HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET



ATT IMPLEMENTERA CIRKULÄR EKONOMI INOM SLOW FASHION

En kvalitativ studie av slow fashion-företags möjlighet att implementera den cirkulära ekonomins principer

Rebecka Skoog, Alexandra Olofsson

Enheten för företagsekonomi
Civilekonomprogrammet inom handel och logistik
Examensarbete, VT 2018
Handledare: Peter Hultén

Förord

Vi vill börja med att tacka Karl Johan Bonnedahl för inledande guidning och stöttning kring forskningsområde. Vidare vill vi rikta ett stort tack till vår handledare Peter Hultén som genom vår forskningsprocess återkommande bistått med värdefull kritik och feedback. Sist men inte minst vill vi rikta ett extra stort tack till studiens deltagande företag, utan deras bidrag hade denna undersökning inte varit möjlig att genomföra.

TACK!

Umeå
2018-05-15

Rebecka Skoog

Alexandra Olofsson

Sammanfattning

Efterfrågan på kläder har ökat explosionsartat de senaste åren och beräknas fortsätta att stiga i framtiden. Modeindustrin kantas därav idag av en klädtillverkning med höga volymer och snabb produktionstakt med korta ledtider samt billiga priser. Detta för att erbjuda konsumenten ett större urval av kläder på marknaden. Sett till dessa faktorer har det även blivit vanligt att konsumenten köper flertalet klädesplagg för att därefter kassera dem efter ett fåtal användningar. Denna marknadsstandard med höga produktions- och konsumtionsnivåer har bidragit till att mode- och textilindustrin idag är en stor användare av vatten och kemikalier, varav de anses vara en av de industrier med störst negativ miljöpåverkan. För att skapa en förändring inom de rådande ohållbara förhållandena har *slow fashion* tillkommit. Denna metod arbetar efter att sakta ner konsumtionstakten, förlänga produktens livslängd samt skapa ett högre värde i varje produkt för konsumenten genom en mer genomtänk köpprocess. Det har även identifierats att den ohållbara linjära ekonomin som samhället idag baseras på kan motverkas genom en cirkulär ekonomi. Metoden innebär att öka, förbättra samt förenkla återanvändandet av befintligt material i kretsloppet för att därmed minimera resursanvändningen.

Vad vi identifierat inom både *slow fashion* samt cirkulär ekonomi är att de separat kan påverka den rådande problematiken modeindustrin står inför. Vi finner dock att de ensamma inte kan motverka dessa problem. Studien syftar därmed till att undersöka *slow fashion*-företags arbetssätt för att således identifiera arbetsområden med möjlig förbättringspotential för att utvecklas i linje med den cirkulära ekonomins principer.

För att genomföra denna undersökning har en vetenskapligt förankrad teori presenterats för att utveckla en modell anpassad till studiens syfte. Modellen, som döpts till *Den cirkulära slow fashion modellen,* har baserats på en kombination av *slow fashion* och cirkulär ekonomi för att möjliggöra att undersöka studiens syfte. Denna modell har vidare varit studiens utgångspunkt för insamlad empiri, analys samt slutsats. För att genomföra undersökningen har en kvalitativ forskningsstrategi valts där sju fallföretag deltagit i studien. Genom djupintervjuer har vi studerat de deltagande företagens arbetssätt och därefter analyserat deras tillvägagångssätt utefter *Den cirkulära slow fashion modellen*.

Vi har identifierat att verksamheterna uppfyller tre av sju områden i studiens framtagna modell; produktion, kommunikation samt livslängd. De identifierade bristerna kan ses som områden med mindre brister alternativt större brister. Produktdesign samt försäljning är de områden där de deltagande företagen haft mindre brister medan arbetet med materialval samt avfallshantering identifierats innefatta större brister. Den sammantagna slutsatsen från studien är därmed att det konstaterats finnas utvecklingspotential i *slow fashion*-företags arbetsmetoder. Detta för att kunna utvecklas i linje med cirkulär ekonomi. Vi har därmed konstaterat att modeindustrins negativa miljöpåverkan går att minimera genom att arbet
a utefter *Den cirkulära slow fashion modellen.*

Begreppslista

Certifiering - Ett bevis på att någon är kvalificerad för ett visst jobb eller att något är av god kvalitet (Cambridge Dictionary, 2018a).

Fashion - En klädstil eller ett sätt att bete sig som är populärt vid en viss tidpunkt (Collins, 2018b).

Förnybar resurs - Är en resurs som förnyar sig själv i en tillräckligt hög hastighet för att en hållbar utvinning av resurser inom mänsklig tidsram kan ske. (EIA, 2017)

Hållbar utveckling- Är en utveckling som tillfredställer dagens behov, dock utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov *(*WCED, 1987*)*.

Icke-förnybar resurs - Är en resurs som inte förnyar sig själv i en tillräckligt hög hastighet för att en hållbar utvinning av resurser inom mänskliga tidsram kan se. (EIA, 2017)

Kläd- och modeindustrin - Innefattar design och skrädderi av klädesplagg, modevisning, distribution till återförsäljare och konsumenter samt avfallshantering eller återanvändande (Gardetti & Torres, 2013, s.7).

Kollektioner - En kläddesigners nya kollektion består av nya klädesplagg som har designats för den kommande säsongen (Collins, 2018a).

Second hand - En produkt som är second hand innebär att den inte är ny utan har tidigare använts av någon annan (Cambridge Dictionary, 2018c).

Pre-order - Innebär att en beställning på en vara görs i förväg innan varan finns tillgänglig (Cambridge Dictionary, 2018b).

