



LUNDS
UNIVERSITET

Slit- och återanvänd - ett nytt samhälle

Att tolka en svensk hållbar klädindustri i hållbara diskurser

Mathilda Malmberg & Jakob Wernberg

Avdelningen för modevetenskap
Institutionen för kulturvetenskaper
Lunds Universitet
MODK63,15 hp. Examensarbete för kandidatexamen, vt 2020
Handledare: Katarzyna Herd
Examinator: Pernilla Rasmussen

Abstract

This bachelor's thesis aim is to evaluate the discussion of *recycle* and *upcycle* as two approaches to interpret *sustainability* in the clothing industry of a Swedish contemporary context. The companies Rave Review and Swedish Stockings will exemplify companies working with and, above all, communicating their work with *upcycle* and *recycle*. We will analyze how choosing to work with the approaches can create *value*, for both the companies and within the discourses of the two approaches. The research material for the thesis are, except for the websites of the two companies, a variety of articles from well-established *fashion* magazines to news sites and financial press. This enables a more faceted analysis, mixing sources from different industries. The selected material consists only of contemporary sources dated between 2017 and 2020 to delimit the analysis for a contemporary Swedish *fashion* industry. We will analyze the discursive construction of *upcycle* and *recycle* within a narrative of *sustainable fashion*. Through a codification of the material certain recurrent themes were identified, which later maps out the foundation of the analysis. Our contribution to previous research will touch on the symbolic *values* attributed to clothing that has undergone a *sustainable* process, in this case *upcycle* and *recycle*. The thesis proves that the kind of attention the companies gain from a variety of different magazines and press can legitimize credibility and symbolic assets to the companies. The result shows that working with the creation of *sustainable fashion* depending on how this is communicated can ascribe *value* to both the company and the approach they work with.

Keywords: Upcycle, Recycle, Sustainability, Fashion, Value

Nyckelord: Upcycle, Recycle, Hållbarhet, Mode, Värde

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	2
1.2 Problemformulering	4
1.3 Syfte och frågeställning	5
1.4 Teoretiskt ramverk	5
1.5 Metod	7
1.6 Material och avgränsningar	9
1.7 Forskningsöversikt	12
1.8 Disposition	15
2. Analys	16
2.1 Återbruk	16
2.2 Upcycle	21
2.3 Avfall	24
2.4 Recycle	29
2.5 Värde	32
2.6 Hållbarhet	34
2.7 Legitimitet	38
3. Konklusion	42
4. Källförteckning	45
4.1 Tryckta källor	45
4.2 Otryckta källor	46
4.3 Internet-källor	46

1. Inledning

För sju år sedan såg Linn Frisinger och Nadja Forsberg dokumentärfilmen *Glödlampskonspirationen* som avslöjade hur produkter utformas för att åldras snabbt och på så vis kan öka försäljningen. I dokumentärfilmen lyftes strumpbyxan, som gått från att på 1950-talet vara en kvalitetsprodukt som brukade repareras av skräddare till att idag vara en slit- och slängprodukt som åker i soptunnan, ofta bara efter en användning. Med ambitionen att förändra industrin grundade Linn och Nadja Swedish Stockings, ett företag som genom tillvägagångssättet *recycle* tillverkar hållbara strumpor och strumpbyxor.¹

Tre år senare är Josephine Bergqvist och Livia Schück nyexaminerade från Beckmans Designhögskola, båda tveksamma till att arbeta i en modebransch som drivs på bekostnad av miljön.² Ett år av reflektion passerar tills de bestämmer sig för att ta tillvara de textila resurser som redan finns och arbeta med *upcycle*. Vännerna grundade Rave Review som tillverkar nya kläder av uteslutande gamla plagg och textilier.³

I en samtid av återkommande rapporteringar om koldioxidutsläpp och miljöföroreningar har klädföretag i större utsträckning börjat prioritera tillvägagångssätt för hantering av textilier på ett mindre klimatkrävande sätt. Klädindustrin står för en majoritet av utsläppen som förorenar vår planet och därför krävs både förändring och ansvarstagande.⁴ Under senare år har det inneburit en ökad förekomst av alternativ som genomgått en mer hållbar produktion och märkningar som informerar om kläder som är hållbart producerade eller tillverkade av återvunnet material. Dessutom har nya initiativ för att förlänga livslängden hos ett klädesplagg fått mycket uppmärksamhet i både branschmedia och daglig press.

¹Farra, E. (2017). Meet the Women Behind Swedish Stockings, the First-Ever Sustainable Hosiery. *Vogue*. Hämtad från <https://www.vogue.com/article/swedish-stockings-first-sustainable-hosiery-label> (2020-03-10)

²Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now. *Metal Magazine*. Hämtad från <https://metalmagazine.eu/en/post/interview/rave-review-the-future-of-sustainable-fashion-is-now> (2020-03-10)

³Grothén, E. (2020). Hållbara modemarket Rave Review i intervju i Elle. *Elle*. Hämtad från <https://www.elle.se/mode/hallbara-modemarket-rave-review-i-intervju-i-elle/> (2020-03-10)

⁴SVT Nyheter. (2019). FN: Klädindustrin släpper ut mer växthusgaser än flygen. *SVT Nyheter*. Hämtad från <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/fn-kladindustrin-slapper-ut-mer-vaxthusgaser-an-flygen> (2020-04-07)

Uppsatsen presenterar två olika tillvägagångssätt att tolka hållbarhet inom klädindustrin för en svensk samtida kontext. Eftersom majoriteten av de kläder som konsumeras i Sverige produceras på andra platser i världen kan det vara svårt att föreställa sig den miljöförstörelse som produktionen bidrar till. Ett sätt att minska den negativa miljöpåverkan som produktionen står för är att ta vara på de kläder som skeppats hit istället för att behandla dem som förbrukningsvaror. Således kan konsumtionen av nyproducerade kläder som skickats till Sverige från världens mest utsatta och fattigaste länder minska. De två tillvägagångssätten som uppsatsen behandlar är *recycle* och *upcycle*, två sätt att hantera textilt avfall för tillverkning av nya kläder. På så vis tar man tillvara på resurser som annars blivit miljöförstörande avfall och förlänger samtidigt textiliernas livslängd. För att exemplifiera de två alternativen kommer fokus ligga på två svenska företag som aktivt arbetar med respektive tillvägagångssätt, Swedish Stockings och Rave Review.

1.1 Bakgrund

Den överkonsumtion av kläder som går att identifiera i Sverige är sprungen ur ett slit- och slängsamhälle där förståelsen för varornas faktiska värde har gått förlorad. Den svenska konsumtionen av kläder och hemtextil uppgår i cirka 13,5 kg per person och år.⁵ Mer än hälften av detta återfinns i restavfallet som går till förbränning, där mycket av textilierna är hela och med största sannolikhet hade kunnat återanvändas.⁶ Ser vi tillbaka i tiden, innan slit- och slängsamhället, var återbruk djupt rotat i de flesta svenska hushåll. Delvis eftersom det för många var en ekonomisk nödvändighet på grund av att textilt material var dyrare, delvis eftersom det inte fanns samma behov av ständig förnyelse. På 1960-talet när slit- och slängsamhället växte fram i Sverige höjdes ett flertal kritiska röster, bland annat från Willy Maria Lundberg, journalist på Expressen med inriktning på konsumentfrågor. Hon befarade att massproduktionen och masskonsumtionen skulle förstöra människors äkta förhållande till tingen. Enligt henne var det

⁵Naturvårdsverket. (2019). Information om hållbar konsumtion av textilier. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Regeringsuppdrag/Information-om-hallbar-konsumtion-av-textilier/> (2020-04-07)

⁶Ibid. (2019)

eftersträvansvärt att medvetet handla varor som man behövde, vårdade, använde och fick ett förhållande till. Inte att nöjesshoppa, förbruka och slänga.⁷

Att idag ta tillvara på gamla plagg som inte kommer till användning har snarare blivit en nödvändighet till följd av en moralisk och etisk diskussion om klädindustrins miljöpåverkan. *Recycle* och *upcycle* är två tillvägagångssätt som för klädföretag möjliggör bidrag till en mer hållbar klädindustri. *Recycle* går ut på att bryta ned gammalt textilt material till fibrer för att sedan tillverka nytt material, medan *upcycle* går ut på att ta delar av textilt material och sy ihop dem med delar av ett annat textilt material.

Ämnet hållbar konsumtion är både aktuellt och viktigt att föra en ständig diskussion om, framför allt för att utbilda konsumenter som kan leda till reflektion och förändring i konsumentbeteenden. Enligt FN:s handelsorgan *UNCTAD* släpper klädindustrin ut mer växthusgaser än flyget och sjöfarten tillsammans.⁸ För en mer hållbar framtid är en mer miljövänlig klädindustri något som allt fler bör prioritera istället för att ta kortsiktiga beslut för att stilla ett begär av förnyelse. Att klädindustrin står för en av världens mest miljöförstörande produktionsprocesser har skapat en medvetenhet hos många, både privatpersoner och företag.

Även om klädindustrins miljöpåverkan är global är det viktigt att inte glömma bort konsumentens roll i plaggets miljöpåverkan. I Sverige är majoriteten av kläderna som konsumeras producerade i andra delar av världen och importerats sedan hit.⁹ Därför är det enklare att distansera sig själv från den miljöförstörelse som klädindustrin bidrar till, vi ser det inte med egna ögon och blir inte direkt påverkade av det. Mer direkt påverkade blir vi däremot av det textila avfallet på lokala deponier, även om delar av det textila avfallet skickas till andra delar av världen.¹⁰ Det textila avfallet på deponierna är en bidragande faktor till klädindustrins negativa miljöpåverkan och har gjort att konsumenten fått mer ljus riktat mot sig. I en branschrapport om svensk modeindustri, beskrivs

⁷Gråbacke, C. (2015). *Kläder, shopping och flärd: modebranschen i Stockholm 1945-2010*. Stockholm: Stockholmia. s. 112

⁸SVT Nyheter. (2019) FN: Klädindustrin släpper ut mer växthusgaser än flygen

⁹Naturvårdsverket. (2020). Textilkonsumtion, kilo per person i Sverige. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Textil/?fbclid=IwAR1pvRHZeQo2tDUjixnOEQF8ZjB822Ex-2hwAWd1BUdF0Wj8RCF7EriHhgk> (2020-05-31)

¹⁰Naturvårdsverket. (2020). Fakta om textilavfall. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Mark/Avfall/Textilavfall/> (2020-05-31)

hur blicken riktas allt mer mot återvinning samt hur man håller liv i ett plagg längre.¹¹ Det är inte ovanligt att garderober i Sverige är fulla med kläder som inte används. I samtida debatter om den enskilda konsumentens ansvar har olika alternativ för en mer hållbar konsumtion börjat dyka upp allt mer. Framför allt sådana alternativ som erbjuder möjligheten att förlänga klädernas livslängd.

1.2 Problemformulering

I tidigare forskning om ämnet saknar vi analys och problematisering av det språkliga bruket av *recycle* och *upcycle* då begreppen ofta används men sällan definieras eller tydliggörs. Att företag som Rave Review och Swedish Stockings väljer att arbeta med *recycle* och *upcycle* kan vara fördelaktigt, dels för företagen dels inom diskurserna för respektive tillvägagångssätt. Genom att positionera sig inom kontexten för strävan mot en miljömässigt hållbar industri kopplas verksamheten till moraliska och etiska frågor om konsumtion. Den typ av positionering verkar tillföra färre kritiska röster och inte ställa lika höga krav på företagen.

I april 2020 använde Sverige upp sin andel av jordens resurser för året eftersom befolkningen lever som att det fanns 4,2 planeter.¹² Att fortsätta förbruka jordens resurser som vi gör nu är inte hållbart och det krävs förändring och individuella omprioriteringar. Att producera färre kläder är en utmaning då det fortfarande efterfrågas möjligheten att konsumera i hög omfattning. Däremot kan förutsättningarna för avfallshanteringen för redan producerade kläder förbättras, exempelvis genom att förlänga livslängden hos redan producerade textilier. Vi tycker att det är viktigt att belysa och problematisera båda tillvägagångssätten. De är viktigt för utvecklingen mot en mer hållbar industri men behöver också belysas i en mer kritisk diskussion. Med hjälp av uppsatsens material kan vi analysera hur företagen väljer att positionera sig och konstruera en representation av sig själva inom narrativet på ett fördelaktigt sätt, och ifrågasätta det.

¹¹NaviPro. (2019). *Svensk modeindustri 2019*. NaviPro. s. 4 Hämtad från https://www.navipro.se/wp-content/uploads/2019/03/Branschrappport_digital_version-NaviPro.pdf (2020-04-07)

¹²Naturskyddsföreningen. (2019). Hållbar konsumtion. *Naturskyddsföreningen*. Hämtad från <https://www.naturskyddsforeningen.se/hallbar-konsumtion> (2020-03-16)

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att analysera hur diskussionen ser ut för *recycle* och *upcycle* som två tillvägagångssätt att tolka hållbarhet inom klädindustrin i en svensk samtida kontext. För att exemplifiera använder vi företagen Rave Review och Swedish Stockings. Med företagen som utgångspunkt kommer vi analysera hur det kan vara värdeskapande att välja att arbeta med *recycle* respektive *upcycle*. Frågeställningarna som uppsatsen syftar att besvara lyder,

- *På vilket sätt bidrar Rave Review och Swedish Stockings till det allmänna samtalet om recycle och upcycle?*
- *Hur kan Rave Review och Swedish Stockings arbete med recycle och upcycle vara värdeskapande?*

För att besvara ovanstående frågor kommer vi ta hjälp av nedanstående teorier med fokus på narrativ, värde och kritisk diskursanalys.

1.4 Teoretiskt ramverk

Det teoretiska ramverket för uppsatsen grundas i narrativ teori utformad av David Herman, professor i engelska. Herman beskriver narrativet som en grundläggande mänsklig strategi för att förstå tid, processer och förändring.¹³ Narrativet är en viktig del av diskussionen om en hållbar klädindustri eftersom vi försöker skapa oss en förståelse för den förändring, eller transformation, som industrin befinner sig i. De nackdelar som finns med klädindustrins strukturella utformning ställs i relation till tillvägagångssätten för problemlösning. Vi väljer att angripa materialet med hjälp av narrativet för att förstå drivkrafterna bakom produktionen av materialet, samt på vilket sätt hållbara alternativ för en miljöförstörande klädindustri representerar förändring. Alla parter måste aktivt möjliggöra produktionen av narrativet genom beteendemönster, dels genom att förlita sig på en berättare av narrativet, dels genom att ingripa för att bidra till narrativet.¹⁴ Rave Review

¹³Herman, D. (2009). *Basic elements of narrative*. Chichester, U.K.: Wiley-Blackwell. s. 48

¹⁴Ibid. (2009) s. 48

och Swedish Stockings kommer betraktas som delaktiga i kreerandet av narrativet om en svensk hållbar klädindustri.

Historieberättandet är beroende av både de som tolkar och de som producerar inom diskursen.¹⁵ Den generella idén av diskurs är att språket är strukturerat efter olika mönster som ett sätt att prata om och förstå världen, diskursanalys är analysen av dessa mönster.¹⁶ I uppsatsen tillämpas kritisk diskursanalys för att jämföra utsagor med varandra och sätta dem i sammanhang baserat på kodord som kopplar utsagorna till varandra.

Vi vill undersöka maktrelationer i samhället som formulerar normativa perspektiv, på så vis blir avsändarna av materialet viktiga eftersom de är delaktiga i formuleringen.¹⁷ Språket formar diskurserna *upcycle* och *recycle*, samtidigt som det tillskriver tillvägagångssätten särskilda värden i en samtida svensk klädindustri. Diskurser är, likt samhället, i ständig förändring och kan därför betyda många olika saker beroende på vilken kontext diskursen figurerar i.¹⁸

Det valda materialet är publicerat mellan 2017 och 2020 för att ge en representativ bild av samtiden. Samhälleliga praktiker har vanligtvis influenser av semiotik och därför kommer vi studera ordvalen i materialet som formar diskursen och är centrala delar i de yttrande som görs. Således är de väsentliga beståndsdelar i en kritisk diskursanalys.¹⁹ Inom diskurserna för *upcycle* och *recycle* kan vi bland annat finna ord som hållbart mode, hållbar konsumtion, medveten konsument och cirkulärt mode. Finner vi regelbundenhet eller mönster i användandet kan vi dra slutsatser i hur representationen ser ut för *upcycle* och *recycle* i det valda materialet.

