett bytessamhälle nämndes under intervjuerna, till exempel längre användning av en enskild produkt men också att det kunde vara ett tillfälle för social interaktion. Elly säger; "och då får man också en anledning till att träffas på det sociala planet och det här att känna sig hjälpsam och kanske till och med behövt, kan också göra väldigt mycket för människor,". Maria lånar eller hyr gärna fritidsutrustning, vilket annars kan vara dyrt och så slipper hon även förvara allt hemma när det inte används. Hon gillar även idén om att vara del av ett Community. Emma skulle gärna låna till exempel en bröllopsklänning, då

den endast ska användas en gång och säger att det redan nu finns möjlighet att låna en bormaskin på Clas Ohlsson och tänker att folk kanske inte vill låna från privatpersoner men gärna från företag.

Samtliga deltagare är positivt inställda till ett framtida bytes och låne-samhälle. Emma säger såhär;

Det är också väldigt, att inte äga för mycket, jag ska inte kalla det skräp men...vi vill ha öppna ytor idag, det är det som har blivit trendigt, men om man jämför med de som är kanske födda 40-50 talet så har ju de bokhyllor som är fyllda med prydnadssaker, därför tror jag att vi lånar mer, men vi kanske inte vill låna av varandra utan mer hos någon som säljer en tjänst, jag vet inte om det är Clas Ohlsson eller Jula som man kan hyra deras bormaskin.

Maria ser fördelar med ett bytesamhälle men menar att det också måste komma med ett ansvar; ”(F)ör jag kan ju dela vissa saker som jag berättade ju om bil, emm även om jag kan känna mig lite när jag kommer in i en bil om jag använder samma bil, för sunfleet har ju olika bilpooler, runtom så jag använder ju flera stycken som kommer närmare mig och det händer ibland att bilen har rökdoft[sic!] i och att det djurtillåten bil och det blir såhär fullt med hundhår överallt i bilen så kan jag känna det här med min bil, sak inte vara såhär emm så jag tror att det här med att dela saker som jag tycker väldigt mycket om, det behöver komma med ett tankesätt på ansvar att man delar saker”, Maria

Elly hoppas på att fler kommer byta i framtiden och säger att det då skulle bli lättare; ”att bytestanken är mer positiv men det att det känns som att du skulle kunna vara lättare, om fler gjorde så, så skulle de bli större variation, men jag tror att de lever fortfarande kvar att, köper man ett plagg så ska man ha det länge, at det är någon sort ideal, och tanken att nu ska detta vara mitt plagg tills det dör..., Elly

Maria menar att det kommer ta lång tid innan fler börjar byta, och att äldre personer har svårare att anpassa sig. Hon menar också att delande kommer med ett större ansvar för konsumenten, att ta hand om produkten, då den sedan ska användas av någon annan. Under en av intervjuerna nämner en deltagare att hon har fått motargument mot en delningsekonomi vilket lyder såhär; ”...men då kommer människor alltid med det här argumentet, ja men hur ska ekonomin gå runt om vi inte köper saker, då nyproducerat, men då tänker jag att i gengäld så skulle man ju behöva få saker fixade mycket oftare, och att det är i de tjänsterna som det ligger...”, Elly

5.2.4 Spänning mellan viljan att ha variation och att rädda planeten

Viljan att ha variation är återkommande i intervjuerna, men även känslan av att inte vilja köpa nytt på grund av miljön. ” Det lockar mig just det där att man kan få variation på ett hållbart sätt”, Elly. Maria säger att känns kul med något nytt, men att hon försöker på vända på det och tänka att om plagget är snyggt, så den måste ju användas. Ett bytes/delningssamhälle skulle vara ett bra alternativ för variation utan inverkan på miljön, menar Elly.