Textilindustrin - Innefattas de delar som behandlar fiberproduktion, textildesign, spinning av fibermaterial, färgningsprocess, vävning av tyger samt framtagningen av den färdiga produkten (Gardetti & Torres, 2013, s.7).

Trend - Att något blir accepterat eller moderiktigt och många individer gör eller bär samma sak (Collins, 2018c).

Innehållsförteckning

1. Inledning **1**
1.1 Problembakgrund 1
1.1.1 Miljöaspekter inom klädindustrin 2
1.1.2 Fast fashion 2
1.1.3 Slow Fashion 3
1.1.4 Framtidsutsikter för klädindustrin 4
1.1.5 Cirkulär ekonomi 5
1.1.6 Tidigare forskning 5
1.1.7 Problemdiskussion 6
1.2 Problemformulering 7
1.3 Syfte 7
1.4 Avgränsningar 7

2. Teoretiska utgångspunkter **8**
2.1 Val av ämne 8
2.2 Förförståelse 8
2.3 Verklighetssyn och kunskapssyn 9
2.4 Angreppssätt 9
2.5 Forskningsstrategi 10
2.6 Förvärvande av teoretisk referensram 10
2.6.1 Litteratursökning 10
2.6.2 Källkritik 11

3. Teoretisk referensram **13**
3.1 Cirkulär ekonomi 13
3.1.1 Utmaningar med cirkulär ekonomi 16
3.1.1.1 Utmaningar med cirkulär ekonomi i textilbranschen 16
3.2 A New Textiles Economy 17
3.3 Material longlivity och product longlivity 20
3.4 Vanligt förekommande textilmaterial i klädesplagg 20
3.4.1 Naturfibrer 20
3.4.1.1 Fibrer från växter 20
3.4.1.2 Fibrer från djur 21
2.4.2 Konstfibrer 21
2.4.2.1 Fibrer från skog - Regenatfibrer 21
2.4.2.2 Fibrer från olja - Syntetfibrer 22
3.5 Återvinningsprocess av textilmaterial 22

3.6 Sammanfattning av presenterad teori 24
3.7 Den cirkulära slow fashion modellen 25

4. Praktisk metod 29
4.1 Forskningsdesign 29
4.2 Urval 29
4.2.1 Fallföretag 30
4.2.2 Val av respondent 31
4.3 Forskningsetik 31
4.4 Intervjuförfarande 32
4.4.1 Utformning av intervjuguide 32
4.4.2 Genomförande av intervjuer 34
4.5 Kritik mot primärkällor 35
4.6 Hantering av insamlad data 35
4.6.1 Transkribering 35
4.6.2 Framställning av empiri och analys 36

5. Empiri 37
5.1 Sammanfattning av intervjugenomförande 37
5.2 Presentation av företag och respondenter 37
5.3 Materialval 39
5.3.1 Naturmaterial 39
5.3.2 Återvunnet material 40
5.3.3 Konstgjort material 40
5.3.3.1 Regenatfibrer 41
5.3.3.2 Syntetfibrer 41
5.3.4 Sammanfattande tabell 42
5.4 Produktdesign 43
5.4.1 Aspekter vid designande av produkter 43
5.4.2 Säsongsneutralitet 44
5.4.3 Kollektioner 44
5.4.4 Sammanfattande tabell 45
5.5 Produktion 45
5.5.1 Lokalisering och tillvägagångssätt av produktion 45
5.5.2 Kvantitet vid produktion 47
5.5.3 Sammanfattande tabell 48
5.6 Försäljning 49
5.6.1 Försäljningskanaler 49
5.6.2 Reparation av kläder 49
5.6.3 Prissättning 50
5.6.4 Lagerhållning 50

5.6.5 Utförsäljning 51
5.6.6 Sammanfattande tabell 52
5.7 Avfallshantering 53
5.7.1 Sammanfattande tabell 54
5.8 Kommunikation 54
5.8.1 Kommunikation med leverantörer 54
5.8.2 Gemensam vision 55
5.8.2 Kommunikation med konsumenten 55
5.8.3 Sammanfattande tabell 56
5.9 Livslängd 57
5.9.1 Sammanfattande tabell 58

6. Analys 59
6.1 Materialval 59
6.1.1 Materialval sett till Den cirkulära slow fashion modellen 60
6.2 Produktdesign 61
6.2.1 Produktdesign sett till Den cirkulära slow fashion modellen 61
6.3 Produktion 62
6.3.1 Produktion sett till Den cirkulära slow fashion modellen 63
6.4 Försäljning 63
6.4.1 Försäljning sett till Den cirkulära slow fashion modellen 65
6.5 Avfallshantering 65
6.5.1 Avfallshantering sett till Den cirkulära slow fashion modellen 67
6.6 Kommunikation 67
6.6.1 Kommunikation sett till Den cirkulära slow fashion modellen 68
6.7 Livslängd 68
6.7.1 Livslängd sett till Den cirkulära slow fashion modellen 69
6.8 Sammanställning av verksamheternas arbetsmetod utefter Den cirkulära slow fashion modellen 70

7. Slutsatser 73
7.1 Slutsats 73
7.2 Praktiska rekommendationer 75
7.3 Teoretiskt bidrag 76
7.4 Framtida forskning 76

8. Etisk diskussion 78

9. Sanningskriterier 79
9.1 Tillförlitlighet 79
9.2 Äkthet 80

Referenslista 81

Appendix 1 - Intervjuguiden ……...…….……... 86

Förteckning av figurer och tabeller

Figurer

Figur 1. Illustration av en slow fashion jumper till vänster (Chaleca, u.å) samt en fast fashion jumper till höger (H&M, 2018) ……..……..……..……..……..……..…… 4

Figur 2. Illustration av cirkulär ekonomi. (European Environment Agency, 2016, s.10) ……. 14

Figur 3. Illustration av *A new textilies economy*. (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.22) ……. 18

Figur 4. Processen för en mekanisk och kemisk återvinningsmetod. ……..……..…….. 24
(Naturvårdsverket, 2014, s.26). s.33

Figur 5. Illustration av *Den cirkulära slow fashion modellen*. ……..……..……..…….. 26

Figur 6. Illustration av de deltagande företagens arbete sett till Den cirkulära slow fashion …….. 71
modellen.