För att undersöka de värden som tillskrivs diskurserna för *upcycle* och *recycle* använder vi oss av sociologen Pierre Bourdieus och hans teori om värde och kultur. Hur värde tillskrivs något beror

¹⁵Ibid. (2009) s. 2

¹⁶Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage. s. 1

¹⁷Ibid. (2002) s. 2

¹⁸Boréus, K & Seiler Brylla, C. (2018). Kritisk diskursanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (4:e utg.) (ss. 305-351) Lund: Studentlitteratur. s. 310

¹⁹Spitzmüller, J. & Warnke, I.H. (2011). "Discourse as a 'linguistic object': Methodical and methodological delimitations". *Critical Discourse Studies*, vol. 8, nr. 2, ss. 75-94. s. 83, refererad i Boréus, K & Seiler Brylla, C. (2018). Kritisk diskursanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (4:e utg.) (ss. 305-351) Lund: Studentlitteratur. s. 320

inte enbart på den som skapat det, utan handlar också om hur fältet i sin helhet talar om det. I uppsatsen kommer fältet bestå av det utvalda materialet, vars diskussion och språkbruk analyseras. Bourdieu beskriver skaparens förmåga att mobilisera den symboliska energin som produceras av alla de aktörer som är engagerade i fältets funktioner och kan tillföra makt och värde. Alla aktörer inom fältet bidrar till skapandet av symboliskt kapital.²⁰ Enligt Bourdieu handlar modebranschen i symboliska tillgångar och skapar produkter som erhåller värde i sammanhanget som de producerats i. Även avsändare, som återförsäljare eller media, kan tillskriva symboliska tillgångar och värde, något som Bourdieu kallar *påförandet av värde*.²¹ Som komplettering kommer vi applicera sociologen Yuniya Kawamuras utveckling av teorin om värde som introduceras av Bourdieu. Kawamura utvecklar teorin om flera aktörer som är delaktiga i modesystemet och tillsammans kreerar legitimitet.²²

1.5 Metod

Vi har genomfört en kvalitativ insamling av redan existerande dokument som sedan studeras i en humanistisk studie, det möjliggör att vi kan fånga skillnader, värderingar och normer i ett sammanhang som annars kan vara svåra att notera.²³ Riskerna med denna typ av kvalitativ metod är att vi blir passiva mottagare av redan befintlig information, de val vi gör och riktningar vi väljer kommer påverka uppsatsens resultat.²⁴ Det är en följd av utmaningen med att förhålla sig objektiv till sin undersökning.²⁵ I val av material för uppsatsen har internet fungerat som uteslutande informationskälla. Inom den netnografiska forskningsprocessen finns särskilda svårigheter eftersom internet tillhandahåller enorma mängder information och material.²⁶ Istället för att studera hemsidornas visuella utformning kommer materialet som de producerat att studeras som integrerat i andra sociala kontexter.²⁷ Centralt är hur uttryck och fraseringar ser ut istället för hur avsändarna väljer att lansera det visuella.

²⁰Bourdieu, P. (1993). *Kultursociologiska texter* (4:e utg.) Stockholm: B. Östlings bokförlag Symposion. s. 124

²¹Ibid. (1993) s. 118

²²Kawamura, Y. (2011). *Modeologi: introduktion till modevetenskap*. (2:a utg.) Stockholm: Norstedt. s. 119

²³Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*. (2:a utg.) Stockholm: Liber. s. 12

²⁴Berg, M. (2015). *Netnografi: att forska om och med internet*. Lund: Studentlitteratur. s. 71

²⁵Ahrne, G. & Svensson, P. (2015) s.19

²⁶Berg, M. (2015) s. 71

²⁷Berg, M. (2015) s. 23

Vi är medvetna om att informationskanalerna som producerat materialet kan välja att förmedla en förskönande bild, vilket gör att det blir svårt för oss att finna en fullständig objektiv syn på de valda tillvägagångssätten. Trots det anses materialet vara representativt för hur diskussionen ser ut i olika typer av informationskanaler. Vi har i åtanke att vi påverkat materialet i urvalsprocessen genom att teoretisera våra egna reflektioner, vilket gör att analysens resultat inte kommer ge oss fullständiga sanningar. Analysen kan däremot ge oss indikationer på hur diskussionen ser ut i ett större sammanhang.

I analysen av värde som tillskrivs diskurserna för tillvägagångssätten är det av vikt att observera fältet i sin helhet eftersom alla aktörer inom fältet bidrar till skapandet av symboliskt kapital.²⁸ I analysen av materialet applicerar vi Seymour Chatmans metod för narrativ analys som beskrivs av Alexa Robertson, professor i media och kommunikation. Chatman, och många andra narratologer, poängterar att *hur* man säger något är lika viktigt som *vad* man säger. Narrativ kan beskrivas som en sammankoppling av historia och diskurs, där historia utgår från *vad* som sägs inom narrativet, innehållet, medan diskurs utgår från *hur* innehållet kommuniceras.²⁹ Likt Chatman, fördjupar vi analysen för *hur* den hållbara klädindustrin diskuteras baserat på hur den framställs i materialet, istället för att bara analysera *vad* som sägs. Beroende på *hur* den hållbara klädindustrin framställs i materialet tillskrivs innehållet ett visst värde.

Materialet kommer kodifieras genom att utläsa särskilda teman för att besvara hur diskussionen om en hållbar klädindustri ser ut.³⁰ Funktionen är att behandla hur vi blir introducerade till ämnet för att sedan orientera oss i materialet och få mer information kring tid, plats, deltagare och situation.³¹ Vi valde att koda materialet positivt utan tolkning genom en objektiv närläsning av utsagorna där kodord identifierades och sammanställdes. Vi ser materialet som representant för diskurserna *upcycle* och *recycle*. Med hjälp av kodifieringen som utläsningsprocess kan vi

²⁸Bourdieu, P. (1993) s. 124

²⁹Robertson, A. (2018). Narrativanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (4:e utg.) (ss. 219-249) Lund: Studentlitteratur. s. 224

³⁰Chatman, S.B. (1978). *Story and discourse: narrative structure in fiction and film*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press. s. 41f, refererad i Robertson, A. (2018). Narrativanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (4:e utg.) (ss. 219-249) Lund: Studentlitteratur. s. 236.

³¹Robertson, A. (2018) s. 237

synliggöra annars osynliga ting i det empiriska materialet.³² De teman som vi hittade med hjälp av kodifieringen var hållbart mode, legitimering, deponi, värde, produktion, miljöbov, *upcycle*, *recycle*, avfall, utveckling, medvetenhet, nyskapande, trovärdighet, kvalitet, konsumtion, återvinning, förändring, livslängd och framtid. Baserat på de teman som kodifieringen resulterade i har vi valt ut sju huvudteman som behandlas i analysen. De huvudteman som vi valt är återbruk, *upcycle*, avfall, *recycle*, värde, hållbarhet och legitimitet, de utgör strukturen för analysen och behandlas i varsin del.

1.6 Material och avgränsningar

I följande avsnitt redogör vi för de artiklar och hemsidor som utgör uppsatsens material. Vi presenterar kort innehåll och avsändare. Avgränsning har gjorts genom att enbart använda samtida källor daterade från 2017 till 2020 för att vara aktuella i analysen av en nutida svensk modeindustri. Uppsatsen avgränsas till två svenska företag som arbetar med avfallshantering samt förlängning av textiliernas livslängd. Med hjälp av materialet belyser vi hur Rave Review och Swedish Stockings arbete diskuteras utifrån utomstående aktörer samt hur de själva diskuterar sitt arbete med *recycle* och *upcycle*,

- År 2017 skriver Emily Farra för *Vogue* om det första företaget som tillverkar hållbara strumpor och strumpbyxor, Swedish Stockings. Farra beskriver en ökad närvaro av hållbara alternativ i modeindustrin och reflekterar över hennes eget bidrag till miljöföroringar med alla de strumpbyxor hon köper varje år som slutligen landar i soporna och vidare till deponier.³³ *Vogue* är världens äldsta idag publicerade modemagasin som grundades i USA 1892 och har sedan dess varit en av de mest inflytelserika aktörerna i branschen.³⁴
- Nästa artikel, publicerad 2019 av *Veckans Affärer* och skriven av Gita Nair, fokuserar på den miljöpåverkan som produktionen av strumpbyxor står för. Artikeln innehåller en intervju med Linn Frisinger, ena grundaren av Swedish Stockings, om företagets

³²Robertson, A. (2018) s. 238

³³Farra, E. (2017). Meet the Women Behind Swedish Stockings, the First-Ever Sustainable Hosiery.

³⁴Borrelli-Persson, L. (2017) Vogue Fun Facts by the Numbers *Vogue*. Hämtad från <https://www.vogue.com/article/vogue-covers-models-facts-history> (2020-06-10)

positionering på marknaden. Frisinger förklarar bland annat varför strumpbyxorna tillhör ett annat prissegment än de man kan köpa på lågpriskedjor som H&M.³⁵ *Veckans Affärer* är en ekonomitidskrift om näringslivet som bland annat berör hållbara affärer.³⁶

- År 2020 publicerar *Breakit* en artikel skriven av Towe Boström innehållande en intervju med Linn Frisinger.³⁷ Frisinger beskriver idén till företaget samt hur omsättningen dubblerades 2019. Intervjun innehåller en mer detaljerad beskrivning av företagets arbete med *recycling* av gamla strumpbyxor. Boström beskriver framgångssagan Swedish Stockings och hur de med nya delägare kunnat genomföra en internationell expansion samt nya initiativ för att tillverka strumpbyxor av exempelvis kaffesump.³⁸ *Breakit* är en nyhetskanal med fokus på näringsliv, innovation och nytänkande.³⁹
- *Swedish Stockings* hemsida presenteras som transparent kring tillverkningsprocessen av strumpbyxorna samt de material som används.⁴⁰ Under fliken *Recycling Club* finns information om hur man kan bli deltagare i deras hållbarhetsarbete genom att lämna in gamla strumpor och strumpbyxor för återvinning och då erhålla 10 procent rabatt på nästa köp.⁴¹
- År 2018 skriver Nino Gabisonia en artikel publicerad i *Metal Magazine* där idén bakom Rave Review beskrivs med ett intresse för hållbart mode, framför allt produktion av mode utan bekostnad på miljön.⁴² Grundarna Josephine Bergqvist och Livia Schück, intervjuas om ambitionen att fungera som en ögonöppnare för hållbart mode samt bli det första high-

³⁵Nair, G. (2019). Supertalangens bolag ska göra strumpbyxor - av kaffesump. *Veckans Affärer*. Hämtad från <https://www.va.se/nyheter/2019/01/10/hennes-bolag-ska-gora-strumbyxor-av-kaffesump--backas-av-hm-veteran/> (2020-03-10)

³⁶Veckans Affärer. (u.å.). Om VA. *Veckans Affärer*. Hämtad från https://www.va.se/Mer_VA/om-va/ (2020-05-31)

³⁷Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen. *Breakit*. Hämtad från <https://www.breakit.se/artikel/23301/linn-frisinger-tillverkar-strumpbyxor-av-gamla-fisknat-dubblar-omsattningen> (2020-03-10)

³⁸Ibid. (2020)

³⁹Breakit. (u.å.). Om oss. *Breakit*. Hämtad från <https://www.breakit.se/om-oss> (2020-05-31)

⁴⁰Swedish Stockings. (u.å.). Production & Material. Hämtad från <https://swedishstockings.com/pages/production-material> (2020-03-10)

⁴¹Swedish Stockings. (u.å.). Recycling Club. Hämtad från <https://swedishstockings.com/pages/recycling-club> (2020-03-10)

⁴²Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now.

end märket med en cirkulär affärsmodell. *Metal Magazine* är en internationell tidning som blandar mode, fotografi och konst.⁴³

- År 2018 intervjuar Johanna Andersson Rave Reviews grundare för *Make it last*. Där berättar duon att de såg ett glapp på marknaden mellan high-end mode och *remake*. Idén att använda redan existerande material utgör företagets koncept och strategi. De poängterar däremot att *remake* inte ska vara det första man tänker på när man ser deras plagg, utan snarare en bakgrund till deras estetiska uttryck. I intervjun betraktas *remake* och *recycle* som framtiden för klädindustrin och grundarna hoppas att Rave Review är en del av klädindustrins förändring.⁴⁴ *Make it last* producerar digitalt medieinnehåll som specialiserar sig på stil och hållbarhet.⁴⁵
- År 2020 intervjuas grundarna av Elina Grothên i *Elle* efter att ha vunnit H&M och *Elles* nykomlingsstipendium 2019. Grundarna berättar då om de utmaningar de stött på i arbetet med *remake* och *upcycle* som både tids- och resurskrävande. För att få hjälp med insamling av material samarbetar de med Björkåfrihet, Myrorna och Textilreturen.⁴⁶ *Elle* är en internationell tidskrift och modemagasin som grundades i Frankrike 1945 och har sedan dess varit en inflytelserik aktör i modebranschen.⁴⁷
- År 2020 publicerar *Science Park Borås* en artikel om Rave Reviews två andra samarbetspartners, re:textile och XV Productions.⁴⁸ Båda företagen arbetar för innovativt och cirkulärt mode som en hjälp att etablera *remake* i modets finrum. Re:textile hjälper till med att utveckla nya metoder för att göra företaget mer ekonomiskt hållbart. Medan *Science Park Borås* möjliggör innovation i Boråsregionen med resurser från forskning och

⁴³Metal Magazine. (u.å.). About. *Metal Magazine*. Hämtad från <https://metalmagazine.eu/en/about> (2020-04-28)

⁴⁴Andersson, J. (2018). Rave Review on their aim to place remake in a high fashion context. *Make it last*. Hämtad från <http://makeitlast.se/2018/05/02/rave-review-on-their-aim-to-place-remake-in-a-high-fashion-context/> (2020-03-10)

⁴⁵Make it last. (u.å.). About Make it last. *Make it last*. Hämtad från <http://makeitlast.se/about/> (2020-04-28)

⁴⁶Grothên, E. (2020). Hållbara modemärket Rave Review i intervju i *Elle*.

⁴⁷Elle-redaktionen. (2009). Elles historia - så började det och så många länder finns vi i. *Elle*. Hämtad från <https://www.elle.se/lifestyle/elles-historia/> (2020-06-10)

⁴⁸Science Park Borås. (2020). Rave Reviews mode och affärsidé redo för nästa nivå. *Science Park Borås*. Hämtad från <https://www.scienceparkboras.se/2020/01/rave-reviews-mode-och-affarside-redo-for-nasta-niva/> (2020-03-10)

prototypframtagning och skapar på så vis möjligheter för kommersialisering av produktion och tjänster.⁴⁹

- På *Rave Reviews* hemsida beskrivs de som producenter av *upcyclade* kläder för att visa en kombination av *remake* och high-end mode på ett progressivt sätt. Deras kollektioner är designade och producerade i Sverige och eftersom kläderna tillverkas av textilt avfall blir varje plagg unikt.⁵⁰

Avsändarna för uppsatsen material är av olika karaktär, allt från väletablerade modemagasin som *Vogue* och *Elle* till nyhetssajter och ekonomitidskrifter som *Breakit* och *Veckans Affärer*. Att arbeta med ett bredare urval av genrer inom media bidrar med ett bredare perspektiv, något som gör att man kan uttala sig mer brett om innehållet i artiklarna.⁵¹ Eftersom vi söker efter mönster och regelbundenhet i diskussionen om *recycle* och *upcycle* bidrar urvalet till en mer överensstämmande bild av hur den allmängiltiga betydelsen ser ut i en samtida svensk kontext.