5.2.5 Man ser ett annat värde i kläderna

Utifrån intervjuerna kan vi se att det finns en skillnad i synen på Swopshop gentemot ”vanliga” secondhandbutiker. De tar bättre hand om dem och det läggs ett annat värde i dem, bland annat eftersom de vet att butiksinnehavaren är noga med klädernas skick, menar Emma och Elly. De säger såhär; ”(E)ftersom jag försöker och va, lite mer rädd om dem, för när jag köper secondhand då kan jag få en annan känsla av kläder, att det är lite såhär inte slit och släng men att, men det, ja, jag sätter inte riktigt lika högt värde på de kläderna, som kläderna på Swopshop...”, Elly

”Fördelarna (med Swopshop) är att jag blir av med kläder som är förfina för att skänka till secondhand enligt min mening och sen kanske det är kläder som absolut inte har något värde på marknaden till exempel tradera”, Emma

Emma har tidigare under intervjun beskrivit hur kläders billiga pris gör att vi inte bryr oss om dem och att en inte tycker det gör så mycket om ett plagg går sönder, när man ändå bara kan köpa nya. Om Swopshop påverkar hur vi ser på kläder, kan det leda till att vi tar hand om dem bättre.

5.2.6 Fokus på kläder och textil

Alla de tre intervjupersonerna har valt att fokusera på just kläder. Två av dem säger såhär; ”Det är absolut främst kläder, jag köper i princip inget nyproducerat (kläder), ehh för att andra produkter är det lite mer det här att jag letar... men har jag inte hittat det jag letar efter inom kanske loppet av två månader så köper jag det nytt, för då är det ändå något jag har gått och funderat ut att jag vill ha det si och såhär och då blir väntan lite för lång om jag inte hittar det.”, Elly.

”[M]ånga har ett tankesätt att det här var ju kul och då vill man göra allt på en gång, på alla möjliga sätt, vad än det är man har för mål, jag har alltid haft två områden, som är viktiga för mig och det är mat och textil, så dem två är det, mat och kläder”, Maria. Emma skrev sin kandidatuppsats om just klädkonsumtion.

Detta fokus beror både på ett genuint intresse för kläder, men också på vetskapen om klädindustrins miljöpåverkan. Samtliga är måna om miljön och två av intervjupersonerna tar upp klädindustrin negativa påverkan på miljön som en anledning för att använda sig av Swopshop. Punkter som tas upp är bland annat produktionen, de billiga priserna som inte är rättvisa för de människor som har sytt kläderna, men också det faktum att vi inte klarar av att ta hand om alla kläder som slängs, då de ofta inte kan återvinnas.

5.2.7 Personligt ansvar och att vara hållbar

En av intervjupersoner beskriver en dag när Swopshop ställt ut tillsammans med andra ”hållbara” initiativ för att skapa en grön mötesplats.

[F]olk tycker att det är ett jättebra initiativ och...vad bra kämpa på och så där men de själva kommer inte vidare och ta steget att swoppa och att köpa från gram, mindre plast, för så fort de ser tillexempel en töja från ett hållbart märke som kostar 800kr så finns det en likadan från HM som kostar 50kr som, då blir det såhär haaaa... så de tycker det är bra men man tar inte det ansvaret som ehhm, och då kommer vi fram till att det här är ju brist på information och brist på kunskap som kanske var baserat inte bara på...sociala medier utan var baserad på riktig forskning och data, alltså riktig information som har en källa, Maria

Citatet beskriver att många människor, trots att de är medvetna om klädindustrins negativa sidor, inte tar ställning och agerar inte utefter detta, det vill säga de låter ansvaret ligga på någon annan. Hon menar även att anledning till att många inte tar ett ansvar är bristen på information. Vilket är sant till viss del men det kan även handla om en ovilja att förändras av bekvämlighetsskäl. De intervjuade har däremot tagit på sig ansvaret och vill göra något, för att motverka, vidare negativ påverkan på klimatet.

Samtliga deltagare anser sig vara hållbara, trots detta menar de att de även kan göra mer. Emma säger tillexempel så här; ”Jag ser mig själv som väldigt hållbar men däremot skulle jag kunna bli bättre, och när jag menar att jag skulle kunna bli bättre, om vi bortser från Swopshop dör man bara bytar [sic!], så går jag gärna in på Myrorna och kollar om där finns något kul , det är också gamla konsumtionsmönster bara att man har bytat[sic!] till det cirkulära... men det bästa tycker jag, för att vara riktigt hållbar är att inte köpa något alls”, Emma

5.2.8 Ifrågasättande av ägande

Ett återkommande ämne är ett ifrågasättande av bilden av ägande och en känsla av att inte behöva äga allting som du vill använda eller för den delen inte vill använda; ”... jag som har som ett friluftsintrasse och jag hade inte behövt äga min utrustning... jag håller på med vattensport. Jag känner inte heller att jag behöver äga saker..emm.. jag behöver inte äga en bil, jag behöver inte äga glasögon...jag har inte det behovet”, Maria. Emma berättar hur hon inte dricker kaffe och såg därför ingen anledning att äga en kaffekokare, trots detta kände hennes kompis behovet att köpa en kaffekokare till henne, för de gånger som kompiserna var på besök.