Tabeller

Tabell 1. Sammanfattning av intervjuguiden ……..……..……..……..……. 33

Tabell 2. Sammanfattning av studiens intervjugenomförande ……..……..……..…….. 37

Tabell 3. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande materialval ……. 42

Tabell 4. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande produktdesign ……... 45

Tabell 5. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande produktion ……..…..... 48

Tabell 6. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande försäljning …….. 52

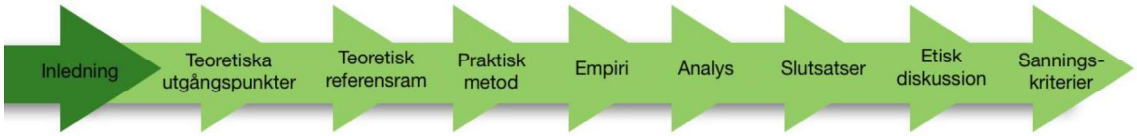
Tabell 7. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande avfallshantering …….. 54

Tabell 8. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande kommunikation. …… 56

Tabell 9. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande livslängd ……..... 58

1. Inledning

I det inledande kapitel presenteras en redogörelse av bakgrunden och problematiken inom studiens valda område. Följaktligen förs en problemdiskussion inom området samt presenteras tidigare forskning. Detta leder sedan vidare till den identifierade problemformuleringen samt studiens syfte. Kapitlet avslutas med de avgränsningar som tagits hänsyn till i studien.



1.1 Problembakgrund

Varje år kalkyleras Earth Overshoot Day, ett mått baserad på United Nations publicerade statistik rörande mänsklighetens totala konsumtion under ett år med jordens kapacitet att regenerera naturliga resurser under samma tidsperiod. Med detta beräknas den tidpunkt på året där jordens naturresurser inte längre kan återskapas i den takt som de konsumeras. År 1971 inföll denna dag 21 december medan den 2017 skedde 2 augusti. Efter detta datum betyder det med andra ord att vi konsumerar över jordens kapacitet och den totala konsumtionen under 2017 motsvarar en användning av 1.7 jordklot (Earth Overshoot Day, 2017). För att motverka denna negativa trend har United Nation, bland många andra, arbetat med dessa frågor under en längre tid. Den 25 September 2015 hölls UN:s toppmöte i New York där de globala målen antogs för en hållbar utveckling sett till tre dimensioner: sociala, ekonomiska och miljö. Dessa mål innefattas av 17 områden, vilket utgör den mest ambitiösa agendan för hållbar utveckling som någonsin antagits, och ska arbetas med fram till 2030 (United Nation Development Program, 2016, s.2).

United Nations (u.å) belyser i mål 12 vikten att arbeta med främjandet av hållbara konsumtions- och produktionsmönster för att motverka bestående miljörelaterade skador på planeten. Inom de närmaste två årtiondena beräknas det globala välståndet höjas, vilket sett till individen är en positiv utveckling. Samtidigt kommer detta leda till att efterfrågan på planetens redan begränsade resurser kommer öka. United Nations (u.å) prognoser visar på att om den globala populationen går från dagens 7.6 miljarder till 9.6 miljarder människor 2050 krävs det nästintill tre planeter för att förse samhällets nuvarande konsumtions- och produktionsmönster.

Ökad urbanisering, teknologisk utveckling och demografiska förändringar har sedan den industriella revolutionen bidragit till en ökad produktionstillväxt. Enligt mikroekonomiska grundprinciper har företag, för att öka nyttan när marginalfördelarna ökat snabbare än marginalkostnaderna, blint ökat produktionstakten för en större vinstgenerering. Denna produktionsutveckling har lett till en ekonomisk tillväxt som har präglat andra hälften av 1900-talet (Lawn, 2007 refererat i Kobza & Schuster, 2016). Utvecklingen har bland annat influerat klädindustrin som i större utsträckning därefter arbetar utefter korta ledtider, snabba produktioner och ökat antal modesäsonger. Detta som ett resultat av minskade material- och

arbetskraftskostnader (Fletcher, 2010 s.260). De låga kostnaderna har gjort det möjligt att sälja produkterna till lägre priser och konsumenter har därav börjat se kläder som en ersättningsbar tillgång (Hall, 2017 s.3). Det disponibla agerandet blir extra tydligt sett det faktum att motsvarande en sopbil med textilier deponeras alternativt bränns upp varje sekund i världen (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.37). Ellen MacArthur Foundation (2017, s.36) belyser dock att användandet av kläder skiljer sig i världen där nyttjandet av ett enskilt klädesplagg är högre i låginkomstländer än vad det är i höginkomstländer. Detta visar på att höginkomstländer i större utsträckning bidrar till detta problematiska konsumtionsbeteende.