1.7 Forskningsöversikt

Att motverka miljöförstörelsen är idag en global angelägenhet, med FN:s sjutton globala mål för hållbar utveckling har ett flertal initiativ startats under senare år. Tre av målen påverkar direkt klädindustrin, mål nio; hållbar industri, innovationer och infrastruktur, mål tolv; hållbar konsumtion och produktion, mål tretton; bekämpa klimatförändringarna.⁵² I Sverige finns olika tolkningar av målen. Ett initiativ finansierat av svenska staten är Research Institutes of Sweden (RISE) som arbetar med hållbar tillväxt genom förnyelse samt att stärka näringslivets konkurrenskraft.⁵³ *RISE* bedriver forskning med fokus på nya återvinningsprocesser för textilier och utveckling av nya fibrer. De koordinerade bland annat ett forskningsprogram vid namn *Mistra*

⁴⁹Science Park Borås. (u.å.). Science Park Borås. *Science Park Borås*. Hämtad från <https://www.scienceparkboras.se/science-park-boras/> (2020-04-28)

⁵⁰Rave Review. (u.å.). About. Hämtad från <https://www.rave-review.com/about/> (2020-03-10)

⁵¹Ahrne, G. & Svensson, P. (2015) s. 171

⁵²Regeringskansliet. (u.å.). 17 globala mål för hållbar utveckling. *Regeringskansliet*. Hämtad från <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/17-globala-mal-for-hallbar-utveckling/> (2020-04-21)

⁵³RISE, Research Institutes of Sweden. (u.å.). Bolagsstyrning. *RISE*. Hämtad från <https://www.ri.se/sv/om-rise/bolagsstyrning> (2020-04-21)

Future Fashion som pågick mellan 2011 och 2019. Syftet med forskningsprogrammet var att genom tvärvetenskaplig forskning inom klädindustrin möjliggöra en systematisk förändring för en mer hållbar modebransch och hållbart samhälle.⁵⁴

Forskningsprogrammet *Mistra Future Fashion* täckte många väsentliga områden: hållbart mode med fokus på cirkulär ekonomi, en mer cirkulär leverantörskedja, användarens roll för mer hållbart mode samt utveckling av textil återvinning.⁵⁵ Vi ser forskningsprojektet som ett tvärsnitt av samtida svensk miljöforskning inom modebranschen. *Mistra Future Fashion* förmedlar en tydlig, oberoende presentation av arbetet för en hållbar svensk modeindustri. I deras rapport, *The Outlook Report 2011–2019*, finns en sammanfattning av all forskning från forskningsprojektet. Rapporten behandlar hållbart mode, produktionens miljöpåverkan, alternativa affärsmodeller, märkningskrav, behovet av samarbete inom industrin, konsumentens påverkan, återanvändning och återvinning.⁵⁶

Mistra Future Fashions forskning har bland annat bidragit till insikter kring användandet av ett plagg. Använder man ett plagg tre gånger så länge som genomsnittet kan man minska koldioxidavtrycket med 65 procent och vattenförbrukningen med 66 procent.⁵⁷ Deras forskning beskriver att de val som en designer gör har stor inverkan och kan på enkla sätt bidra till förändring. Val som görs i designprocessen kan påverka kläders miljöpåverkan med upp till 90 procent genom att använda LCA-metoder, livscykelanalys för klädesplagg. LCA visar att den största miljöpåverkan sker i produktionsstadiet, genom att förbättra varaktigheten så att plaggen håller längre kan miljöpåverkan under produktionsfasen minskas.⁵⁸ Initiativen påvisar ambitioner och drivkrafter som kan leda till att Sverige utvecklar en mer miljömässigt hållbar industri. En avsaknad finns däremot av de immateriella värden som spelar roll i en diskussion om hållbara

⁵⁴RISE, Research Institutes of Sweden. (u.å.). "De mest hållbara plaggen finns redan i våra garderober". *RISE*. Hämtad från <https://www.ri.se/sv/berattelser/de-mest-hallbara-plaggen-finns-redan-i-vara-garderober> (2020-04-21)

⁵⁵Mistra Future Fashion. (2019). Det är dags för en förändring. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/sv/vad-vi-gor/> (2020-04-28)

⁵⁶Mistra Future Fashion. (2019). *The Outlook Report 2011-2019*. Stockholm: RISE, Research Institutes of Sweden AB

⁵⁷Mistra Future Fashion. (2015). *Future Fashion Manifesto*. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2016/10/Future-Fashion-Manifesto.pdf> (2020-04-08) s. 7

⁵⁸Ibid. (2015) s. 16

metoder och marknadsföringsmodeller. Vårt bidrag till forskningen kommer beröra de symboliska värden som tillskrivs kläder som genomgått en hållbar process.

Tidigare forskning genomförd av *World Wild Fund for Nature*, WWF, berör koldioxidutsläppen som den största boven för ökade halter av växthusgaser i världen. De beskriver människans påverkan på klimatet samt nackdelarna med vissa energikällor och poängterar att det krävs förändring inom produktionen då den sammanlagt står för en tredjedel av växthusgasutsläppen globalt.⁵⁹ Forskningen fastställer vikten av att minimera koldioxidutsläppen som klädproduktion är en del utav.

I tidskriften *Resources, Conversation and Recycling* skriver Geetha Dissanayake och Pammi Sinha en artikel om lösningar på det textila avfallet som ökat i takt med slit- och slängsamhället. De identifierar hållbara alternativ och nya affärsmodeller för att minska textilt avfall och föreslår återbruk som en lösning för att tillvarata befintliga textilier och samtidigt minska klädindustrins avfall. Artikeln undersöker hur konceptet återtillverkning och nya affärsmodeller kan skapa tillväxt och även bli ekonomiskt hållbart. De nämner återanvända, reparera, göra om, göra om det förstörda samt återvinning som fem sätt att återfå värdet på ett använt plagg/produkt.⁶⁰

I kandidatuppsatsen *Den gröna jakten: en studie av en målgruppens relation till ett varumärke utifrån kommunikationen av CSR* undersöker Sanna Pettersson hur kommunikationen av CSR kan vara värdeskapande för företag. I uppsatsen studeras hur relationen till ett företag kan påverkas av kommunikation gällande CSR-arbetet samt om man kan tala om värdeskapande CSR.⁶¹

Forskningsöversikten som vi kartlagt presenterar studier inom framförallt hållbart mode för att ge en insikt om vilka områden inom ämnet som tidigare berörts inom en svensk kontext. Klädindustrins miljömässiga kris gör att studierna ofta behandlar tekniska brister. Forskningen har

⁵⁹WWF. (u.å.). Människans påverkan på klimatet. WWF. Hämtad från <https://www.wwf.se/klimat/mansklig-paverkan/> (2020-04-28)

⁶⁰Dissanayake, G. & Sinha, P. (2015) "An examination of the product development process of fashion remanufacturing" i *Resources, Conversation and Recycling*, vol. 104, del A, ss. 94-102.

⁶¹Pettersson, S. (2009). *Den gröna jakten: en studie av en målgruppens relation till ett varumärke utifrån kommunikationen av CSR*. (Kandidatuppsats, Karlstads Universitet, Karlstad) Hämtad från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:226546/FULLTEXT01.pdf>

främst berört produktions- och designprocessen och utelämnat problematisering av företag som använder *upcycle* och *recycle* i sin kommunikation. Det finns däremot forskning som berört värdeskapande kommunikation inom CSR-frågor som liknar området vår uppsats avser att undersöka. Vi kommer bidra till den tidigare forskningen genom att problematisera det okritiska förhållningssätt som ofta är närvarande i diskussioner om *recycle* och *upcycle*, men också genom att analysera hur teman och språkbruket i materialet kan tillskriva värde.

1.8 Disposition

Efter kodifieringen av återkommande teman i materialet valdes sju huvudteman ut för analysen: återbruk, *upcycle*, avfall, *recycle*, värde, hållbarhet och legitimitet. Varje avsnitt behandlar respektive tema som alla är viktiga i hur Rave Review och Swedish Stockings arbete kan tolkas inom diskurserna för *upcycle* och *recycle*. En återkommande diskussion kring hur värde skapas i de hållbara diskurserna förs inom varje avsnitt i analysen. Diskurserna tolkas mot en bakgrund av hur narrativet för en hållbar svensk klädindustri ser ut. För att tydliggöra hur diskurserna formas i modepress och nyhetsmedia analyseras ett urval av citat med fokus på särskilda ordval och formuleringar. Efter analysen följer en sammanfattande konklusion, resultat samt förslag på vidare forskning.

2. Analys

2.1 Återbruk

Att återbruka genom att återanvända, reparera och sy om textilier och kläder är något människan gjort i hundratals år.⁶² Så sent som under andra hälften av 1900-talet både lagade och vårdade man sina plagg på ett annat sätt än idag. De var dyra att köpa och många hade inte hade samma ekonomiska förutsättningar som idag. Rave Review samlar in gamla textilier via samarbetspartners som Björkåfrihet, Myrorna och Textilreturen för att sy om till kläder som de sedan säljer.⁶³ Kollektionerna designas och produceras i Sverige av både gamla hemtextilier och kläder och varje plagg blir unikt.⁶⁴ De beskriver arbetsmetoden med begreppen *upcycle* eller *remake*, med en vision om att bli det första high-end märket med en cirkulär affärsmodell.⁶⁵ I *Metal Magazine* skriver Nino Gabisonia,

With a mindset to contribute to a better way of consuming fashion, the duo came up with a perfect solution to the existing problem in the industry: they established a brand whose clothing is solely made from upcycled garments and pre-existing materials. The commonly shared view that sustainable can't be fashionable was sabotaged the moment the Scandinavian duo started to create attire entirely remade from second-hand clothes and textiles.⁶⁶

I citatet beskrivs tillvägagångssättet *upcycle* som en lösning för de problem som finns med en icke hållbar kläindustri. När skribenten inleder med att beskriva problem i industrin för att sedan presentera en lösning för en mer hållbar konsumtion placeras *upcycle* i en positiv kontext, fördelaktigt för både företaget som arbetar med *upcycle* och tillvägagångssättet i sig. Narrativet fastställer en negativ representation av produktionen av kläder. Alla parter som är delaktiga i produktionen av narrativet måste aktivt möjliggöra framställning av berättelsen genom samordnade beteenden. De som tolkar narrativet gör berättelsen sanningsenlig genom att inte avvisa det som förmedlas och samarbetar på så vis i berättelseprocessen.⁶⁷ Det negativa med

⁶²Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles: design journeys*. (2: a utg.) Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge. s. 116

⁶³Grothén, E. (2020). Hållbara modemärket Rave Review i intervju i Elle.

⁶⁴Rave Review. (u.å.). About.

⁶⁵Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now. *Metal Magazine*.

⁶⁶Ibid. (2018)

⁶⁷Herman, D. (2009) 48

klädproduktion idag är accepterad som del av en modern klädindustri, även om många har kännedom om de negativa aspekterna fortsätter de att konsumera.

Nino Gabisonia fastställer Rave Review som ett företag som gör second-hand och återbruk moderiktigt och aktuellt i en samtid som i stor utsträckning drivs av en ständig konsumtion av nyproducerat. För bara några år sedan hade det inte varit möjligt att placera moderiktiga kläder och återbruk i samma kontext eftersom det utmanar den etablerade bilden av klädindustrin som driven av förnyelse och nytt. I citatet nämns en gemensam syn på hållbarhet som synonymt med icke moderiktigt. Synen på second-hand är något som har förändrat drastiskt de senaste åren.⁶⁸ Från att ha varit något som representerade klasskillnader, var associerat med skam och utanförskap av att inte ha de ekonomiska förutsättningarna att köpa nyproduktion. Till att idag vara något eftersträvansvärt med positiva konnotationer, medan masskonsumtion av nyproduktion skambeläggs allt oftare. Att marknaden och konsumentbeteenden ser annorlunda ut erbjuder helt andra förutsättningar för företag som Rave Review som nu kan tillgodose en efterfrågan som inte funnits tidigare.

Metal Magazine är en internationell tidning som blandar sitt innehåll av mode, fotografi och konst.⁶⁹ Att dem väljer att skriva en artikel som belyser Rave Reviews arbete gör dem delaktiga i påförandet av värde som berättigar företagets närvaro i en kontext med kulturellt innehåll.⁷⁰ De symboliska tillgångar som går att finna hos *Metal Magazine* är bland annat deras innehåll som berör kultur i relation till mode, som historiskt sett varit nära associerat med elitism där tydliga distinktioner gjordes mellan hög- och lågkultur. Det som legitimerar kulturer är distinktionerna mellan dem.⁷¹ Att befinna sig i sammanhang med denna typ av symboliska kopplingar förmedlar att Rave Review hör hemma i en sådan kontext, något som bidrar med förtroende.

⁶⁸Enligt en sammanräkning av Ekot har de fem största aktörerna inom second-hand handeln i Sverige ökat sin försäljning med cirka 15 procent 2019.

Åström, K. (2019). Second hand fortsätter att växa. *Sveriges Radio*. Hämtad från <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7373979> (2020-05-25)

⁶⁹Metal Magazine. (u.å.). About.

⁷⁰Bourdieu, P. (1993) s. 118

⁷¹Ibid. (1993) s. 147

I citatet från *Metal Magazine* lyfter skribenten att företaget startades av en skandinavisk duo, något som är talande för den allmängiltiga bild som finns av skandinaviska företag och, kanske framför allt, skandinavisk stil. I det välkända amerikanska modemagasinet *Harper's Bazaar* kan vi läsa om den skandinaviska kvinnan som välkänd för en elegant garderob som kvinnor världen över försöker efterlikna.⁷² Därför kan det antas att Skandinavien är laddat med särskilda konnotationer i en internationell kontext, förmodligen av en positiv karaktär då länderna ses som välfärdsländer drivna av teknisk utveckling. Den allmängiltiga uppfattningen kan på så vis tillskriva Rave Review visst förtroende och legitimitet som en del av den skandinaviska kontexten. Värde behöver dessutom upprätthållas av aktörer i branschen för att bibehålla legitimitet, förtroende och symboliska tillgångar.⁷³ Det görs bland annat genom att det skrivs om producenter av svenskt mode och kläder i modemedier som *Harper's Bazaar* samt i samband med den svenska modeveckan när aktörer från hela världen samlas i Stockholm för att ta del av vad olika representanter för svensk modeindustri gör och står för. Att arbetet med hållbart mode uppmärksammas bidrar därför till en större uppmärksamhet och medvetenhet kring hållbara alternativ på en internationell marknad. Det kan i sin tur leda till att den skandinaviska klädindustrin agerar som eftersträvnsvärt exempel och vägleder internationella aktörer mot en utveckling av hållbara tillvägagångssätt.