I samhället idag lägger vi väldigt mycket vikt på att äga saker och det finns även en viss stolthet i att en har lyckats tjäna ihop till sin egen bil eller lägenhet. För många är det självklart att det du vill ha det köper du och sedan är det ditt tills du inte vill ha det längre. Som nämnts tidigare frångås detta i en ”Sharing economy” och det läggs inget värde i att äga utan det man vill åt är istället tillgången. Utan att vara insatta i ämnet delningsekonomier, är detta något som de deltagande har snappat upp och insett att de faktiskt inte behöver äga allt de vill använda. Maria säger så här;”[D]å hittade jag kanske fyra olika vita t-shirtar från olika märken men precis likadana och då satte jag ihop hur mycket jag hade betalat för de här vita t-shirtarna och då blev jag så... vad är meningen, varför har jag fyra stycken...”.

Sammanfattningsvis kan säga att intervjupersonerna har liknande uppfattningar om konsumtion och om delande, trots att de är tre väldigt olika individer. Det finns en vilja att leva och konsumera hållbart och positiv inställning till delande, både idag och i framtiden. De deltagande är medvetna om klädindustrins påverkan på miljön och ser bland annat användningen av Swopshop som ett sätt att minska sin egen inverkan. De värderar kläderna på Swopshop högre än andra secondhandbutiker och tar därför hand om dem bättre och de ser Swopshop som ett bra sätt att få variation och samtidigt minska sin inverkan på miljön.

5.3 Diskussion

I följande avsnitt diskuterar jag resultatet utifrån teori och tidigare studier. Synen på kläder och klädkonsumtion hos ”swoppare” kan kopplas till tidigare studier om Degrowth som fungerat som en motreaktion till samhällets ekonomiska system där ekonomisk tillväxt alltid är målet. En uppfattning om att en annan typ av samhälle är möjlig och även fördelaktigt hittas hos informanterna. De vill hitta alternativa sätt att kunna leva och konsumera, utan att det blir på jordens bekostnad. Ökad konsumtion och tillväxt är starkt kopplade och Degrowth ser en framtid utan dessa två. Även om en bytesmodell, så som ”swopping” inte kan ses som icke-ekonomisk så skiljer den sig från den nuvarande linjära ekonomiska modellen som bygger på tillväxt och att (köpa-använda-slänga).

Tidigare har jag beskrivit social inverkan som något som kan påverka en människas val och beteende och mina resultat stämmer överens med denna teori. Teorin säger även att beroende på hur stark ”den influerandes” relation är till den influerade, influeras den olika mycket. Intervjuerna visar på att en person tenderar att influeras av en väns beteende eller värderingar. Att vi influeras av varandra är ingenting nytt men att det kan vara en metod för att sprida delningsekonomier, så som Swopshop är det. Om någon som du tycker om eller ser upp till gör något är det stor chans att även du gör det. Berättar någon för en vän som i sin tur berättar för sin vän så har det skapats en spridning. Detta faktum gör att spridningen av delandet är långt ifrån omöjlig.

Ett argument som en av intervjupersonerna beskriver att hon ofta får är, att vi måste handla nytt för att ekonomin ska gå runt gå runt för att vi ska kunna leva och att vi därför bör fortsätta som vanligt. Utifrån tidigare studier är det tydligt att detta inte möjligt på grund av den negativa inverkan som klädindustrin har på miljön. Men eftersom ekonomin fortfarande är i fokus hos fast fashion-företagen kommer det troligtvis inte ske någon drastisk förändring inom närmsta framtiden.