1.1.1 Miljöaspekter inom klädindustrin

Ur ett hållbart perspektiv har ett disponibelt synsätt på kläder och en hög produktionstakt en betydande belastning på miljön då textiltillverkningsprocessen kännetecknas av hög användning av resurser såsom vatten, el, bränsle och kemikalier (Parisi et al. 2015 s.1). Enligt Ellen MacArthur Foundation (2017, s.38) används 98 miljoner ton icke-förnybara resurser per år inom textilindustrin.

Resta et al (2016, s.620) har identifierat en rad utmaningar relaterat till nämnda problem inom branschen. En av utmaningarna är problematiken att återvinna använda textilier samtidigt som kvalitén i materialet bibehålls. Detta då flertalet av slutprodukterna består av flera olika fibertyper vilka då är svåra att separera från varandra under återvinningsprocessen (Franco, 2017, s.835). På grund av denna svårighet återvinns därav mindre än 1 % av material som nyttjas i klädtillverkningen för att därefter används till nya klädesplagg (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.37). Ytterligare problem innefattas av att produktionsprocessen är resursintensiv där det exempelvis i genomsnitts används 1,6 miljoner liter vatten för cirka 8000 kg tyg under en dags produktion i en medelstor textilfabrik (Kant, 2012, s.23). För hela industrin motsvarar vattenanvändningen i textilproduktionen omkring 255 miljoner kubikmeter vatten per dag och 4 % av världens totala användning av färskvatten (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.38). Denna stora vattenanvändning förklarar Franco (2017, s.835) är på grund av processen av torkning samt blötläggning av tyger i tillverkningsprocessen som exempelvis färgning och blekning av material. Textilindustrin står även för 20 % av världens förorening av vatten (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.20) och klassificeras därmed som den andra största förorenare av rent vatten i världen (United Nations, u.å.). Detta grundar sig i att textilindustrin är världens mest kemikalieintensiva industri (Kant, 2012, s.22) med en användning av mer än 8 000 kemikalier genom de olika processerna i tillverkningen (Kant, 2012, s.23).

Ellen MacArthur Foundation (2017, s.39) identifierar även plast som tillförs till havet som ytterligare en utmaning textilindustrin står inför, detta då plats bidrar med negativa miljö- och hälsoaspekter. Varje år bidrar användningen av klädesplagg som producerats av mikrofibrer av plast, såsom polyester, nylon och akryl, till utsöndringen av en halv miljon ton mikroplaster i hav och vattendrag. Detta sker i samband med tvätt av dessa klädesplagg, vilket motsvarar en kvantitet av hela 50 miljarder plastflaskor som tillförs i havet i form av mikrofibrer.

1.1.2 Fast fashion

I takt med klädtillverkningens ökade volym- och produktionstakt, minskade kostnaderna och kortare ledtider innebär det för konsumenten att ett större urval av kläder till billigare priser finns tillgängliga på marknaden (Fletcher, 2010, s.260). De lägre priserna har, bland annat,

resulterat i en förändring av köpes- och användarvanor hos konsumenterna där det är allt vanligare att köpa flertalet klädesplagg för att därefter kassera dem efter ett fåtal användningar. Detta grundar sig delvis i att textilkvalité och klädesplaggets konstruktion har låg standard och är därmed inte designad för ett långsiktigt användande (Fletcher, 2010, s.262).

Istället för att följa de traditionella modecykler på 6 månader från catwalk till konsument, vilka har varit centrala inom modeindustrin fram till 1990-talet (Joy et al. 2012, s.275), har modeindustrin idag gått mot kortare ledtider där nya designs kan introduceras i butikerna inom två veckor (Hall, 2017, s.3). Den korta ledtiden resulterar även i att klädföretagen har möjligheten att snabbt anpassa sig till nya trender för att därefter erbjuda nyheter i butiken var och varannan vecka. Detta stimulerar köpesviljan hos konsumenterna att på sådant sätt inhandla nya varor (Fletcher, 2010, s.262). Clark (2008, s.428) associerar denna metod med företag såsom Zara och H&M. Zara erbjuder 24 nya kollektioner varje år, medan H&M erbjuder mellan 12 till 16 nya kollektioner där de uppdateras varje vecka (McKinsey, 2016, s.32).

Enligt Eurostat (2017) har omsättning och försäljning inom detaljhandeln för textil, kläder samt skor ökat inom Europa. Trots finanskrisen 2007, där industrins omsättning påverkats negativt likt många andra branscher, har försäljningen under ett intervall av 10 år ökat. Mellan 2008 till 2017 skede en tillväxt på 5.3 procentenheter där 3.2 procentenheter utav detta skedde mellan år 2016 till 2017.

Detta fenomen med snabbare produktionscykler och högre omsättning av kläder hos konsumenterna definieras idag som *fast fashion*. Ordet "fast" syftar ursprungligen till ett ekonomiskt hävstångsverktyg för att öka produktkvantiteten och vinstgenereringen. Detta har resulterat i den ökade klädomsättningen som karaktäriserar modehandeln i västvärlden idag (Fletcher, 2010 s. 260). Det är beräknat att mer än hälften av de klädesplagg som produceras inom *fast fashion* kasseras inom loppet av ett år (Remy et al, 2016). Det genomsnittliga antalet gånger ett klädesplagg används innan det slängs har under de senaste 15 åren minskat med 36 %, där vissa klädkategorier används så lite som mellan 7 till 10 gånger (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.19).