I materialet identifierar vi en frekvent benämning av high-end när Rave Review beskrivs. Att de placeras inom segmentet för high-end tyder på att det är en aktör med inflytande i industrin. Deras inflytande kan beskrivas med hjälp av Kawamuras förklaring av produktionen av kläder som omvandlas till lyxartiklar,

Modeorganisationernas hierarkiska struktur, som producerar en designers auktoritet och status, kan tyckas oflexibel, men är i själva verket demokratisk och flytande. Mode som institution producerar hierarki bland klädskapare genom att tillföra kläder socialt, ekonomiskt, kulturellt och symboliskt kapital så att de omvandlas till lyxartiklar, kläder för en social elit.⁷⁴

⁷²Davis, J. (2020). The Scandinavian fashion brands to have on your radar. *Harper's Bazaar*. Hämtad från <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/what-to-wear/news/g33319/the-scandinavian-brands-to-know/> (2020-06-07)

⁷³Bourdieu, P. (1993) s. 130

⁷⁴Kawamura, Y. (2011) s. 91

Historiskt sett har mode varit associerat med elit, klass och distinktionen mellan hög- och lågkultur. Enligt Bourdieu är det distinktionerna mellan kulturer som legitimerar dem.⁷⁵ Företag som Rave Review producerar kulturella tillgångar och bedömer sig själva eftersom de kommersialiserar på tillvägagångssätt som historiskt sett är bundna till kultur och arv.⁷⁶ I materialet görs en distinktion genom att benämna företaget som high-end, något som bidrar till ett påförande av värde då Rave Review definieras som klädtillverkare av en hög modegrad. Kläderna som Rave Review tillverkar tillhör ett högre prissegment, något som i sin tur bidrar till beskrivningen av företaget som high-end blir mer begriplig.⁷⁷ Prissättningen av kläderna blir en del av positioneringen inom segmentet high-end, men är också beroende av produktionskostnader. Att endast producera kläder av gamla textilier och plagg är en resurskrävande process som tar tid.⁷⁸ Insamlingen av materialet är dyrare än om materialet hade införskaffats utomlands. Dessutom sker produktionen i Sverige, vilket bidrar till högre produktionskostnader som påverkar prissättningen på slutprodukten. Rave Review har kontroll och insyn i hela produktionsprocessen eftersom produktionen sker i Sverige, något som hade varit svårare om den skett utanför Sveriges gränser. Arbetsförhållanden är också mer reglerade och kontrollerade när produktionen sker i Sverige. Det förmedlar en bild av ett ansvarstagande företag som är tillförlitliga och tar hand om sina anställda, faktorer som många svenska konsumenter värderar högt idag. Återbruk i ny tappning verkar kräva en hög prissättning för att accepteras som moderiktigt.

I materialet från *Science Park Borås* beskrivs Rave Reviews samarbete med bland annat re:textile som förser dem med labbmiljöer som kan utveckla designprocessen.⁷⁹ Nedan berättar Adrian Zethraeus, projektledare för re:textile, om möjligheterna och förhoppningarna med samarbetet,

Mina förhoppningar för framtiden handlar om att bygga en långsiktigt hållbar affärsmodell och skapa stöttande infrastruktur för Rave Reviews affärsidé. Lyckas vi med det kan vi bereda väg för fler företag i olika nischer att arbeta på liknande sätt och göra återanvändning till något självklart!⁸⁰

⁷⁵Bourdieu, P. (1993) s. 147

⁷⁶Ibid. (1993) s. 156

⁷⁷Rave Review. (u.å.). Shop. Hämtad från <https://www.rave-review.com/shop/> (2020-05-14)

⁷⁸Fletcher, K. & Grose, L. (2012). *Fashion & sustainability: design for change*. London: Laurence King. s. 69

⁷⁹Science Park Borås. (2020). Rave Reviews mode och affärsidé redo för nästa nivå.

⁸⁰Ibid. (2020)

Det är tydligt att ambitionerna för framtiden är höga, verksamheter som re:textile och Rave Review är med och konstruerar narrativet för en hållbar svensk klädindustri och värdesätter sitt arbete som betydelsefullt för en mer hållbar framtid.⁸¹ Tillsammans konstruerar verksamheterna bilden av en ljusare framtid och en väg ut från det icke hållbara system vi fastnat i där utsatta människor och miljön tar skada som en följd av vårt ständiga behov av en hög konsumtionsnivå. *Upcycle* figurerar med hjälp av företag som re:textile och Rave Review i en kontext för en utveckling av återbruk och teknisk utveckling. Den tekniska utvecklingen innebär en möjlighet till social förändring, framför allt när det kommer till hur vi konsumerar. Diskursen befinner sig på så vis i en tid av förändring som styrs av makthavare bestående av aktörer som utvecklar *upcycle* som tillvägagångssätt och arbetar med det.⁸² Att flera aktörer går samman och arbetar mot samma mål bidrar till skapandet av symboliskt kapital. Aktörerna producerar och tillför tillsammans symbolisk energi eftersom de alla är engagerade i fältet, något som kan tillföra makt och värde.⁸³

I materialet beskriver Zethraeus att de vill göra återanvändning till något självklart. Hans uttalande konstaterar att tillvägagångssättet behöver utvecklas eftersom det inte är självklart idag. Skribenten poängterar hur viktig den typ av återanvändning som Rave Review arbetar med är för klädindustrin. Det finns ett behov att ta tillvara den stora mängden textilavfall som svenskarna står för. Återkommande är den moraliska diskussionen om ansvarstagande, både hos företag och konsumenter. Med återkommande diskussioner i samhällsdebatten om ansvarstagande som representativt för vilken typ av värderingar man står för är det tydligt att ämnet intresserar många. Det ställs högre krav på företag och konsumenterna är pålästa och vill vara med och göra skillnad. Arbetet med hållbarhet är tekniskt komplext och att företag som Rave Review och re:textile banar väg är avgörande för utveckling inom området och spridning av tillvägagångssätt som *upcycle*.

Både re:textile och *Science Park Borås* arbetar för innovativt och cirkulärt mode samt som samarbetspartners till Rave Review.⁸⁴ Företagen är alla baserade i Borås, en viktig historisk plats för svensk klädproduktion. Den första fabriken med löpande-bandet principen infördes i början av

⁸¹Herman, D. (2009) s. 48

⁸²Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002) s. 2

⁸³Bourdieu, P. (1993) s. 124

⁸⁴Science Park Borås. (u.å.). Science Park Borås

1930-talet på Algots i Borås.⁸⁵ Under framväxten av massproducerade kläder och slit- och slängsamhället var Borås ett centrum för svensk klädproduktion. I slutet av 1950-talet fanns hälften av alla sysselsatta inom beklädnadsindustrin i Sverige i Borås.⁸⁶ Historien om svensk klädproduktion har därför en mycket stark koppling till Borås, något som gör att platsen laddas med kulturellt kapital och symboliska värden. De kläder som idag produceras i Borås representerar därför det kulturella kapital som associeras till platsen.

Förståelse och respekt för det tidskrävande hantverk som ligger bakom ett klädesplagg är något som för många har gått förlorat idag och blivit en fråga om moral. En mer utspridd medvetenhet finns rörande de, i många fall, usla arbetsförhållanden som textilarbetare världen över utsätts för. När andra människors lidande ställs i relation till att människor i välfärdsländer vill kunna konsumera billiga kläder väcks särskilt upprörda röster. Framför allt när det gäller ett hantverk som enskilda individer skulle kunna vara mer utbildade inom och på så vis minska pressen på textilproduktion utomlands. I en stad som Borås med en stark historisk anknytning till hantverket värderas den kunskap och tid som ligger bakom varje färdigsytt klädesplagg högt. Särskilt i de fall där man tar tillvara de textila resurser som redan finns att tillhandahålla, som alternativ till att producera nytt. Både platsen som kläderna produceras på samt de moraliska ståndpunkter som står bakom produktionen blir en del av påförandet av det värde som kläderna Rave Review tillverkar erhåller.⁸⁷

2.2 Upcycle

Begreppet *upcycle* myntades för första gången år 2002 av arkitekten William McDonough och kemisten Michael Braungart.⁸⁸ De kritiserade *recycle* eftersom det leder till en nedgradering i kvalitet, och menade därför att den rätta definitionen för tillvägagångssättet bör vara *downcycle*.⁸⁹ *Downcycle* är när en fiber som återvinns inte är tillräckligt stark för tillverkning av exempelvis

⁸⁵Gråbacke, C. (2015) s. 70

⁸⁶Ibid. (2015). s. 77

⁸⁷Bourdieu, P. (1993) s. 118f

⁸⁸McDonough, W. & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. New York: North Point Press. s. 72

⁸⁹Ibid. (2002) s. 4

kläder och används istället till stoppning eller utfyllnadsmaterial.⁹⁰ Som ett alternativ till *recycle* introducerade de *upcycle*, med beskrivningen att ting ska kunna återvinnas eller återanvändas flera gånger utan att förlora kvalitet och användbarhet, med minsta möjliga miljöpåverkan och utan att bryta den cirkulära kedjan.⁹¹ McDonough och Braungarts definition av *upcycle* överensstämmer tekniskt sett inte med Rave Reviews arbete, eftersom deras material kommer från utomstående aktörer arbetar de inte cirkulärt. De har inte heller någon strategi för hur kläderna kan tas tillvara på efter att konsumenten förbrukat plaggen.⁹² I intervjun med *Metal Magazine* säger grundarna,

Our vision is to become one of the first high-end fashion lines with a circular business model, using only recycled and recyclable materials. The main idea behind the brand is to show how creative and fun remaking can be.⁹³

I citatet väljer Rave Review inte att distansera sig från arbetsmetoder som *recycle* som egentligen skiljer sig mycket från deras arbetsmetod. Det skulle kunna vara av intresse för dem att göra eftersom *recycle* innebär en nedgradering i kvalitet som inte gäller för *upcycle* i samma utsträckning. Ändå väljer de att använda olika beskrivningar på arbetsmetoderna, de nämner *recycle*, *remake* och *upcycle* när de beskriver sitt arbete. Baserat på McDonough och Braungarts definition skulle en avgränsning till att endast benämna arbetsmetoden som *upcycle* kunna vara delaktig i påförandet av värde.⁹⁴

Strukturerna i språket om *upcycle* och *recycle* efterliknar varandra till stor del och följer liknande mönster som ett sätt att prata om och förstå hållbar produktion av kläder.⁹⁵ Vi anser ändå att *recycle* och *upcycle* bör beskrivas som två olika diskurser eftersom tillvägagångssätten och kvaliteten på slutprodukten skiljer sig från varandra. Däremot är *remake* mer lämplig att inkludera i diskursen för *upcycle* eftersom tillvägagångssätten är snarlika varandra och därför kan begreppen ses som synonymer till varandra. Förslagsvis har alla tillvägagångssätt under paraply-begreppet återbruk så pass positiva konnotationer att behovet att göra skillnad på tillvägagångssätten minskat. Alla

⁹⁰Fletcher, K. & Grose, L. (2012) s. 70

⁹¹McDonough, W. & Braungart, M. (2002) s. 72

⁹²Rave Review. (u.å.). About.

⁹³Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now.

⁹⁴Bourdieu, P. (1993) s. 118f

⁹⁵Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002) s. 1

tillvägagångssätt inom narrativet är ansedda som *hållbara alternativ* och därför är inte diskurserna lika viktiga att differentiera från varandra.

Grundarna bakom Rave Review beskriver en ambition att arbeta med en cirkulär affärsmodell samtidigt som de arbetar med *upcycle*.⁹⁶ En cirkulär affärsmodell kan vara eftersträvansvärt för ett företag som Rave Review eftersom de får insyn i och kan påverka hela processen. Deras primära mål är trots allt att bidra till en mer hållbar, miljövänlig och ansvarstagande klädindustri. Att använda insamlade textilier kan påverka den totala miljöpåverkan för ett plagg som Rave Review tillverkar eftersom de inte har insyn i hur produktionen av det insamlade materialet ser ut. Skulle de däremot ha insyn i produktionsprocessen av materialet som de samlar in hade modellen varit mer cirkulär.

För närvarande finns det ett flertal större ideologiska diskussioner kring överkonsumtion och globaliseringsproblematik.⁹⁷ Diskussionen om en mer hållbar klädindustri involverar moraliska aspekter som arbetsförhållanden, hälsofarlig produktion med farliga kemikalier, koldioxidutsläpp som förorenar luften och miljöfarliga ämnen som förorenar grundvatten. Eftersom konsumenterna i de allra flesta fall känner till den här informationen är de mottagliga för möjligheter de kan få att konsumera med gott samvete. Det finns olika nivåer för normativa budskap om konsumtion, på en makronivå finns det mer generella diskussioner som påverkar människors inställning till konsumtion. Svängningar där den allmänna inställningen ibland är mer positiv och ibland mer negativ är vanliga.⁹⁸ Efter en lång högkonjunktur med ohämmad konsumtion har vi på senare tid kunnat se allt mer av en miljömedvetenhet.⁹⁹ Att kommunicera visionen om en cirkulär affärsmodell tydliggör Rave Reviews vilja att ta ansvar och göra industrin mer hållbar. Dessutom kan det vara fördelaktigt att som företag ta ställning i moraliskt laddade frågor eftersom konsumenterna på en makronivå är mer mottaglig nu än de varit tidigare.

Rave Reviews sätt att arbeta med *upcycle* gör varje plagg unikt då plaggets utseende är beroende av vilka material som är tillgängliga vid tillverkning, något som också är en utmaning. Det bidrar

⁹⁶Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now.

⁹⁷Östberg, J. & Kaijser, L. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber. s. 63

⁹⁸Ibid. (2010) s. 62

⁹⁹Ibid. (2010) s. 63

även till en exklusivitet och tillför plaggen symboliskt värde.¹⁰⁰ Att erbjuda limiterade utgåvor eller enstaka exemplar av något har under ett flertal år fungerat för att göra en produkt svårare att nå och på så vis eftertraktad. Oavsett vilken prisklass produkten befinner sig i ökar det symboliska värdet på produkten eftersom en likadan produkt inte kan tillhöra flera personer. Produktion och reproduktion av distinkta egenskaper, som *upcycle*, ger således innehavaren symboliska värden från sällsynthet.¹⁰¹ *Upcycle* skapar dessutom ett specialistområde för designers som med hjälp av gamla textilier och material kan skapa nya kläder på ett kreativt sätt, och på så vis förlänga materialens livslängd. Kreationerna utmanar och höjer värdet av originalplagget. Att gamla textilier och material får förlängt liv innan det behöver återvinnas optimerar energiåtgången av fibern.¹⁰²

2.3 Avfall

Att föra en dialog om återanvändning eller återvinning av textilier leder oss till en diskussion om textilt avfall eftersom det ena är beroende av det andra. Kodifieringen av uppsatsens material visade bland annat avfall som ett återkommande tema inom narrativet. När avfall ses som en resurs istället för skräp blir det centralt för hållbart mode. Hållbart mode handlar inte enbart om att producera kläder mer miljövänligt, en förändring har skett mot mer cirkulära tillvägagångssätt där man vill ta tillvara de textila resurser som redan finns. Narrativet för en hållbar klädindustri i Sverige har förändrats i takt med rapporteringar kring de miljöfarliga processerna som klädindustrin för med sig där omhändertagande av textilavfall blivit ett fokus. Det har bidragit till en medvetenhet gällande textilt avfall hos den enskilda individen och har blivit allt mer närvarande samhällsdiskussionen.

Anledningen till att vi behöver tillvarata det textila avfallet beror på att en stor andel av kläderna som köps slängs innan de har blivit förbrukade efter deras fulla förmåga, vanligtvis som en följd av ett behov att ständigt förnya sig. Konsumtionsbegäret och den ständiga förnyelsen är en del av människans konstruktion av identitet och förverkligande av jaget.¹⁰³ Det kan ses som ett

¹⁰⁰Fletcher, K. & Grose, L. (2012) s. 69

¹⁰¹Bourdieu, P. (1993) s. 148

¹⁰²Fletcher, K. & Grose, L. (2012) s. 67f

¹⁰³Holmberg, L. (2008). *Teorier om mode: stil som historiskt och teoretiskt objekt*. Stockholm: Carlsson. s. 254

grundläggande behov i den mänskliga naturen att ha möjlighet till förnyelse, ändå är det tydligt att vi behöver hitta nya sätt att göra det på. Den negativa miljöpåverkan som produktionen av nya kläder bidrar till belyses ofta, något som ofta glöms bort är däremot kläders påverkan när de blivit till avfall. Efter att kläderna hamnat på deponin fortsätter de att bidra till den totala miljöpåverkan av platsen, dels på grund av att de producerar metanutsläpp som förorenar luften, dels genom att de förorenar grundvattnet genom giftiga lakvatten.¹⁰⁴ Swedish Stockings är däremot ett företag som återkommande belyser problemen med textilt avfall för att uppmärksamma den miljöfarliga delen av industrin som de vill förändra,

Each year, two billion pairs of tights are produced, worn a few times and then discarded, helping to make the textile industry the second most polluting industry in the world. Landfills everywhere are full of poorly made and cheap non-biodegradable textiles – and it's getting worse. Nylon yarn, which is currently used to produce most modern pantyhose, is created from an environmentally harmful petroleum-based manufacturing process that is not only bad for the planet, but also produces pantyhose that don't last.¹⁰⁵

Med Swedish Stockings som avsändare är det viktigt att ha deras egen agenda i åtanke. Deras produkt är inte lika aktuell om man inte lyfter nackdelarna med alternativerna på marknaden som är mer skadliga för miljön, både vid tillverkning och som avfall. Kunskapen om de skadliga effekter på miljön som företaget förmedlar i sin kommunikation bidrar till förmedlar en påläst och kunnig bild av företaget.¹⁰⁶ Samtidigt har de makt att styra över kommunikationen eftersom hemsidan är en envägskommunikation utan interaktion med kunder eller andra aktörer. Således påverkas inte kommunikationen av andra intressenter och företaget kan välja att presentera informationen på ett sätt som är fördelaktigt för dem. De förmedlar klädindustrins brister för att sedan informera om deras hållbara arbetsprocess, på så vis är de motsatsen till icke hållbart. Eftersom avsändarna i det här fallet är delaktiga i formuleringen av en industri som förorenar vår planet placerar de sig själva i en maktposition eftersom de tillgodoser en lösning på de problem som finns i industrin. Makten de innehar utifrån deras envägskommunikation är med och formar ett normativt perspektiv som gör att diskursen *recycle* uppfattas som hållbar och något som klädindustrin bör fokusera på.¹⁰⁷ Samtidigt är det ett vinstdrivande företag vilket gör att det är fördelaktigt för dem att presentera de

¹⁰⁴Fletcher, K. (2014) s. 117

¹⁰⁵Swedish Stockings. (u.å.). Our Story. Hämtad från <https://swedishstockings.com/pages/our-story> (2020-03-10)

¹⁰⁶Ibid. (u.å.). Our Story.