Som klädindustrin är uppbyggd idag måste produktionen ske i länder där arbetskraften är billigare och kläderna kan därför ha så låga priser, vilket leder till att vi konsumerar mycket mer än vad vi behöver. Medvetenheten om detta har påverkat mina intervjupersoners val att börja ”swoppa” och att försöka konsumera mindre nytt. Användningen av klädbytarbutiken är ett försök att vilja bidra till en hållbar konsumtion. Swopshop är viktig i arbetet för en hållbar konsumtion. Till skillnad från fast fashion bidrar inte verksamheten till produktion av nya kläder, utan allt som plockas är kläder som något annan redan har konsumerat men som de inte vill ha längre, så genom att använda Swopshop tar en vara på det som redan konsumerats.

Trots att det finns kunskap om klädindustrins miljöpåverkan, är det många som inte väljer att förändra sitt beteende och fortsätter i gamla vanor. Frågan är vad som gör att några är villiga att förändra sig och andra inte. Å ena sidan handlar det förmodligen om att det är svårt att koppla informationen som kommer från medier och applicera det på sin egen vardag. Å andra

sidan beror det på vad vi har för människor runt omkring oss både i vår närhet och på sociala medier. Om någon av dina vänner är intresserad är det stor sannolikhet att du också blir det.

Hos mina informanter finns en uppfattning om att vi i samhället idag lägger stor vikt på att äga saker. För många är det självklart att om de vill ha något så köper de det och sedan är det deras tills de inte vill ha det längre. I resultatet urskiljs ett ”nytt” sätt att se på ägande, som frångår det konventionella. Bilden av att inte behöva äga allt det du vill använda dig av känns igen inom delningsekonomi-filosofin som beskrivits tidigare i texten. Ägande kan bringa lycka till en person, men vad kommer egentligen denna lycka ifrån. Är det känslan av att någonting är mitt eller är det tingets funktion i sig som gör det? Om det är det senare så skulle vi lika gärna kunna låna en tröja och av någon annan och det skulle ge oss lika mycket lycka och tillfredsställelse. Detta är något som går att undersöka längre. Kan det finnas fördelar med att inte äga och hur skulle samhället se ut om frångick tanken av att ägande är något att eftersträva?

För att citera resultatet så beskriver intervjupersonerna att de värderar kläderna från Swopshop högre än andra, och ser de som ”finare” än Secondhandkläder och att de även är mer rädda om dessa kläder, för att de möjligtvis ska lämna in dem i butiken. Denna bild kan få ett positivt utfall om användningen av Swopshop leder till att vi tar hand om våra kläder bättre, kan de även hålla längre och en behöver en inte köpa nya lika ofta. Vi kan då också komma ifrån slit och släng beteendet som finns idag. Köper vi inte nya kläder lika ofta minskar även produktionen.

En persons kläder och stil kan ha mycket att göra med en persons identitet och att börja köpa kläder begagnat kan såklart minska chanserna att du hittar de kläder som passar just dig. Så kan även en drastisk minskning i klädinköp. Intervjupersonerna vill gärna kunna variera sig och att skapa sin egen stil men de vill också värna om miljön och måste därför väga mellan dessa två aspekter. Tidigare studier om fastfashion visar att det bygger på att ständigt skapa nya kollektioner som ersätter det gamla, vilket har gjort att människor har blivit vana vid den ständiga möjligheten till variation och att kunna förnya sig. Användandet av Swopshop kan vara en lösning för att kunna fortsätta variera sin stil och samtidigt minska sin negativa inverkan på miljön.

Under intervjuerna nämndes hur människor tenderar att ha svårt att anpassa sig till något nytt. Detta talar emot en framtid med delningsekonomin. En av informanterna menar också att trots att hon nu bara köper secondhand, finns tanket av att vilja köpa, kvar och att det sitter väldigt djupt inrotat. Detta är något som försvårar en förändring till ett samhälle där vi delar och lånar mer med varandra. Andra saker som kan försvåra är att till exempel biluthyrning eller kläduuthyrning kan även vara dyrt och passar därför inte alla. Dock med delningsekonomis bredd, finns det mycket annat en kan göra, till exempel att börja låna mer av grannar.