1.1.3 Slow fashion

På senare tid har många av de tidigare nämnda miljörelaterade problem inom klädproduktion uppmärksammats av både konsumenter och modeföretagen i allt högre utsträckning (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.22). För att skapa en förändring inom *fast fashion* och dess negativa påverkan på miljön och gå mot ett mer hållbart konsumtions- och produktionstänk har *slow fashion* utformats (Fletcher, 2007, 61).

Slow fashion, till skillnad från *fast fashion*, karaktäriseras av mindre företag (Clark, 2008, s.443) med småskalig produktion, anskaffning och användande av lokala material i lokala produktionsanläggningar samt traditionella produktionstekniker. De kännetecknas även ofta av handgjorda produkter, tidlös och trendlös design, långsammare ledtider samt stort fokus på produkter med hög kvalitet, längre hållbarhet och högre priser (Fletcher, 2010, s.264). Strävan mot bättre kvalitet, tidlös design och högre priser är för att frångå ett köpbeteende där produkten i sig saknar ett värde för konsumenten och därmed snabbt kasseras. *Slow fashion* vill därmed uppmuntra till att sakta ner konsumtionstakten, förlänga produktens livslängd

samt skapa ett högre värde i varje produkt hos konsumenten genom en mer genomtänkt köpprocess (Clark, 2008, s.428). Begreppet innefattar en rad typer av företagsmodeller inom modeindustrin; hållbart och ekologiskt mode, etiskt mode, lokalt tillverkat, vintage samt secondhand (Cataldi, Dickson, and Grover 2013, s.24).

Slow fashion ska dock i misstag inte uppfattas som en direkt motsats till *fast fashion* då begreppet även karaktäriseras av säregna egenskaper. Dessa innefattas bland annat av en ökad medvetenhet av modeindustrins påverkan på samhället och ekosystemet längs hela livscykeln samt större kunskap hos konsumenter om hur enskilda produkter produceras (Clark, 2008, s.428). Trenden med *slow fashion* möjliggör för en mer hållbar framtid, vilket kräver en omdefinition av mode som istället ser till långsamma principer och ageranden inom branschen (Clark, 2008, s.444), sådana som diskuterats i stycket ovan.



Figur 1. Illustration av en slow fashion jumper till vänster (Chaleca, u.å) samt en fast fashion jumper till höger (H&M, 2018)

Ovanstående figur illustrerar klädesplagg från två verksamheter som identifierats som *slow fashion* respektive *fast fashion*. Den stickade jumpern till vänster säljs av ett uttalat *slow fashions*-företag medan den till höger härleds till ett *fast fashion*-företag. Det som framgår av bilderna är det inga större visuella skillnader mellan klädesplaggen. Som presenterats tidigare existerar dock flertalet skillnader i processen vid tillverkning, försäljning av klädesplagget samt hur det är tänkt att användas.

1.1.4 Framtidsutsikter för klädindustrin

Efterfrågan på kläder fortsätter att öka snabbt (Remy et al, 2016) och skulle konsumtionen fortsätta i den takt som beräknas skulle den totala försäljningen av kläder nå 160 miljoner ton år 2050 (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.21). I en publikation från Ellen MacArthur Foundation (2017, s21) förklaras att detta motsvarar en mängd som är tre gånger så stor som försäljningen 2015. Denna ökning skulle bidra till att användningen av icke-förnybara resurser ökar från 98 miljoner ton till 300 miljoner ton år 2050. Författarna fortsätter att förklara att problematiken med att mikrofibrer av plast, vilket vanligtvis används i kläder och utsöndras i havet vid tvätt, kommer även det öka i takt med en ökad konsumtion. Det

beräknas att utsläpp av plastfibrer kommer uppgå till 22 miljoner ton mellan åren 2015 och 2050 (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.21). Dessa konsekvenser, till följd av den ökade konsumtionstakten som är beräknad, är potentiellt katastrofala för samhället och miljön om inga åtgärder tas (Kärrman et al, 2016, s.6).

För att genomföra en förändring som är hållbar på sikt räcker det inte att endast reducera den påverkan dagens linjära ekonomiska modell har på samhället, detta genom exempelvis mer effektiv produktionsteknik eller mindre resursanvändning. Vad som krävs är istället att arbeta med grundorsaken till uppkomsten av resursanvändningen (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.22). Det identifierar författaren vara ett ohållbart synsätt på klädesplaggets livslängd samt att mängden återvunna klädesplagg är låg efter användning.

1.1.5 Cirkulär ekonomi

Cirkulär ekonomi representerar ett alternativt synsätt till den dominerande linjära ekonomiska modellen som samhället baseras på idag (Murray, 2015, s.371). Den linjära ekonomin baseras på antagandet att naturresurser är lättillgängliga, finns i stora mängder samt är enkla att utvinna, förutsättningar som inte överensstämmer med verkligheten (European Environment Agency, 2016, s.9). Produktionen som sker inom den linjära modellen leder till förstörelse av miljön genom bland annat förödande avverkning, förorening samt minimering av jordens resurser (Murray, 2015, s.371). Det blir därmed inte ett hållbart förhållningssätt av naturresurser då det i många fall närmar sig, och i vissa fall överstiger, världen planetariska gränser av tillgängliga resurser (Steffen et al, 2015, s.1). Cirkulär ekonomi, till skillnad från linjär ekonomi, har ett mer lämpligt och miljövänligare perspektiv på användandet av resurser genom att minimera uppkomsten av nya resurser i den ekonomiska modellen (European Environment Agency, 2016, s.9). Enligt Murray (2015, s.371) syftar denna modell till att ge naturen möjlighet att bibehålla sina egna naturliga cykler som exempelvis vattnets kretslopp. Detta genom att minska användandet av resurser från dessa cykler och samtidigt minska tillförseln av annat material som inte tillhör cykeln, såsom kemikalier och plast. Även menar författaren att återvinning är en annan viktig princip för cirkulär ekonomi där återanvändning av resurser uppmuntras. Genom att öka livslängden på produkter, genom förbättrade tillverkningsprocesser samt underhåll, kommer behovet av att byta ut produkter minska och därmed även så belastningen på naturens resurser. De tre R:en har därav kommit att bli ett centralt koncept inom den cirkulära ekonomin som syftar till; Reduce, Reuse och Recycle (Murray, 2015, s.371).