¹⁰⁷Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002) s. 2

negativa aspekter som finns med produktionen av strumpbyxor innan de presenterar sin affärsidé som har lösningar på problemen.

I Swedish Stockings kommunikation förmedlas transparens och en detaljerad beskrivning av produktionsprocessen, något som skapar trovärdighet och kan därför bidra till ett påförande av värde.¹⁰⁸ Deras lösning är att producera strumpbyxor av återvunna fibrer, mer specifikt nylonrester som blivit restprodukt vid annan nylonproduktion. Fördelen med att använda avfall från resurser som inte nått konsumenten än är att kvaliteten kan höjas eftersom fibern inte slitits av användning och tvätt.¹⁰⁹ Det blir tydligt att narrativet som Swedish Stockings arbetar med är viktigt. De skapar en berättelse om strumpbyxornas negativa påverkan på miljön för att sedan presentera sin lösning på kläindustrins problem. I citatet ovan beskrivs samtidigt nylongarn, tillverkat av råolja som är miljöfarligt, som icke hållbart och det mest förekommande materialet i strumpbyxor idag. Trots det producerar Swedish Stockings själva strumpbyxor av restprodukter från samma material. Att kritisera andra som icke hållbara samtidigt som de använder samma material gör att kommunikationen blir motsägelsefull. Viktigt att poängtera är dock att de producerar strumpbyxor av nylonrester som annars inte hade kommit till användning, vilket gör att de tar tillvara på textilt avfall som annars hade hamnat på deponin.

Utöver att producera hållbara strumpbyxor samlar Swedish Stockings även in gamla strumpor och strumpbyxor från konsumenter.¹¹⁰ Retursystemet kallas *Recycling Club* och uppmantrar konsumenter att lämna in strumpbyxor av syntetiskt material från valfritt varumärke. När strumpbyxorna nått Swedish Stockings erhåller kunden en rabattkod via mejl med 10 procent rabatt på nästa köp hos företaget. Rabattkoden kan betraktas som motsägelsefull eftersom de som hållbart företag uppmantrar till konsumtion. Beskrivningen av insamlingen visualiseras i en cirkel med fyra steg, som förmedlar en bild av ett cirkulärt system.¹¹¹ Bilden kan vara vilseledande då risken finns att kunden tror att de strumpbyxor som lämnas in blir till nya strumpbyxor. Det stämmer att företaget arbetar med *recycle* på två olika sätt, dels tillverkar företaget nya strumpbyxor av återvunnet material, dels tar de vara på gamla strumpbyxor för att undvika att de

¹⁰⁸Bourdieu, P. (1993) s. 118f

¹⁰⁹Fletcher, K. (2014) s. 122

¹¹⁰Swedish Stockings. (u.å.). Our Story.

¹¹¹Swedish Stockings. (u.å.). Recycling Club.

hamnar i soptunnan. Däremot har de två arbetsprocesserna ingenting med varandra att göra. De strumpor och strumpbyxor som Swedish Stockings samlar in går nämligen inte att återvinna till nya strumpbyxor, tekniskt sett är fibern inte hållbar nog. De strumpor och strumpbyxor som samlas in mals därför ned och används som utfyllnadsmaterial i glasfibertankar som grävs ned i marken för att separera olja från vatten.¹¹²

Insamling av textilt avfall samtidigt som kunden erhåller rabatt på nästkommande köp är ett belönande system som kan vara värdeskapande eftersom kunderna engageras i fältet, något som i sin tur kreerar en trogen kundgrupp.¹¹³ Dels tar de ansvar för textilt avfall genom sin *Recycling Club*, dels belönar de sina kunder med rabattkoden som genererar framtida försäljning. Konsumenter kan betraktas som aktivt engagerade i meningsskapande aktiviteter som dessa, något som i synnerlighet gäller för Swedish Stockings.¹¹⁴ I en diskussion om värdeskapande kommunikation går det inte att bortse från konsumenterna. När Swedish Stockings förmedlar att de är en del av den hållbara industrin som försöker ta vara på det textila avfallet, med hjälp av konsumenterna, skapas ett unikt band till kunderna. Det gör samtidigt att företaget placerar sig själva i en beroendeposition till sina kunder då delar av deras hållbarhetsarbete och värdeskapande aktiviteter är beroende av att kunderna lämnar in sina gamla strumpbyxor.

Materialet förmedlar en övergriplig positiv bild av Swedish Stockings och deras arbete med *recycle*. I artikeln skriven av Emily Farra i *Vogue* beskrivs deras arbete,

[...] Swedish Stockings's hosiery is made with recycled yarn and natural fibers, and the brand's factories use sustainable practices like eco-friendly dyes, post-dyeing water treatments, and solar power. From a fashion perspective, the stockings look elegant, too: There are classic black opaque panty hose, racy fishnets, lace and leopard tights, and pointelle socks, among other styles.¹¹⁵

Den positiva framställningen av Swedish Stockings arbete med *recycle* ger företaget förtroendet som producenter av hållbart mode. Det nämns ett flertal ord som är positivt laddade, återvunnet garn, naturliga fibrer, eco-friendly dyes, solenergi och hållbara praktiker är alla representativa för

¹¹²Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen.

¹¹³Bourdieu, P. (1993) s. 124

¹¹⁴Östberg, J. & Kaijser, L. (2010) s. 61

¹¹⁵Farra, E. (2017). Meet the Women Behind Swedish Stockings, the First-Ever Sustainable Hosiery.

en miljövänlig produktionsprocess. De typ av ordval som vi kan se i citatet förmedlar en bild av ett ansvarstagande företag som värnar om miljön och vill göra skillnad. Materialet kan på så vis göra det möjligt för Swedish Stockings att mobilisera den symboliska energin, i det här fallet symboliska värden, som produceras av aktörerna inom fältet för klädindustrin, något som kan bidra med både makt och värde.¹¹⁶ I en artikel skriven av Towe Boström i *Breakit* intervjuas ena grundaren, Linn Frisinger och berättar om företagets framtidsvisioner,

Swedish Stockings experimenterar med olika material och försöker bland annat att tillverka strumpbyxor av kaffesump. Andra produkter, som redan är ute på marknaden består av både plastflaskor och fisknät.

”Ett att våra största miljöproblem är att haven är fulla av plaster och gamla fisknät som dels tar livet av djuren, men även mikroplaster som fiskarna äter och sedan äter vi dem. Vi samarbetar med en organisation som rensar haven och sedan smälter vi ned nylontråden och gör strumpbyxor”, säger Linn Frisinger.¹¹⁷

Även här används ordval som är representativa för en miljövänlig produktionsprocess med fokus på djur och natur. Viljan att göra världen till en bättre plats för levande djur visar på en empati och en vilja att ta ansvar för avfall som människan orsakat. Deras omdirigering av avfall är en avgörande del av Swedish Stockings identitet. Ambitionen att använda kaffesump för tillverkning av strumpbyxor ger oss insyn i deras syn på vardagligt avfall som en naturlig del av omvandlingsprocessen till resurs. Vid ett flertal tillfällen bevisar Swedish Stockings de möjligheter som finns med att utmana och förändra det *traditionella* tillvägagångssättet att tillverka strumpbyxor på. Deras arbete tyder på en långsiktig plan att göra industrin för strumpbyxor, men också klädindustrin generellt, mer hållbar.

Svenska forskningsprojekt som *Mistra Future Fashion* lyfter *recycle* som en väsentlig del i hållbarhetsarbetet för klädindustrin. Det kan betraktas som en faktor som tillskriver symboliska värden inom diskursen för *recycle* som också påverkar de företag som arbetar med tillvägagångssättet. Dessutom arbetar Swedish Stockings själva med forskning för att separera nylon och elastan i strumpbyxor för att i framtiden kunna återvinna det som samlas in till nya

¹¹⁶Bourdieu, P. (1993) s. 124

¹¹⁷Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen.

strumpbyxor och därmed arbeta mer cirkulärt.¹¹⁸ Tillsammans konstruerar företag och forskningsprojekt diskursen för *recycle* som något viktigt för en hållbar klädindustri. Språket som de tillsammans kreerar utifrån övertygelser, värderingar och forskning om *recycle* kommer från en antydning om att det är viktigt och aktuellt att lyfta och forska kring ämnet.¹¹⁹ För att företaget ska lyckas bibehålla värdet krävs viss aktivitet från aktörerna inom fältet, som rapporteringen från informationskanalerna i materialet, för att upprätthålla förtroendet och de symboliska tillgångarna.¹²⁰

I citatet från *Vogue* förmedlas förvåning över att strumpbyxorna kan vara både hållbara och eleganta. Liknande indikation går även att finna i ett citat från *Metal Magazine* som nämnts tidigare i uppsatsen (se sida 16) gällande Rave Reviews arbete med hållbarhet.¹²¹ Trots att vi tidigare poängterat att narrativet för en svensk hållbar klädindustri förändrats till att bli allt mer vanligt förekommande blir det i materialet tydligt att det fortfarande finns en etablerad uppfattning om att hållbart mode inte är nära associerat med en hög modegrad. Intressant är att *Vogue* som världens äldsta publicerade modemagasin och ledande aktör, som täcker förändringar i branschen ännu inte blivit helt bekanta med att kombinera mode och hållbarhet i samma kontext. Oavsett hur lång tid det kommer ta för förändringen att vara självklar är det ändå ett stort steg framåt att ett internationellt modemagasin som *Vogue* både skriver om och hyllar ett företag som Swedish Stockings. *Vogue* är en aktör som med sin omfattande historia besitter ett högt symboliskt värde, på så vis kan Swedish Stockings ta del av det värdet genom att bara befinna sig i denna kontext.¹²²

2.4 Recycle

Under begreppet återanvändning finns flera olika tillvägagångssätt, *recycle*, *upcycle*, *downcycle*, *remake*, lappa och laga. De alla går ut på att göra nytt av något gammalt men på olika sätt. *Recycle* är ett tillvägagångssätt där man tar tillvara på fibern från redan existerande plagg. För att återvinna ett plagg krävs det att textilier samlas in, sorteras efter material och färg för att sedan strimlas till

¹¹⁸Farra, E. (2017). Meet the Women Behind Swedish Stockings, the First-Ever Sustainable Hosiery.

¹¹⁹Mills, S. (1997). *Discourse*. London: Routledge. s. 6

¹²⁰Bourdieu, P. (1993) s. 130

¹²¹Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now.

¹²²Bourdieu, P. (1993) s. 118f

fibrer som spins om till nytt garn. I sin tur kan garnet sedan vävas eller stickas om till ett nytt material som kan användas för tillverkning av ett nytt plagg. *Recycle* av gamla plagg eller textilier består av ett flertal olika steg, något som gör det till en resurskrävande process. En del av processen är att trasa sönder materialet, vilket gör att kvaliteten på återvunna fibrer minskar, och gör att de i vissa fall inte är tillräckligt starka för att producera kläder. När fibern inte är tillräckligt stark att tillverka kläder av blir den istället till stoppning eller liknande, även benämnt som *downcycle*.¹²³ Trots det är *recycle* resurssparande i relation till produktionen av nya fibrer, så kallade *jungfrufibrer*. Man sparar både vatten och energi vid *recycle* eftersom textilt avfall sorteras efter färg innan de trasas sönder och behöver därför inte färgas om.¹²⁴ Det går däremot inte att bortse från det faktum att återvunna fibrer inte är lika starka som *jungfrufiber*. När det gäller bomull kan endast 20 procent av materialet bestå av återvunnen bomull, resterande måste vara av nyproducerad bomull för att materialet inte ska bli för skört. En återvunnen fiber är både kortare och svagare jämfört med en *jungfrufiber* som har långa och starka fibertrådar.¹²⁵

Oavsett vilka för- och nackdelar som finns med *recycle* är det ett tillvägagångssätt för att ta hand om avfall. Kläder och textilier som används vid *recycle* är avfall och processen är en del av de strategier som finns för avfallshantering. Syftet med avfallshantering är att utvinna maximalt med fördelar från produkter genom att förlänga deras livslängd som hela produkter, material eller fibrer innan de slutligen slängs.¹²⁶ Ett problem med *recycle* är att det endast optimerar en liten del av ett ineffektivt strukturellt system och kommer därför aldrig bidra till en större miljömässig förändring.¹²⁷ Däremot är inte textilt avfall bara ett problem som uppstår efter det att konsumenten har använt och tröttnat på ett plagg. De mest väsentliga förlusterna av material och energi sker redan i produktionskedjan, då omkring 10 till 20 procent av materialet skärs bort och slängs när tygerna beskärs.¹²⁸ Swedish Stockings fyller således en viktig funktion i det ineffektiva strukturella systemet eftersom de tar tillvara på de nylonrester som beskärningen av annan nylonproduktion resulterar i.

¹²³Fletcher, K. & Grose, L. (2012) s. 70

¹²⁴Ibid. (2012) s. 70

¹²⁵Mistra Future Fashion. (u.å.). Hållbart Mode. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/sv/hallbart-mode/> (2020-03-17)

¹²⁶Fletcher, K. (2014) s. 117

¹²⁷Ibid. (2014) s. 126

¹²⁸Ibid. (2014) s. 130

Det är särskilt svårt att återvinna plagg tillverkade av en sammansättning blandade material, eftersom materialen måste separeras innan de kan återvinnas. Kläder tillverkade av en blandning av flera material är vanligt förekommande idag eftersom billiga, mer slitstarka material kan blandas med dyra, mer sköra material. Av den anledningen blir mycket av de material som återvinns stoppning eller isolering. Rena material, som inte består av en blandning, är enklare att återvinna till nya fibrer. I *Veckans Affärer* beskrivs hur problemen med blandmaterial påverkar återvinningsprocessen för Swedish Stockings,

Två miljarder par kastas i soporna varje år och strumporna, som innehåller en blandning av polyamid och elasthan, går i dagsläget inte att återvinna. Med Swedish Stockings vill göra det omöjliga möjligt.¹²⁹

Swedish Stockings vill göra det omöjliga möjligt, och i citatet kan man tyda att lösningen inte verkar befinna sig långt borta. Ett självförtroende förmedlas när företaget beskriver sina ambitioner, något som gör att man som läsare kan anta att förutsättningarna finns för att utvecklingen ska gå i land. Företaget försätter sig själva i en maktposition genom att förmedla att de kommer möjliggöra något som är tekniskt omöjligt att genomföra i dagsläget. Att *Veckans Affärer* förmedlar viljan att förändra klädindustrin gör att Swedish Stockings och tillvägagångssätten erhåller symboliskt kapital då det kan ses som att de har en framtida lösning på avfallsproblemet med strumpbyxor.¹³⁰ I dagsläget går det däremot att tolka *upcycle* som bättre alternativ än *recycle* eftersom det inte har någon betydelse om det textila materialet består av blandmaterial när det görs om till nya plagg med *upcycle*. Dessutom kan man genom *upcycle* utesluta delar som är trasiga eller fläckiga. Tillvägagångssättet erbjuder ett enkelt sätt att förnya designen, något som privatpersoner kan göra för att förnya sina egna kläder i en trendkänslig samtid.