Även om samtliga deltagare är positiva till att även testa andra typer av delningsinitiativ, så tenderar majoriteten av intervjupersonerna att ännu inte göra det. Det kan bero på olika saker som till exempel att många delningsinitiativ fortfarande är relativt okända och att en aktivt

måste söka för att hitta dem. En annan kan vara att man helt enkelt har haft behovet, men det kan också vara faktumet att det är svårt att vänja sig vid något nytt.

Intervjupersonerna är trots allt några av de personer som gjort en förändring eftersom de ser att det är nödvändigt, och de har tagit på sig ansvaret för att minska sin negativa inverkan på miljön. Den finns en debatt idag om ifall det är vi själva som individers ansvar att "rädda klimatet" eller om det är statens. Många anser nog att det att ansvaret ligger på personer i maktpositioner så som regering och storföretag. Men för att de ska agera är det troligtvis vi individer som måste börja och påverka varandra för att sedan kunna påverka makten. Även om en "Sharing economy" kan ses som något litet är det ändå en början.

6 Sammanfattning och slutsats

Det är uppenbart att det måste ske en förändring i dagens klädindustri, eftersom dess negativa påverkan på klimatet är så stor. Om vi tar vara på resurserna bättre, så att dess varaktighet livslängd förlängs och industrins förorening minskar, är denna förändring möjlig. Delningsekonomier och en större utsträckning av bytande kan vara ett steg på vägen.

I denna studie har jag tittat på Swopshop som ett delningsfenomen och gått djupare in på användare av en klädbytesbutiks uppfattningar om bytande och "Sharing economies" och om det finns likheter hos dem. Vad de ser för fördelar och nackdelar och tenderar de att även använda sig av andra Sharing economies. Jag har även tittat på möjligheter till spridning av fenomenet.

För att svara på frågeställningen, så finns det en vilja till förändring, och en vilja att själv kunna vara med och påverka samhället. Däremot finns gamla beteendemönster kvar av att vilja köpa, men också en vilja att känna sig varierad. Det finns en positiv inställning till ett samhälle där man inte köper nytt utan delar och byter finns hos de intervjuade, då de ser problematiken i dagens klädkonsumtion och produktion, både hos företag och hos konsumenter. Ett intresse för att konsumera hållbart och för att hitta saker som kan vara bra för miljön finns hos samtliga deltagande. Trots detta visar inte studien på en direkt koppling mellan användandet av Swopshop och andra delningsekonomier. Däremot finns intresse av att börja. De ser också de svårigheter som finns hos delningsekonomier. Utifrån intervjusvaren kan en se att personerna antingen har påverkats av vänner eller själva påverkat vänner att använda sig av Swopshop, vilket stämmer överens med Social Impact Theory.

Delningsekonomier är ännu inte något som är självklart för alla och bara för att några vill använda sig av det så betyder det inte att alla andra kommer göra det över en natt. För många är det fortfarande främmande och vanor är svåra att bryta. Ett helt igenom bytessamhälle är kanske inte realistiskt, då produkterna måste från början komma någonstans ifrån och det är ganska stort steg ifrån den nuvarande ekonomiska modellen. Dock kan en spridning av delandet och bytande minska resursanvändandet och ha en positiv inverkan på miljön. Någon måste trots allt börja för att ett fenomen ska sprida sig. Kanske kan dessa personer så ett frö, som växer sig starkare, i samband med att vi blir mer och mer medvetna om att hur vår överflödiga konsumtion påverkar planeten. Vi ser tydligt hur människor påverkas av sin omgivning och att det finns en vilja av gemenskap. Eftersom människor påverkas av andra till att börja använda sig av Swopshop, så finns det möjligheter till spridning

Trots delningsekonomins fördelar så som möjlig minskad resursanvändning och gemenskap finns det saker att fundera över för ett framtida delningssamhälle. Hur skulle det se ut, vem skulle ta ansvaret och vem ska vara mellanhand, företag eller person? Även om en omvandling till ett delningssamhälle förmodligen inte kommer att ske de närmaste åren, kan vi istället hoppas på en mindre förändring i samhället, där vi lånar och byter mer med varandra och lägger ett större värde i det saker vi redan har och att vi då tar hand om dem bättre. Därmed skulle våra kläder och prylar hålla längre och vi skulle inte behöva köpa nya så ofta, vilket skulle leda till en minskad konsumtion och en reducerad negativ inverkan på klimatet.