1.1.6 Tidigare forskning

I vår litteratursökning kunde vi konstatera att cirkulär ekonomi har en diversifierad bakgrund som Ghisellini et al (2016, s.24) menar har rötter inom både ekologisk ekonomi, miljömässig ekonomi samt industriell ekologi. Forskningen kan spåras tillbaka till början av år 1990 och har på senare år enligt Franco (2017, s.834) blivit allt mer uppmärksammat på både nationell-, företags- samt forskningsnivå. Lieder och Rashid (2016, s.39) stärker detta genom att påvisa att det har varit en stark publikationsökning där antalet artiklar under 2015 hade dubblats i antal sedan 2012. Stor del av denna forskning har vi funnit riktade mot marknadsrelaterade problem i Kina, men att geografiskt oberoende artiklar har även fått utgöra en betydande del. Från vår litteratursökning framgick det att studier inom cirkulär ekonomi, utifrån ett globalt perspektiv, till stor del diskuterat och analyserat resursanvändning och miljömässiga effekter. Vidare fann vi att ämnet inte är lika studerat ur ett företagsperspektiv då det enbart fanns ett fåtal studier som behandlade konkreta strategier

vid implementering, hur verksamheter kan utvecklas inom området samt problemområden. Detta är även något som Ghisellini et al (2016, s.24) belyser saknas inom ramen för den cirkulär ekonomins forskning. Därav har den forskningsstrategi som förekommit i tidigare publicerad forskning primärt fokuserat på ett samhällsenligt perspektiv med fokus på cirkulär ekonomi i ett makroperspektiv. Detta gäller för båda de två identifierade metoderna; kvalitativ samt kvantitativ forskningsstrategi. Då även mycket av forskningen gjorts i Kina begränsas i vårt tycke generaliserbarheten på grund av aspekter såsom levnadsstandard, kulturella skillnader samt samhällsstruktur.

Vi har dock funnit att ett fåtal författare, däribland, Ellen MacArthur Foundation (2013) konkretiserat och utvecklat modeller för att bistå företag med verktyg för att underlätta den cirkulära ekonomins implementering. Organisationen har återkommande refererats till i närmare alla artiklar vi tagit del av från efter år 2014 och har enligt Franco (2017, s.834) varit starkt bidragande till att utveckla cirkulär ekonomins principer.

I kontrast med cirkulär ekonomi har forskningen inom *slow fashion* varit färre till antal. Det framgick i vår litteratursökning att studier primärt behandlat generella karaktärsdrag av marknaden samt fokuserat på ett kundrelaterat perspektiv sett till köpbeteenden. Detta stämmer överens med Halls (2013, s.284-285) sammanställning av forskning inom ämnet som påvisar ett liknande resultat. Under vår sökning inom forskningsområdet var det därav tydligt att det fanns ett forskningsgap inom *slow fashion* sett till företagens perspektiv. Trots kännetecknande karaktärsdrag som återkommer hos flertalet författare menar Watson och Yan (2013 s.141) att den akademiska förståelsen inom området är ofullständig. Att *slow fashion* som forskningsområde är relativt nytt var märkbart då de artiklar som publicerats inom området till största del innefattas av ett tidsspann på 10 år bakåt i tiden, då den äldsta relevanta artikeln vi använder oss utav är publicerad 2007 av Kate Fletcher. Denna artikel har även används i stor utsträckning i flertalet relevanta artiklar inom området som är publicerade senare i tiden. Den forskningsstrategi som vi identifierat använts i tidigare publicerade studier har vanligtvis varit kvalitativa studier. Det har därmed enbart genomförts ett fåtal kvantitativa undersökningar. Detta uppfattar vi grundar sig i det faktum att forskningsområdet är relativt nytt och forskare försökt öka förståelsen inom ämnet, något Pookulangra och Shephard (2013, s.203) stärker. Vi anser dock att avsaknaden av kvantitativa forskningsstrategin är i framtiden nödvändigt genomföra i högre grad för att på sådant sätt öka generaliserbarheten av resultaten kring *slow fashion*.

1.1.7 Problemdiskussion

Både företag verksamma inom *slow fashion* och *fast fashion-företag* har vi uppmärksammat arbetar med hållbarhetsarbete. Det vi dock ser skiljer verksamheterna åt, sett till definitionerna av begreppen, är vart hållbarhetsarbetet implementeras inom företaget. *Slow fashion*-företag implementerar hållbarhet i större utsträckning i företagets grundvärderingar och utgår därefter från dessa i verksamhetens operativa samt strategiska arbete. *Fast fashion* ser vi i större utsträckning är företag som implementerat hållbarhetsarbete i ett senare skede där det till större del omfattas av att minimera verksamhetens påverkan på samhället. En skillnad ligger därför kvar i att *fast fashion*-företag bland annat bibehåller en kort livscykel på sina produkter, vilket i sig har en stor miljöpåverkan. Detta samtidigt som *slow fashion* både arbetar med längre livscykler för att motverka samt minimera textilindustrins miljöpåverkan.