¹²⁹Nair, G. (2019). Supertalangens bolag ska göra strumpbyxor - av kaffesump.

¹³⁰Bourdieu, P. (1993) s. 124f

2.5 Värde

För att återanvända avfall istället för att det ska förmultna på en deponi krävs det att någon ser ett värde i det textila avfallet. Lynn Åkesson, professor i etnologi, menar att avfall är relaterat till kulturell ordning och oordning. Till vardags sorterar vi och klassificerar ting som avfall, icke avfall och omdefinierar objekt, aktiviteter och människor.¹³¹ Enligt oss är sorteringen också kopplad till individens sociala och ekonomiska bakgrund, att bevara ting från en förgången tid eller göra om till något nytt kan vara kopplat till bakgrund och påverkar förmågan att se ett värde i tingen. För bara några årtionden sedan sågs förmågan att sy om ärvda kläder från äldre till yngre familjemedlemmar som ett sätt att bevara traditionen av sparsam hushållning. Nu görs det istället på andra, högteknologiska sätt där kasserade plastflaskor kan förvandlas till material som kan tillverka en flecejacka.¹³²

Gay Hawkins, professor i social och kulturell teori, och Stephen Muecke, professor i etnologi, fastställer hur *recycle* kan påvisa ett föränderligt förhållande mellan avfall och värde. Berättelsen om något som förändras är ett narrativ som vi är bekanta med och vägen mot förbättring är en vanligt förekommande berättelse. Att belysa avfall som är redo att kasseras och på väg mot deponin till något som går att finna värde i och förlänga dess livslängd förmedlar hopp. Något med värde kan bara förstås mot en bakgrund av vad som definierats som värdelöst. Företag som Swedish Stockings och Rave Review tar tillvara på textilavfall andra inte ser som värdefullt längre. Således är det som avfärdas som värdelöst aldrig konstant, det förändras längs med en skala av värdelös, värdefull och ovärderlig.¹³³ En person kan slänga något som en annan begär och på så vis kan det laddas om med nya symboliska värden.¹³⁴

En likvärdig jämförelse är att något hållbart endast förstås i relation till vad som är icke hållbart. För att något ska kunna anses som ett hållbart alternativ krävs det att icke hållbara alternativ finns samt att dikotomin blir uppmärksammas i den allmänna uppfattningen om dem. Det finns ingen

¹³¹Åkesson, L. (2006). Wasting. I O. Löfgren & R. Wilk (red.), *Off the edge: Experiments in Cultural Analysis*. (ss. 39–46). Copenhagen: Museum Tusulanum Press. s. 39

¹³²Ibid. (2006) s. 40

¹³³Hawkins, G. & Muecke, S. (red.) (2003). *Culture and waste: the creation and destruction of value*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield, refererad i Åkesson, L. (2006). Wasting. I O. Löfgren & R. Wilk (red.), *Off the edge: Experiments in Cultural Analysis*. (ss. 39–46). Copenhagen: Museum Tusulanum Press. s. 41

¹³⁴Bourdieu, P. (1993) s. 148

anledning att arbeta hållbart om vi inte har information om icke hållbart arbete eftersom vi behöver något att jämföra med för att kunna prata om bra i relation till dåligt. I materialet dras det vid ett flertal tillfällen paralleller mellan hållbart och icke hållbart, det påvisar att förmedlingen av distinktionen mellan begreppen behövs för att kunna definiera vad som är bra och mindre bra. Att enbart framhäva Rave Review och Swedish Stockings arbete utan att dra paralleller till en icke hållbar klädindustri hade inte satt företagen i lika begripliga sammanhang. Diskurserna hållbart och icke hållbart besitter särskilda tecken som får betydelse av varandra i strukturella nätverk och på så vis kan vi skilja dem åt.¹³⁵

Både Rave Review och Swedish Stockings är tydliga exempel på föränderligheten mellan avfall och värde. Att figurera i en ny kontext med en ny estetik gör att avfallet tillskrivs ett nytt värde.¹³⁶ Kate Fletcher, professor i hållbarhet, design och mode, konstaterar att det finns ett nytt utrymme i modebranschen som berör både sociala och materiella praktiker kopplade till att omdirigera strömningar av textilt avfall.¹³⁷ Det sociala värdet som tillskrivs återvinning och annat hållbart arbete har tillåtit företag som Swedish Stockings och Rave Review att få ta plats inom den svenska beklädnadsindustrin eftersom spänningarna mellan hållbart och icke hållbart upprätthålls.¹³⁸ Gita Nair skriver i *Veckans Affärer* om Swedish Stockings arbete med insamlingen av gamla strumpbyxor,

[...] Idag kan man som kund skicka in sina slitna strumpbyxor från Swedish Stockings till deras lager, där de omhändertas och mals ner för att användas som utfyllnadsmaterial i glasfibertankar.¹³⁹

Swedish Stockings insamling av strumpbyxor började efter att konsumenter frågat vad de skulle göra med sina gamla strumpbyxor. Förfrågningarna ledde till ett insamlingsprogram av gamla strumpbyxor. När Frisinger blir intervjuad i *Breakit* berättar hon att den bästa lösningen och användningsområdet för de trasiga strumpbyxorna, i dagsläget, är att mala ner dem till utfyllnadsmaterial.¹⁴⁰ Senare har även de insamlade strumpbyxorna fått ytterligare ett

¹³⁵Kawamura, Y. (2011) s. 91

¹³⁶Åkesson, L. (2006) s. 41

¹³⁷Fletcher, K. (2014) s. 114

¹³⁸Bourdieu, P. (1993) s. 148

¹³⁹Nair, G. (2019). Supertalangens bolag ska göra strumpbyxor - av kaffesump.

¹⁴⁰Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen.

användningsområde, genom att blanda återvunnen glasfiber med gamla strumpbyxor producerar de nu bord på beställning.¹⁴¹ År 2019 samlade de in sammanlagt 50 000 strumpbyxor, även om de inte kan producera nya strumpbyxor av det insamlade materialet, så hamnar de inte på deponin och blir miljöfarligt avfall.¹⁴² Insamlingen påvisar att Swedish Stockings vill omhänderta det textila avfallet som både de själva och resterande producenter i industrin bidrar med. Samtidigt omvandlar dem de insamlade strumpbyxornas värde och finner nya användningsområden för dem. Swedish Stockings omvandlar strumpbyxor som andra avfärdat som värdelöst och hittar nya sätt att nyttja de textila resurserna och tillskriver avfallet ett annat värde.¹⁴³

2.6 Hållbarhet

Idag sker återbruk i allt större utsträckning av miljömässiga skäl, vad som har skett är att det ekonomiska värdet på plagg har sjunkit avsevärt medan det symboliska värdet för att återvinna och återbruka har ökat. Att det symboliska värdet har ökat tror vi delvis beror på ständiga rapporteringar och pågående debatter om miljöfrågor i nyhetsforum och via informationskanaler.¹⁴⁴ I artikeln för *Make it last* skriver Johanna Andersson om industrin som icke hållbar och i behov av förändring för att värna om jordens resurser,

Right now, we're in a time where we as a fashion industry and community need to figure out the next steps, and quick. Everybody knows (they do!) that we can't go on the way we have, wasting resources with no consideration for the future. [...] Leading the way into this new day and age are young fashion brands, like Rave Review, that are founded on the belief that fashion can actually change our society. We talk to Stockholm-based designer duo and former Beckman's students Josephine Bergqvist and Livia Schück about their game-changing approach to fashion and sustainability.¹⁴⁵

Precis som citatet tydliggör känner de flesta till den negativa miljöpåverkan som kläindustrin står för. Narrativet om en hållbar kläindustri har lärt oss att masskonsumtion har en negativ påverkan på miljö och människor, det måste förändras för en mer hållbar framtid. Det går inte att undgå att

¹⁴¹Swedish Stockings. (u.å.). Rachel Innovations Table. Hämtad från <https://swedishstockings.com/collections/innovation-tables/products/rachel-innovations-table> (2020-05-18)

¹⁴²Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen.

¹⁴³Åkesson, L. (2006) s. 41

¹⁴⁴Bourdieu, P. (1993) s. 124

¹⁴⁵Andersson, J. (2018). Rave Review on their aim to place remake in a high fashion context.

det bidragit till en ökad efterfrågan på mer hållbara alternativ i klädbutikerna. Ändå är det beteendemönster som är svåra att bryta för den stora massan, en anledning kan vara på grund av att de hållbara alternativen ofta är dyrare. För en konsument som är van vid att billiga alternativ alltid finns tillgängliga kan det vara svårt att argumentera för varför man ska börja betala mycket mer för ett plagg bara för att det är hållbart producerat. Trots att uppsatsen inte syftar att analysera konsumentperspektivet går det inte att bortse från konsumenten helt och hållet. I samtidens konsumtionssamhälle finns det en förväntan att konsumera på *rätt sätt*, det räcker inte att bara konsumera, och för att konsumera *rätt* krävs kunskap.¹⁴⁶

Citatet från *Make it last* tydliggör dikotomin mellan hållbart och icke hållbart mode, med en tydlig bild av vad som anses vara rätt och fel. Det finns en spänning inom narrativet för att påvisa industrins brister och sedan presentera tillvägagångssätt som är hållbara och fördelaktiga för flera aktörer. Det blir tydligt för läsaren att masskonsumtion är fel och att nyproduktion är skadligt för miljön samt att vi bör ta vara på de resurser som finns. Kommunikationen går att relatera till, eftersom de flesta kan känna igen sig i att ha en garderob fylld med kläder som aldrig kommer till användning och ändå fortsätter köpa nytt.¹⁴⁷ I citatet beskrivs Rave Reviews arbete som *game-changing*, genom att poängtera att de kan förändra hela marknaden tillskrivs företaget makt. Makten kan vara fördelaktig eftersom det bidrar till att *upcycle* blir ett mer spritt tillvägagångssätt. Även prissättningen på kläderna kan tillföra makt då de tillskrivs värden som förmedlar en mer exklusiv positionering av företaget. En nackdel med det kan däremot vara att diskursen för *upcycle* får ett påförande av värde som ett exklusivt tillvägagångssätt, något som kan leda till att konsumenter finner kläderna ouppnåeliga.¹⁴⁸

Make it last är en digital plattform som producerar medieinnehåll med fokus på stil och hållbarhet. De strävar efter förändring och riktar sig till läsare med intresse för hållbart mode som överstiger det traditionella modesystemet.¹⁴⁹ Att Rave Review syns hos aktörer som *Make it last* som framhäver hållbart mode gör att deras arbete ses som innovativt och nytänkande. Ett syfte som *Make it last* har är att förmedla förändringar från det mer traditionella modesystemet. Publiciteten

¹⁴⁶Östberg, J. & Kaijser, L. (2010) s. 57

¹⁴⁷Naturvårdsverket. (2019). Information om hållbar konsumtion av textilier.

¹⁴⁸Bourdieu, P. (1993) s. 118f

¹⁴⁹Make it last. (u.å.). About Make it last.

som Rave Review får via artikeln kan bidra till ett påförande av värde då de syns i en kontext som vill framhäva hållbart mode av en avsändare där hållbarhet är en avgörande faktor för att bli omnämnd.¹⁵⁰

I citatet från *Make it last* nämns att Rave Review är Stockholmsbaserade samt att grundarna har studerat på Beckmans Designhögskola. Beckmans Designhögskola kan ses som en av Sveriges mest anrika designskolor med 80 års erfarenhet när det kommer till kreativ utbildning.¹⁵¹ När skribenten väljer att lyfta designhögskolan tillskrivs företaget legitimitet med grundare som utbildats på en av Sveriges mest välkända designhögskolor. Det finns en symbolisk energi i företagets härkomst från Stockholm eftersom platserna kan signalera särskilda saker.¹⁵² Stockholm är, likt Borås en viktig stad för svensk klädindustri eftersom det är platsen som den svenska modeveckan kretsar kring.

I klädbutiker idag börjar det bli allt vanligare att se plagg märkta som *hållbara alternativ*, svårare är det däremot att avgöra om plagget är *hållbart* eller enbart utges för att vara de. Moa Kärnstrand, journalist och författare, skriver om polyester som utgör 60 procent av dagens klädprodukter och dessutom är bland det vanligaste materialet hos kläder som är tillverkade av återvunna material. Sandra Roos, textilforskare vid forskningsinstitutet *RISE*, beskriver en vanlig missuppfattning bland svenska konsumenter, många tror att plagg märkta som *tillverkat av återvunnen polyester* är tillverkade av gamla polyesterplagg, när faktum är att de är tillverkade av PET-flaskor.¹⁵³ Konsekvensen av att efterfrågan på kläder tillverkade av återvunna PET-flaskor skjuter i höjden gör att färre flaskor kan återvinnas till nya flaskor. Istället tillverkas de nya flaskorna av råolja, en riktigt miljö- och klimatbov.¹⁵⁴ När klädindustrin förbrukar återvunna PET-flaskor för att tillverka hållbara kläder är det ett mindre hållbart alternativ än om man låtit det tillverkas nya PET-flaskor. Även om det kan låta som ett hållbart alternativ att välja en tröja i polyester tillverkad av återvunna PET-flaskor är den ursprungligen tillverkad av olja, en fossil råvara som jorden inte klarar att bryta

¹⁵⁰Bourdieu, P. (1993) s. 118f

¹⁵¹Beckmans Designhögskola. (u.å.). Historia. *Beckmans Designhögskola*. Hämtad från <https://www.beckmans.se/om-beckmans/historia/> (2020-06-08)

¹⁵²Bourdieu, P. (1993) s. 124

¹⁵³Kärnstrand, M. (2020). Återvunnet innebär inte hållbart mode. *Råd & Rön*. Hämtad från https://www.radron.se/artiklar/atervunnet-innebar-inte-hallbart-mode/?fbclid=IwAR0yyA4g4WXhBrG-pw0CuCJtJH6cmt0jgka46duUMRRejhUQ_mTx5Pe0nu8 (2020-03-12)

¹⁵⁴Ibid. (2020). Återvunnet innebär inte hållbart mode.

ner när den blir avfall.¹⁵⁵ Ett klädesplagg som är tillverkat av återvunna PET-flaskor går inte, i dagsläget, att återvinna en andra gång på grund av de tekniska brister som tillkommer med att tillverka kläder av återvunnet material.¹⁵⁶

PET-flaskans narrativ inom klädindustrin pendlar mellan resurs och problem. Efter att ha blivit förbrukad en första gång är det viktigt att PET-flaskan återvinns. Återvinns den inte hamnar flaskan på deponin där den inte kan bryta ned utan bidrar istället till miljöfarliga utsläpp och föroreningar av lakvatten. Återvinns PET-flaskan till nya flaskor kan det cirkulära systemet fortgå i oändlighet förutsatt att återvinningen fortskrider. Bryter man däremot det cirkulära systemet och återvinner PET-flaskan för att tillverka kläder är processen inte lika hållbar. Trots det marknadsför klädföretagen klädproduktionen av återvunna PET-flaskor som ett hållbart alternativ, när de i själva verket brutit en cirkulär kedja.¹⁵⁷ Ett annat problem som uppstår när klädindustrin använder återvunna PET-flaskor till produktionen av kläder är att det inte längre finns tillräckligt med återvunnen plast för tillverkning av nya PET-flaskor.¹⁵⁸ Detta är en av de negativa följder som finns med att konsumenter efterfrågar sätt att konsumera mer hållbart. Klädindustrin använder tre fjärdedelar av den återvunna plasten varje år för att tillverka nya kläder, ett billigare alternativ för klädföretagen jämfört med att producera nya fibrer.¹⁵⁹

Majoriteten av svenska klädföretag idag har någon typ av hållbarhetsplan, det är en nödvändig faktor för att hänga med i tiden. Sveriges Riksdag beslutade 2016 att instifta en ny lag med krav på att stora företag ska redovisa sitt hållbarhetsarbete och presentera deras arbete med miljöfrågor.¹⁶⁰ Att ta ställning i debatten om hållbarhet har blivit en nödvändighet för varje svenskt klädföretag som vill överleva på en konkurrensutsatt marknad som styrs av pålästa konsumenter. Det har också bidragit till att klädföretag använder ett språk som genomsyras av ett miljövänligt tänk utan att egentligen arbeta särskilt aktivt med det, också kallat *greenwashing*. En följd av detta

¹⁵⁵Ibid. (2020). Återvunnet innebär inte hållbart mode.