7 Källförteckning

Andrews, Anna-Lena, Granath, Berith. 2016. Hållbar utveckling. *Fn-fakta*. [Infoblad]. FN-förbundet. <https://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12-Hållbar-utveckling.pdf> (Hämtad 2019-12-16)

Armstrong, Cosette Marie, Joyner Park, Hyejune. 2017. Collaborative apparel consumption in the digital sharing economy: An agenda for academic inquiry. *International journal of consumer studies* 41(5):465-474. DOI: 10.1111/ijcs.12354.

Belk, R. 2010. Sharing. *Journal of Consumer Research* 36 (5): 715–734.

Binet F., Coste-Manière I., Decombes C., Grasselli Y, Ouedermi D, Ramchandani M. (2019) Fast Fashion and Sustainable Consumption. In: Muthu S. (red.) *Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption*. Singapore: Springer.

Black Sandy. 2011. *Eco-chic: The Fashion Paradox*. London: Black dog.

Binet F., Coste-Manière I., Decombes C., Grasselli Y., Ouedermi D., Ramchandani M. (2019) Fast Fashion and Sustainable Consumption. In: Muthu S. (red.) *Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption*. Singapore: Springer.

Brandão Jönsson, Henrik. 2017. *Bomullsbarnen*. Naturskyddsföreningen. 20 september. <https://www.naturskyddsforeningen.se/sveriges-natur/2017-2/bomullsbarnen>

Bryman, Alan. 2016. *Social Research Methods*. 5 uppl. Oxford: Oxford University Press.

Chandler, Adam. 2016. What Should the ‘Sharing Economy’ Really Be Called? *The Atlantic*. (Hämtad 2019-12-03). <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/05/sharing-economy-airbnb-uber-yada/484505/>

Clark, Kevin R. 2019. ‘Ethics in Research’. *Radiologic technologic*. 90 (4)

Claudio, Luz. 2007. Waste Couture: Environmental Impact of the Clothing Industry. *Environmental Health Perspectives* 115 (9) <https://doi.org/10.1289/ehp.115-a449> (Hämtad 2019-10-27).

Ellen MacArthur Foundation. 2017. *A new textiles economy: Redesigning fashion’s future*. Rapport/ Ellen MacArthur Foundation. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/A-New-Textiles-Economy_Full-Report_Updated_1-12-17.pdf

Finansdepartementet. 2017. *Strategi för hållbar konsumtion*. Regeringskansliet.
<https://www.regeringen.se/artiklar/2016/10/strategi-for-hallbar-konsumtion/>.
(hämtad 2020-01-03)

Föreningen Medveten Konsumtion. *Kläder*.
<https://www.medvetenkonsumtion.se/radochtips/garderoben/klader/>. (hämtad 2019-12-05)

Göteborg stad. *Sharing city Göteborg*. Göteborg stad.
https://goteborg.se/wps/portal/start/miljo/det-gor-goteborgs-stad/dela-och-lana/sharing-city-goteborg!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfIjo8ziTYzcDQy9TAy93f0D3AwCLYzcLJzd3Y0dzYz0wwkpiAJKG-AAjgb6BbmhigAE0kBS/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/
(hämtad 2019-12-04)

Hamari, Juho. Mimmi Sjöklint, Mimmi. Ukkonen Antti. 2016. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for information, Science and Tecnonolgy* 67(9): 2047–2059.

Koszevska, Małgorzata. (2018) Circular Economy, Challenges for the textile and clothing industry. *AUTEX Research Journal*. 18(4): 337-347.

Lee Jin-joo. (2013) Sharing Economy, a New Concept of Ownership. *Koreana* 27(4): 78-81.

Moeller, Scott J & Bushman, Brad J. 2007. Social Impact Theory. *Encyclopedia of Social Psychology*.
<https://us.sagepub.com/en-us/nam/encyclopedia-of-social-psychology/book227442> (Hämtad 19-12-10). [Elektronisk]

Naturvårdsverket. 2019. *Hållbara textilier: Konsumentundersökning 2019*. Rapport/
Naturvårdsverket. Stockholm: Naturvårdsverket.