Vi ser att de längre cykler som *slow fashion* arbetar med kan bidra till att motverka de negativa konsekvenser som modeindustrin och konsumtionsmönster genererar, dock anser vi att det inte är tillräckligt för att lösa de framtidsprognoser som Ellen MacArthur Foundation (2017, s.22) presenterar. Då *slow fashion* inte uttalat arbetar med andra problematiska aspekter inom modeindustrin såsom återvinningsprocesser och val av material anser vi att det saknas väsentliga delar för att lösa dessa presenterade negativa konsekvenser. Cirkulär ekonomi däremot tar hänsyn till dessa aspekter då modellen motarbetar det linjära perspektivet av resurser och vill öka, förbättra samt förenkla återanvändandet av befintligt material i kretsloppet. Modellen tar dock inte hänsyn till, i den utsträckning som krävs inom klädindustrin, produktens livslängd. Av denna anledning bistår inte heller cirkulär ekonomi med en komplett lösning utefter den presenterade problematiken inom modeindustrin, idag eller i framtiden. Det vi därav vill se till är huruvida det går att kombinera dessa två aspekter för att finna en optimal lösning på hur företag bör agera för att minimera de negativa effekterna industrin har på miljön. Sett till den bristande forskningen inom *slow fashion* och cirkulär ekonomi ur ett företagsperspektiv finner vi även att områdena har utvecklingsmöjligheter. Då det inte heller har identifierats någon sammankoppling mellan de två ämnena inom modeindustrin ser vi en forskningspotential i att kombinera de två områdena.

1.2 Problemformulering

Utefter presenterad fakta i problembakgrunden har vi identifierat följande problemformulering:

"Hur kan slow fashion-företag utvecklas i linje med cirkulär ekonomi och därmed minimera modeindustrins negativa påverkan på miljön"

1.3 Syfte

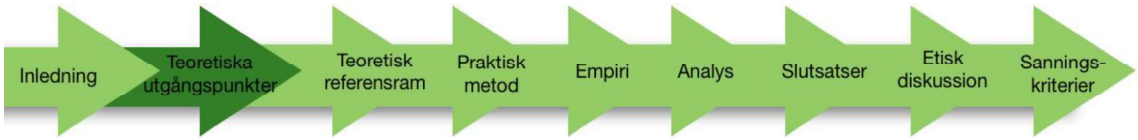
Syftet med denna studie är att undersöka *slow fashion*-företags arbetsmetodik för att identifiera vilka arbetsområden de eventuellt kan utveckla för att kunna arbeta i linje med cirkulär ekonomins principer. Detta för att eftersträva ett arbetssätt för företag inom klädindustrin som bidrar med minskad miljöpåverkan, något som framtidsprognoser inom industrin påvisar vara av vikt att behandla.

1.4 Avgränsningar

I denna studie har vi valt att avgränsa området inom *slow fashion* och *cirkulär ekonomi* utifrån ett företagsperspektiv där de studerade företag är verksamma inom klädbranschen. Vidare studeras endast företag som själva är delaktiga i hela produktionsprocessen och därmed säljer företagets egna varumärke. Detta då vi vill se till hur företagen arbetar inom alla olika delar i verksamheten med allt från design, anskaffning, produktion, marknadsföring, försäljning och returflöden. I studien är svenska företag som arbetar utefter *slow fashions* principer deltagande. Vi ser dock inte att studiens resultat av denna anledning automatiskt avgränsas till att enbart spegla den svenska marknaden. Detta då köp- och produktionsbeteenden är globala samt att värdekedjor är utspridda över hela världen. Slutligen avgränsas denna studie till att studera miljörelaterade frågor inom det valda området. Detta både utefter ett personligt intresse samt att *slow fashion* samt cirkulär ekonomi är starkt förknippad med ett miljöinriktat fokusområde.

2. Teoretiska utgångspunkter

I följande avsnitt presenteras valet av forskningsområde samt de teoretiska, praktiska, och personliga förförståelser vi sedan tidigare besitter. Därefter förklaras den verklighetssyn, kunskapssyn samt angreppssätt som ligger till grund för studiens genomförande. Vidare presenteras forskningsstrategin tillsammans med de tillvägagångssätt vi använt vid förvärvning av den teoretiska referenser. Detta i form av litteratursökning och källkritik.



2.1 Val av ämne

Då vi som genomför studien båda studerar Civilekonomprogrammet med inriktning mot handel och logistik, är intresserade av hållbarhet samt arbetat inom modebranschen fann vi det intressant att kombinera våra intressen i denna undersökning. Som många andra konsumerar vi själva kläder och har uppmärksammat det faktum att många av företagen erbjuder "nyheter varje vecka", något som vi kommit att funderat på hur hållbart det är i längden. Vi har kommit i kontakt med begreppen *slow fashion* samt cirkulär ekonomi genom de hållbarhetskurser vi läst utöver våra ordinarie studier, två koncept vi funnit väldigt intressanta och vill undersöka vidare. I vår utbildning har vi fått fördjupa oss inom både handel och hållbarhet men har saknat en fullständig kombination av båda områden, vilket vi därmed vill ta möjligheten till i detta examensarbete. Vi båda anser att hållbarhet är ett otroligt aktuellt ämnesområde och att det finns stor utvecklingspotential inom modebranschen, en kombination vi gärna vill arbeta med efter våra universitetsstudier.