¹⁵⁶Fletcher, K. (2014) s. 124

¹⁵⁷Fletcher, K. (2014) s. 124

¹⁵⁸Segran, E. (2019). Recycled plastic isn't going to save us. *Fast Company*. Hämtad från

https://www.fastcompany.com/90429087/recycled-plastic-isnt-going-to-save-us?fbclid=IwAR2JDozdvh_Xc3pwR0wguBac2FGqVouaDitv2p7r9q5vnnzLSWV-2s3_ca8 (2020-03-12)

¹⁵⁹Ibid. (2019). Recycled plastic isn't going to save us.

¹⁶⁰Sveriges Riksdag (2016) Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy. *Sveriges Riksdag*. Hämtad från https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/arende/betankande/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och_H401CU2 (2020-04-21)

är att det påverkar trovärdigheten för de företag som faktiskt arbetar aktivt med hållbarhet. Framför allt kan konsumenterna ha svårt att orientera sig bland information som är vinklad fördelaktigt för varje enskilt företag. Att få en tydlig insyn och kunna ta reda på vilken typ av hållbart arbete de enskilda företagen engagerar sig i är en utmaning. Många företag inom klädindustrin kommunicerar att de arbetar med hållbarhet samt miljö- och klimatfrågor men visar inte mer konkret vilka typer av åtgärder de tar.¹⁶¹ Även om ett plagg är märkt som tillverkat av *återvunnet material* kan det vara svårt att få tydlig information om hur hållbar produktionskedjan har sett ut.¹⁶² Eftersom det inte ställs tillräckligt höga krav på transparens är det möjligt att marknadsföra sig som miljömässigt hållbara utan att vara specifik i kommunikationen.

Att som klädföretag ägna sig åt miljöfrågor och hållbarhetsarbete är i dagens samhälle delaktigt i påförandet av värde. Etiska och moraliska frågor som berör hur vi väljer att ta vara på jordens resurser och bekämpa miljöförstörelse blir ofta laddade frågor. Att bara i sin kommunikation använda sig av ett klimatmedvetet språk tillskriver företaget ett visst värde. Lika viktiga är aktörerna inom fältet för att skapa det symboliska värdet som legitimerar företagen som hållbara.¹⁶³ Inom narrativet för en hållbar klädindustri är de skribenter och informationskanaler som förmedlar information, viktiga aktörer för att tillskriva fältets symboliska värde. Det symboliska värde som tillskrivs inom narrativet för en hållbar klädindustri påverkas likaså av den rapportering om miljöförstörelsen som klädindustrin står för. Att som klädföretag ägna sig åt olika hållbara handlingar, som att ta vara på textilt avfall kan exempelvis tillskriva företaget visst symboliskt värde.

2.7 Legitimitet

För att erhålla legitimitet är acceptansprocessen bland individer en viktig faktor, framför allt eftersom det påverkar spridningen genom sociala system. Kommunikationen genom massmedia

¹⁶¹Fashion Revolution. (2020). *Fashion Transparency Index 2020*. Fashion Revolution. Hämtad från <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> (2020-04-16) s. 5

¹⁶²Naturskyddsföreningen. (2019). Faktablad: Våra kläder. *Naturskyddsföreningen*. Hämtad från <https://www.naturskyddsforeningen.se/skola/energifallet/faktablad-vara-klader> (2020-05-06)

¹⁶³Bourdieu, P. (1993) s. 124

får en viktig roll eftersom det påverkar spridningen.¹⁶⁴ År 2018 utnämndes grundarna bakom Swedish Stockings, Linn Frisinger och Nadja Forsberg, till två av *Veckans Affärers 101 supertalanger* under kategorin samhällsbyggare. Utnämningen fokuserar på människor som gör något utöver det vanliga och som gör skillnad för samhället.¹⁶⁵ Ett år senare vann Rave Review H&M och *Elles* nykomlingsstipendium för sitt innovativa arbete med *remake* och *upcycling* i kombination med hög modegrad.¹⁶⁶ Uppmärksamheten som Swedish Stockings och Rave Review fått i samband med utmärkelserna för deras hållbara arbete tillskriver företagen symboliskt kapital som bidrar med legitimitet. Att erkännas som viktiga aktörer i branschen bekräftar deras arbete och uppmuntrar till vidare utveckling. Utdelningen av utmärkelserna riktar strålkastarljuset mot företagen, något som bidrar till ett ökat förtroende.¹⁶⁷ I takt med att företagen erhåller erkännande erhåller också tillvägagångssätten erkännande och positiva diskussioner förs inom diskurserna för *upcycle* och *recycle*.

Utöver att båda företagen vunnit priser som inneburit en ökad närvaro i svensk modemedias ökar synligheten hos återförsäljarna. I en artikel publicerad i *Elle* beskriver Elina Grothén om Rave Reviews nya inköpare,

Idag är Rave Review ett av få märken som gör re-make på ett kommersiellt gångbart sätt. Det senaste året har även internationella inköpare fått upp ögonen för märkets unika design och nyskapande arbete och i dag säljs Rave Review [sic] bland annat via de prestigefulla onlinebutikerna Matchesfashion, Browns och LN-CC.¹⁶⁸

Matchesfashion är en Londonbaserad global återförsäljare av lyxvarumärken och bekräftar genom Rave Reviews närvaro på plattformen företags legitimitet.¹⁶⁹ Browns är också en Londonbaserad återförsäljare av lyxvarumärken med en onlinebutik som distribuerar världen över.¹⁷⁰ Till skillnad

¹⁶⁴Kawamura, Y. (2011) s. 119

¹⁶⁵Nair, G., Skarin, U., Lindsten, P.O., Bederoff, J. & Hörner Kloo, V. (2018). Hela listan: Sveriges 101 Supertalanger 2018. *Veckans Affärer*. Hämtad från <https://www.va.se/nyheter/2018/01/29/hela-listan-har-ar-sveriges-101-supertalanger-2018/> (2020-05-20)

¹⁶⁶Lundström, L. (2019). H&M & ELLEs nykomlingsstipendium 2019 går till Rave Review. *Elle*. Hämtad från <https://www.elle.se/elle-galan/hm-elles-nykomlingsstipendium-2019-gar-till-rave-review/> (2020-05-20)

¹⁶⁷Bourdieu, P. (1993) s. 130

¹⁶⁸Grothén, E. (2020). Hållbara modemärket Rave Review i intervju i *Elle*. *Elle*.

¹⁶⁹Matchesfashion. (u.å.). About us. *Matchesfashion*. Hämtad från <https://www.matchesfashion.com/intl/bio> (2020-05-20)

¹⁷⁰Farfetch. (u.å.). About Browns. *Farfetch*. Hämtad från <https://aboutfarfetch.com/about/browns/> (2020-06-08)

från Matchesfashion och Browns är LN-CC återförsäljare av progressivt mode med en mix av high-end och streetwear med ett hållbarhetsfokus och strävan att hjälpa aktörer inom klädindustrin som försöker förändra klädindustrin.¹⁷¹ Produktens värde är beroende av kontexten de produceras i samt vem som avsändaren är, snarare än det ekonomiska värdet på produkten.¹⁷² Med andra ord är de återförsäljare och plattformar som Rave Review väljer att synas ihop med minst lika viktiga som deras faktiska produkter. Det faktum att företagets produkter är synliga på flera plattformar under lyxsegmentet gör att deras arbete som producenter av high-end produkter bekräftas. Det gör att Rave Review kan erhålla än mer legitimitet då fler liknande aktörer tillskriver företaget symboliskt kapital.¹⁷³

Swedish Stockings produkter säljs av återförsäljare världen över med störst marknad i Sverige, Danmark och Tyskland.¹⁷⁴ Produkterna säljs bland annat hos *Grandpa* i Sverige och *Be A Wear* i Danmark, två återförsäljare som har ett utarbetat hållbarhetstänk genom hela sortimentet med selektivt utvalda varumärken.¹⁷⁵ Valen av återförsäljare är minst lika viktiga för Swedish Stockings som för Rave Review även om prioriteringarna ser olika ut. För Swedish Stockings är det mer relevant att befinna sig inom en kontext med ett fokus på hållbarhet så att det blir enklare för kunder som efterfrågar hållbart att orientera sig rätt.

Samtidigt säljs Swedish Stockings produkter hos bland annat Zalando och Ellos, företag som uppmuntrar till masskonsumtion och som drivs av låga priser och regelbundna realisationer. Zalando erbjuder fri frakt på alla beställningar över 229 svenska kronor och fria returer för att konsumenter ska kunna konsumera mycket, enkelt och billigt. Att närvara i denna typ av kontext kan för ett företag som profilerar sig som hållbara upplevas som motsägelsefullt. Det kan bidra till ett ifrågasättande eftersom det strider mot det ställningstagande Swedish Stockings tagit i kampen mot en mer hållbar industri. Samtidigt kan det bidra till en breddad målgrupp då Swedish Stockings

¹⁷¹LN-CC. (u.å.). About us. *LN-CC*. Hämtad från <https://www.ln-cc.com/en/customer-care?cid=about-us> (2020-06-08)

¹⁷²Bourdieu, P. (1993) s. 118f

¹⁷³Ibid. (1993) s. 124f

¹⁷⁴Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen.

¹⁷⁵Grandpa. (u.å.). Om Grandpa. *Grandpa*. Hämtad från <https://www.grandpastore.se/sv/om-grandpa#om-grandpa> (2020-05-19); Be A Wear. (u.å.). Hvordan startede det hele? *Be A Wear*. Hämtad från <https://beawear.dk/om-os/> (2020-05-19)

närvaro ökar och blir mer igenkänt. Att exponera fler kunder för deras miljömedvetna budskap kan bidra till en möjlighet att sprida budskapet om att göra mer miljömässigt hållbara val.

I citatet från *Elle* nämns också Rave Review som en av de få varumärken som gör *remake* kommersiellt gångbart i dagsläget. En bidragande faktor till det kan vara svensk forskning som berör hållbart mode. Det investeras i forskning om en mer hållbar klädindustri där *Mistra Future Fashion* vill vara ledande inom hållbarhetsforskning när det kommer till klädindustrin internationellt.¹⁷⁶ Forskningens fokus bidrar till medvetenhet inom den svenska klädindustrin samt möjligheter och förutsättningar att arbeta mer hållbart. Hållbarhetsforskning med fokus på klädindustrin är väl utvecklat i Sverige, något som bekräftar dess betydelse i samhällsutvecklingen. Den prioritering som finns när det kommer till att utveckla en mer hållbar svensk klädindustri bekräftar dess vikt och bidrar med ett påförande av värde kring ämnet. Mycket av forskningen är dessutom statligt finansierad som i sin tur tillskriver området legitimitet.¹⁷⁷ Att intresset för frågor om en hållbar klädindustri finns på en statlig nivå är med och formar narrativet för en svensk hållbar klädindustri. Den statligt finansierade forskningen på området tyder på att hållbart mode är en viktig fråga för Sveriges ekonomi och välfärd. Därför kan vi betrakta diskurserna *recycle* och *upcycle* som väsentliga delar för utvecklingen av en mer hållbar klädindustri.

¹⁷⁶Mistra Future Fashion. (u.å.). Om programmet. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/sv/om/#programmet> (2020-05-04)

¹⁷⁷Bourdieu, P. (1993) s. 130

3. Konklusion

Konsumtion av kläder i Sverige är idag i majoriteten av fallen producerade i andra delar av världen och har sedan importerats hit. Således är vi beroende av utomstående aktörer från andra länder. För Swedish Stockings och Rave Review ser det däremot annorlunda ut, de är beroende av utomstående aktörer som samlar in redan producerade textilier som de sedan tillverkar produkter av. I kapitel 2.1 konstaterar vi att båda företagen är beroende av en icke hållbar klädindustri som ständigt producerar nytt. Att den fortgår är en förutsättning för att deras verksamheter ska erhålla material att tillverka nya produkter av. Vi tycker att det är viktigt att understryka deras funktion som en del i textiliernas andra produktionsprocess för att förlänga textiliernas livslängd och ta tillvara på textilt avfall. *Upcycle* och *recycle* optimerar endast en liten del av ett ineffektivt strukturellt system och därför är deras bidrag till en större miljömässig förändring begränsad.

Både Swedish Stockings och Rave Review grundades med förhoppningen att bidra till förändring av konsumtionsbeteenden samt av en icke hållbar klädindustri. Dagligen rapporterar modepress och nyhetsmedia om en miljöfarlig klädindustri, ett narrativ som blivit bekant för de flesta konsumenter i ett svenskt samtida samhälle. Narrativet har bidragit till att allt fler konsumenter börjat omprioritera sina köpbeslut. I kapitel 2.5 har vi konstaterat att de problem som finns inom klädindustrin är viktiga att belysa för att kontextualiseras i relation till de hållbara tillvägagångssätten. Narrativet etableras bland annat när dikotomin hållbart och icke hållbart mode ställs mot varandra och placerar hållbart mode i ett fördelaktigt sammanhang och förtydligar vikten av förändring. Förändrade konsumentbeteenden är en förutsättning för att företag som Rave Review och Swedish Stockings uppmärksammas för deras arbete med *upcycle* och *recycle*.

Syftet med uppsatsen har varit att analysera hur diskussionen ser ut för *recycle* och *upcycle* som två tillvägagångssätt att tolka hållbarhet på inom klädindustrin för en samtida svensk kontext. Rave Review och Swedish Stockings arbete med respektive tillvägagångssätt har agerat exempel i en diskussion om värdeskapande arbetsmetoder. För att besvara uppsatsens frågeställningar har det teoretiska ramverket omfattat narrativ teori, kritisk diskursanalys och värdeteori. Analys av narrativet om en hållbar svensk klädindustri tydliggjorde en grundläggande kartläggning för hur den samtida allmängiltiga diskussionen ser ut samt hur den har förändrats över senare år. Utifrån narrativet har vi analyserat *hur* den pågående diskussionen för *recycle* och *upcycle* förs istället för

vad som formuleras i den. En utläsning av narrativet grundades i kodifiering av uppsatsens material som synliggjorde sju huvudteman återkommande i materialet och sågs därför som representativa delar. Kritisk diskursanalys tillämpades sedan för att jämföra materialet och analysera mönster och regelbundenheter. I kapitel 2.2 identifierar vi en vanligt förekommande sammanblandning av de olika tillvägagångssätten då skribenter ofta kombinerar orden *recycle*, *upcycle* och *remake*. De kan alla gå under paraplybegreppet återbruk men bör ändå definieras och åtskiljas. Vi förvånades över att det inte fanns en tydlig differentiering av begreppen eftersom tillvägagångssätten skiljer sig åt på ett flertal sätt. I synnerlighet beskriver Rave Review vid tillfällena sin arbetsmetod som *recycle* fastän det är en beskrivning som kan fungera på ett icke fördelaktigt sätt för dem. *Recycle* innebär en nedgradering i kvalitet som inte gäller för *upcycle*, som är en mer korrekt beskrivning av deras arbetsmetod.