Swopshop. 2019. *Hur fungerar detta*. www.swopshop.se/#/faq (hämtad 2020-01-02)

Tomalty, Ray. 2014. Ours is better than yours. *Alternatives Journal*. (Hämtad 2019-12-03)
<https://www.alternativesjournal.ca/science-and-solutions/ours-better-yours>

Vestblad. Jennifer (2016) *Cirkulerande återanvändning av sportartiklar Resursflöden för framställning och avfallshantering av sportartiklar*. Examensarbete: Karlstad universitet.

Världskommissionen för miljö och utveckling. 1987. Report of the world commission on environment and development: Our common future. Rapport/ Världskommissionen för miljö och utveckling.

WRAP. 2014. *Market Development Action Plan for UK Rag and Fibre Market*.
Rapport/ WRAP
http://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/MPD007-015_Evaluation%20of%20End%20Markets_Final.pdf (Hämtad 2019-11-14)

Xu, Yingjiao, Chen, Yizhuo, Burman, Ritika, Zhao, Hongshan 2014. Second-hand clothing consumption: a cross-cultural comparison between American and Chinese young consumers. *International Journal of Consumer Studies* 38(6): 670–677. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12139>.

Zamani, B et al. (2017) Life cycle assessment of clothing libraries: can collaborative consumption reduce the environmental impact of fast fashion? *Journal of Cleaner Production* 162: 1368–1375. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.128>.

8 Bilagor

8.1 Bilaga 1

Intervjuguide; "Swoppare"

Berätta lite om dig själv? Namn, ålder osv.

Hur kommer det sig att du började handla på Swopshop?

När började du Swoppa?

Hur ofta gör du det?

Vad ser du för fördelar med att handla här och/ liknande modeller, i jämförelse med "vanliga butiker"?

Har dina tankar bild kring hållbar konsumtion/ slow fashion förändrats sedan du började använda dig av swopshop?

Använder du dig av liknande modeller i andra aspekter i livet, så som köp av möbler eller prylar etc.

Har du hållbarhet i tankarna när du går och handlar?

Är det något du vill tillägga?

Intervjuguide Jane, butiksägare

Vill du berätta lite om dig själv?

Hur länge har du haft butiken?

Hur startade idén om Swopshop? Vad grundar den sig i?

Är cirkulär ekonomi en grundtanke/värdering?

Eller bygger idén på andra saker/ tankar?

Tycker du det är viktigt med hållbarhet?

Är att minska kastandet av kläder prioritet i ert arbete eller finns det andra motiv som driver er?

Ser du Swopshop som ett verktyg för att nå detta?

Är det viktigt att kommunicera detta till kunderna? I så fall vilka metoder använder ni för att göra detta?

Hur gör ni för att nå ut till folk? Ex, samarbetar ni med andra som jobbar med en liknande modell? Hur?

Promotar ni även andra liknande initiativ, som lagning av gamla saker och klädbytdagar?

8.2 Bilaga 2



Consent form for persons participating in a research project

PROJECT TITLE: *Sharing is Caring*

Name of participant: _____

Name of investigator(s): Sara Erlandsson _____

1. I consent to participate in this project, the details of which have been explained to me, and I have been provided with a written plain language statement to keep.
2. I understand that after I sign and return this consent form it will be retained by the researcher.
3. I understand that my participation will involve an **interview** and I agree that the researcher may use the results as described in the plain language statement.
4. I acknowledge that:
 - (a) the possible effects of participating in the **interview** have been explained to my satisfaction;
 - (b) I have been informed that I am free to withdraw from the project at any time without explanation or prejudice and to withdraw any unprocessed data I have provided;
 - (c) the project is for the purpose of research;
 - (d) I have been informed that the the information I provide will be safeguarded subject to any legal requirements;
 - (e) I have been informed that with my consent, the **interview will be audiotaped and I understand that the researcher will hold audiotapes** until the project is finished.
 - (f) My name will be referred to by a pseudonym in any publications arising from the research;
 - (g) I have been informed that a copy of the research findings will be forwarded to me, should I agree to this.

I consent to this **interview** being audio-taped

yes **no**
(please tick)

I wish to receive a copy of the summary project report on research findings

yes **no**
(please tick)

Participant signature: _____

Date _____