Värdeteori är återkommande i analysen eftersom det låtit oss begripliggöra hur Swedish Stockings och Rave Review tilldelats legitimitet och förtroende i deras arbete med tillvägagångssätten *upcycle* och *recycle*. I materialet har språkbruket på ett återkommande vis formulerat symboliska värden som tillskrivs de aktörer som befinner sig i samma kontext. Vi har i kapitel 2.7 identifierat samband mellan hur avsändare, återförsäljare och olika plattformar tillsammans förmedlar likvärdiga bilder av företagen som bidrar i formuleringen av respektive diskurs.

Upcycle och *recycle* har presenterats som två tillvägagångssätt att tolka hållbarhet på i en svensk samtida klädindustri. Genom att analysera modepress och nyhetsmedia som omnämner Rave Review och Swedish Stockings samt deras arbetsmetoder har vi kunnat förmedla en representativ bild av hur den allmängiltiga diskussionen kan tolkas. Särskilda citat har valts ut från materialet och möjliggjort en närläsning och analys av de språkval som görs i diskussionen om de hållbara tillvägagångssätten. Materialets omfång har möjliggjort en presentation av den generella uppfattningen av *recycle* och *upcycle*. Materialet betraktas som representativt för hur den allmängiltiga diskussionen skulle kunna se ut i ett större perspektiv.

Uppsatsen har resulterat i konstaterandet att diskurserna *upcycle* och *recycle* vanligtvis kreeras i positiva kontexter som fokuserar på fördelar med hållbara tillvägagångssätt. De behandlas oftast som lösningar på de problem som finns i den strukturella konstruktionen av en samtida

klädindustri. Företagen och diskurserna mobiliserar tillsammans den symboliska energin som aktörer inom fältet tillskriver dem när de framställs positivt, något som gör att de tillskrivs både makt och värde. I takt med att företagen erhåller erkännande bidrar det till bekräftelse inom diskurserna för *upcycle* och *recycle* som hållbara lösningar på en klädindustri som varken är hållbart för miljö eller människor. Vi identifierar en pågående förändring gällande synen på hållbara kläder som något man tidigare inte betraktat kunna besitta en hög modegrad. Det kan bero på att hållbart mode historiskt sett varit betraktat som en nödvändighet snarare är något eftersträvansvärt. Vi tydliggör genom uppsatsens material att båda företagens produkter är delaktiga i förändringen.

Vår forskning hade kunnat kompletteras med tillägg i det empiriska omfånget. Genom att addera ett konsumentperspektiv med intervjuer hade möjlighet funnits att belysa enskilda individers förhållningssätt och attityder gentemot företag som arbetar med hållbar produktion av kläder. En annan intressant utvecklingsmöjlighet för vidare forskning hade varit att beröra affektionsvärdet som drivkraft istället för hållbarhet för att förlänga livslängden hos kläder eller andra ting. I skrivande stund eftersöker television fyra medverkare till *Återskaparna*, en ny programidé där ägodelar får nytt liv. Att återbruket förflyttat sig från hemmen till tv-rutan på en av Sveriges största televisionskanaler tydliggör återbrukets förändring ytterligare, från nödvändighet till eftersträvansvärt.

Tillämpligheten av forskningsämnet i en större kontext ser vi stor potential hos eftersom ämnet innefattar flera perspektiv som delar åsikter. Relevansen är tydlig eftersom ett flertal företag, från olika typer av branscher arbetar med hållbarhet på något sätt idag. Att som enskild individ hävda att miljöförändringar inte påverkar dem är omöjligt idag. Ett land som Sverige, som är relativt skonat från miljöförändringar, fick 2019 uppleva skogsbränders förstörelse efter temperaturhöjningar och torka. Det är viktigare än någonsin att föra en diskussion om hur industrier världen över förorenar luften vi andas och haven vi badar i. Vi förutspår en allt större närvaro av liknande diskussioner framöver med *greenwashing* som ett mer aktuellt ämne där det ställs krav på att företag är mer transparenta när det kommer till vilka åtgärder de tar för att bli mer hållbara verksamheter.

4. Källförteckning

4.1 Tryckta källor

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*. (2:a utg.) Stockholm: Liber.

Berg, M. (2015). *Netnografi: att forska om och med internet*. Lund: Studentlitteratur.

Boréus, K & Seiler Brylla, C. (2018). Kritisk diskursanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (4:e utg.) (ss. 305-351) Lund: Studentlitteratur.

Bourdieu, P. (1993). *Kultursociologiska texter* (4:e utg.) Stockholm: B. Östlings bokförlag Symposion.

Dissanayake, G. & Sinha, P. (2015). An examination of the product development process of fashion remanufacturing. *Resources, Conversation and Recycling*, vol. 104, del A, ss. 94-102.

Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles: design journeys*. (2:a utg.) Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.

Fletcher, K. & Grose, L. (2012). *Fashion & sustainability : design for change*. London: Laurence King.

Gråbacke, C. (2015). *Kläder, shopping och flärd: modebranschen i Stockholm 1945-2010*. Stockholm: Stockholmia.

Herman, D. (2009). *Basic elements of narrative*. Chichester, U.K.: Wiley-Blackwell.

Holmberg, L. (2008). *Teorier om mode: stil som historiskt och teoretiskt objekt*. Stockholm: Carlsson

Kawamura, Y. (2011). *Modeologi: introduktion till modevetenskap*. (2:a utg.) Stockholm: Norstedt.

McDonough, W. & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. New York: North Point Press.

Mills, S. (1997). *Discourse*. London: Routledge

Mistra Future Fashion. (2019). *The Outlook Report 2011-2019*. Stockholm: RISE, Research Institutes of Sweden AB

Robertson, A. (2018). Narrativanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (4:e utg.) (ss. 219-249) Lund: Studentlitteratur.

Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage

Åkesson, L. (2006). Wasting. I O. Löfgren & R. Wilk (red.), *Off the edge: Experiments in Cultural Analysis*. (ss. 39-46). Copenhagen: Museum Tusulanum Press.

Östberg, J. & Kaijser, L. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber

4.2 Otryckta källor

Fashion Revolution. (2020). *Fashion Transparency Index 2020*. Fashion Revolution. Hämtad från <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> (2020-04-16)

Mistra Future Fashion. (2015). *Future Fashion Manifesto*. Mistra Future Fashion. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2016/10/Future-Fashion-Manifesto.pdf> (2020-04-08)

NaviPro. (2019). *Svensk modeindustri 2019*. NaviPro. Hämtad från https://www.navipro.se/wp-content/uploads/2019/03/Branschrapport_digital_version-NaviPro.pdf (2020-04-07)

Petterson, S. (2009). *Den gröna jakten: en studie av en målgruppens relation till ett varumärke utifrån kommunikationen av CSR*. (Kandidatuppsats, Karlstads Universitet, Karlstad) Hämtad från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:226546/FULLTEXT01.pdf>

4.3 Internet-källor

Andersson, J. (2018). Rave Review on their aim to place remake in a high fashion context. *Make it last*. Hämtad från <http://makeitlast.se/2018/05/02/rave-review-on-their-aim-to-place-remake-in-a-high-fashion-context/> (2020-03-10)

Be A Wear. (u.å.). Hvordan startede det hele? *Be A Wear*. Hämtad från <https://beawear.dk/om-os/> (2020-05-19)

Beckmans Designhögskola. (u.å.). Historia. *Beckmans Designhögskola*. Hämtad från <https://www.beckmans.se/om-beckmans/om-beckmans/historia/> (2020-06-08)

Borrelli-Persson, L. (2017) Vogue Fun Facts by the Numbers *Vogue*. Hämtad från <https://www.vogue.com/article/vogue-covers-models-facts-history> (2020-06-10)

- Boström, T. (2020). Linn Frisinger tillverkar strumpbyxor av gamla fisknät - dubblar omsättningen. *Breakit*. Hämtad från <https://www.breakit.se/artikel/23301/linn-frisinger-tillverkar-strumpbyxor-av-gamla-fisknat-dubblar-omsattningen> (2020-03-10)
- Breakit. (u.å.). Om oss. *Breakit*. Hämtad från <https://www.breakit.se/om-oss> (2020-05-31)
- Davis, J. (2020). The Scandinavian fashion brands to have on your radar. *Harper's Bazaar*. Hämtad från <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/what-to-wear/news/g33319/the-scandinavian-brands-to-know/> (2020-06-07)
- Elle-redaktionen. (2009). Elles historia - så började det och så många länder finns vi i. *Elle*. Hämtad från <https://www.elle.se/lifestyle/elles-historia/> (2020-06-10)
- Farfetch. (u.å.). About Browns. *Farfetch*. Hämtad från <https://aboutfarfetch.com/about/browns/> (2020-06-08)
- Farra, E. (2017). Meet the Women Behind Swedish Stockings, the First-Ever Sustainable Hosiery. *Vogue*. Hämtad från <https://www.vogue.com/article/swedish-stockings-first-sustainable-hosiery-label> (2020-03-10)
- Gabisonia, N. (2018). Rave Review the future of sustainable fashion is now. *Metal Magazine*. Hämtad från <https://metalmagazine.eu/en/post/interview/rave-review-the-future-of-sustainable-fashion-is-now> (2020-03-10)
- Grandpa. (u.å.). Om Grandpa. *Grandpa*. Hämtad från <https://www.grandpastore.se/sv/om-grandpa#om-grandpa> (2020-05-19)
- Grothên, E. (2020). Hållbara modemarket Rave Review i intervju i Elle. *Elle*. Hämtad från <https://www.elle.se/mode/hallbara-modemarket-rave-review-i-intervju-i-elle/> (2020-03-10)
- Kärnstrand, M. (2020). Återvunnet innebär inte hållbart mode. *Råd & Rön*. Hämtad från https://www.radron.se/artiklar/atervunnet-innebar-inte-hallbart-mode/?fbclid=IwAR0yyA4g4WXhBrG-pw0CuCJtJH6cmt0jgka46duUMRRejhUQ_mTx5Pe0nu8 (2020-03-12)
- LN-CC. (u.å.). About us. *LN-CC*. Hämtad från <https://www.ln-cc.com/en/customer-care?cid=about-us> (2020-06-08)
- Lundström, L. (2019). H&M & ELLEs nykomlingsstipendium 2019 går till Rave Review. *Elle*. Hämtad från <https://www.elle.se/elle-galan/hm-elles-nykomlingsstipendium-2019-gar-till-rave-review/> (2020-05-20)
- Make it last. (u.å.). About Make it last. *Make it last*. Hämtad från <http://makeitlast.se/about/> (2020-04-28)

- Matchesfashion. (u.å.). About us. *Matchesfashion*. Hämtad från <https://www.matchesfashion.com/intl/bio> (2020-05-20)
- Metal Magazine. (u.å.). About. *Metal Magazine*. Hämtad från <https://metalmagazine.eu/en/about> (2020-04-28)
- Mistra Future Fashion. (2019). Det är dags för en förändring. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/sv/vad-vi-gor/> (2020-04-28)
- Mistra Future Fashion. (u.å.). Hållbart Mode. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/sv/hallbart-mode/> (2020-03-17)
- Mistra Future Fashion. (u.å.). Om programmet. *Mistra Future Fashion*. Hämtad från <http://mistrafuturefashion.com/sv/om/#programmet> (2020-05-04)
- Nair, G. (2019). Supertalangens bolag ska göra strumpbyxor - av kaffesump. *Veckans Affärer*. Hämtad från <https://www.va.se/nyheter/2019/01/10/hennes-bolag-ska-gora-strumbyxor-av-kaffesump--backas-av-hm-veteran/> (2020-03-10)
- Nair, G., Skarin, U., Lindsten, P.O., Bederoff, J. & Hörner Kloos, V. (2018). Hela listan: Sveriges 101 Supertalanger 2018. *Veckans Affärer*. Hämtad från <https://www.va.se/nyheter/2018/01/29/hela-listan-har-ar-sveriges-101-supertalanger-2018/> (2020-05-20)
- Naturskyddsföreningen. (2019). Faktablad: Våra kläder. *Naturskyddsföreningen*. Hämtad från <https://www.naturskyddsforeningen.se/skola/energifallet/faktablad-vara-klader> (2020-05-06)
- Naturskyddsföreningen. (2019). Hållbar konsumtion. *Naturskyddsföreningen*. Hämtad från <https://www.naturskyddsforeningen.se/hallbar-konsumtion> (2020-03-16)
- Naturvårdsverket. (2020). Fakta om textilavfall. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Mark/Avfall/Textilavfall/> (2020-05-31)
- Naturvårdsverket. (2019). Information om hållbar konsumtion av textilier. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Regeringsuppdrag/Information-om-hallbar-konsumtion-av-textilier/> (2020-04-07)
- Naturvårdsverket. (2020). Textilkonsumtion, kilo per person i Sverige. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Textil/?fbclid=IwAR1pvRHZeQo2tDUjixnOEQF8ZjB822Ex-2hwAWd1BUdF0Wj8RCF7EriHgk> (2020-05-31)
- Rave Review. (u.å.). About. Hämtad från <https://www.rave-review.com/about/> (2020-03-10)
- Rave Review. (u.å.). Shop. Hämtad från <https://www.rave-review.com/shop/> (2020-05-14)

Regeringskansliet. (u.å.). 17 globala mål för hållbar utveckling. *Regeringskansliet*. Hämtad från <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/17-globala-mal-for-hallbar-utveckling/> (2020-04-21)

RISE, Research Institutes of Sweden. (u.å.). Bolagsstyrning. *RISE*. Hämtad från <https://www.ri.se/sv/om-rise/bolagsstyrning> (2020-04-21)

RISE, Research Institutes of Sweden. (u.å.). “De mest hållbara plaggen finns redan i våra garderober”. *RISE*. Hämtad från <https://www.ri.se/sv/berattelser/de-mest-hallbara-plaggen-finns-redan-i-vara-garderover> (2020-04-21)

Science Park Borås. (2020). Rave Reviews mode och affärsidé redo för nästa nivå. *Science Park Borås*. Hämtad från <https://www.scienceparkboras.se/2020/01/rave-reviews-mode-och-affarside-redo-for-nasta-niva/> (2020-03-10)

Science Park Borås. (u.å.). Science Park Borås. *Science Park Borås*. Hämtad från <https://www.scienceparkboras.se/science-park-boras/> (2020-04-28)

Segran, E. (2019). Recycled plastic isn't going to save us. *Fast Company*. Hämtad från https://www.fastcompany.com/90429087/recycled-plastic-isnt-going-to-save-us?fbclid=IwAR2JDozdvh_Xc3pwR0wguBac2FGqVouaDitv2p7r9q5vnnzLSWV-2s3_ca8 (2020-03-12)

Sveriges Riksdag. (2016). Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy. *Sveriges Riksdag*. Hämtad från https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/arende/betankande/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och_H401CU2 (2020-04-21)

SVT Nyheter. (2019). FN: Klädindustrin släpper ut mer växthusgaser än flygen. *SVT Nyheter*. Hämtad från <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/fn-kladindustrin-slapper-ut-mer-vaxthusgaser-an-flygen> (2020-04-07)

Swedish Stockings. (u.å.). Our Story. Hämtad från <https://swedishstockings.com/pages/our-story> (2020-03-10)

Swedish Stockings. (u.å.). Production & Material. Hämtad från <https://swedishstockings.com/pages/production-material> (2020-03-10)

Swedish Stockings. (u.å.). Rachel Innovations Table. Hämtad från <https://swedishstockings.com/collections/innovation-tables/products/rachel-innovations-table> (2020-05-18)

Swedish Stockings. (u.å.). Recycling Club. Hämtad från <https://swedishstockings.com/pages/recycling-club> (2020-03-10)

Veckans Affärer. (u.å.). Om VA. *Veckans Affärer*. Hämtad från https://www.va.se/Mer_VA/om-va/ (2020-05-31)

WWF. (u.å.). Människans påverkan på klimatet. *WWF*. Hämtad från <https://www.wwf.se/klimat/mansklig-paverkan/> (2020-04-28)

Åström, K. (2019). Second hand fortsätter att växa. *Sveriges Radio*. Hämtad från <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7373979> (2020-05-25)