2.2 Förförståelse

Vår teoretiska förförståelse grundar sig i de teoretiska kunskaper vi insamlat fram till studiens början, vilket till stor del kommer från vår utbildning på Umeå Universitet Under vår utbildning har vi bland annat läst kurser som behandlar handels-, logistik- och affärsstrategier där hållbarhet genomsyrat innehållet. Vi har även båda deltagit i en extern utbildning från Sustainergies Academy som behandlar hållbarhet på företagsnivå där vi under utbildningen löste verkliga företagsproblem relaterat till hållbarhet. Vårt personliga intresse inom handel och hållbarhetsområdet har även bidragit till egen efterforskning, vilket har resulterat i utökad kunskap inom området.

Utöver den teoretiska förförståelsen har vi även en praktisk förförståelse då vi båda har erfarenheter av arbete inom handel- och modebranschen. Dessa innefattas av försäljnings- samt inköpsarbete inom både mindre och stora modeföretag vilket bidragit till vår förförståelse om hur de olika företagens verksamheter fungerar på en operativ nivå.

Den personliga förförståelsen är även den viktig att understryka då vi, enligt Bryman och Bell (2013, s. 52), med våra tidigare teoretiska kunskaper och praktiska erfarenheter kan lägga personliga värderingar inom det studerade området. Vi båda har, som tidigare nämnt, ett stort

intresse av hållbarhet och är medvetna konsumenter vad gäller hållbarhetsarbete hos de företag vi väljer att konsumera från. För att undvika att studiens slutresultat påverkas i större utsträckning försöker vi eftersträva objektivitet i arbetet, både vid insamlad data men även vid exempelvis utformning av intervjufrågor. Vi är dock är medvetna om att våra intressen samt tidigare kunskaper och erfarenheter omedvetet kan färga arbetet något.

2.3 Verklighetssyn och kunskapssyn

Vi ska i denna studie öka förståelsen för hur *slow fashion*-företag arbetar för att således identifiera eventuella förbättringsåtgärder i verksamheternas arbetsprocesser. Studiens verklighetssyn kommer därmed att baseras på ett konstruktionistiskt synsätt där uppfattningen är att sociala aktörer bidrar till att skapa verklighetens utformning (Bryman & Bell, 2013, s. 43). Detta grundar sig i att modebranschen, den industri de studerade företagen är verksamma inom, menar vi påverkas i hög grad av sociala faktorer samt aktörer i omgivningen. Exempelvis är branschens kontinuerligt förändrade trender något som utformas efter samhällets socialt konstruerade syn på mode. Trots att de deltagande verksamheterna kommer att beskriva dess arbetsmetoder med en objektiv framtoning ser vi därmed att de påverkas i hög grad av en socialt konstruerad omgivning.

Vi ser även att verksamheternas sociala kontext kan komma att påverkas ytterligare genom det faktum att datainsamlingen sker i ett socialt sammanhang, trots att vi som intervjuare vill bibehålla en objektiv framhållning. Fastän noggranna förberedelser och åtgärder vidtas före en datainsamling genomförs är vi som forskare, enligt Berger & Luckman (1966, s.210), en del av den sociala kontexten. Därmed influerar vi även respondentens verklighetssyn, något som bidrar till att vi som forskare till viss del är med och skapar det insamlade datamaterialet. Detta stämmer även överens med den konstruktionistiska verklighetssynen.

Då vi undersöker eventuella förbättringar i de deltagande företagens arbetsmetoder är det av vikt att vi först förstår verksamheterna för att kunskapen ska bli så tillförlitlig som möjligt. Eftersom att företagen påverkas av en social kontext ser vi därmed att arbetsmetoderna potentiellt skiljer sig, varav det inte finns ett rätt sätt att arbeta på. Datamaterialet som inhämtas till studien är då baserad på perspektiv samt ageranden i verksamheternas arbetsprocesser, där vi menar att skillnader kan förekomma utefter företagens individuella förutsättningar. Vi kommer därav att anta en hermeneutistisk kunskapssyn då denne innebär att ageranden tolkas och analyseras för att därigenom förstå företagens omkringliggande faktorer och situationer (Bryman & Bell, 2013, s. 38).

2.4 Angreppssätt

Studiens undersökning grundas på teorier inom *slow fashion* och cirkulär ekonomi vilket även utgör grunden för studiens intervjuguide samt insamlade datamaterial. Vår studie ämnar därav att undersöka *slow fashion*-företags arbetsmetodik baserat på de teoretiska utgångspunkter i studien. Detta ligger till grund för att vi sedan undersöker eventuella skillnader mellan teorierna och verksamheternas arbetsmetoder. Studiens syfte är därmed att tolka den insamlade datan gentemot den teoretiska referensramen för att därefter belysa potentiella utvecklingsområden. Sammantaget antar vi därav vad Bryman och Bell (2013, s.31-34) benämner som ett deduktivt angreppssätt.

2.5 Forskningsstrategi

För att uppnå studiens syfte finner vi det av vikt att skapa en djupgående förståelse av företagens tillvägagångssätt. Detta för att finna eventuella skillnader och likheter i verksamheternas arbetsmetoder sett till studiens teoretiska referensram – något som möjliggör för ökad förståelse kring vad verksamheterna potentiellt kan utveckla i sin arbetsmetodik. För att göra detta menar vi att det krävs ingående och förklarande information kring företagens agerande samt de bakomliggande resonemangen till dessa. För att uppnå detta kommer vi därmed anta en kvalitativ forskningsstrategi, något Alvehus (2013, s.80) menar att metoden möjliggör för.

Då vi ämnar att förstå en eventuell utvecklingspotential inom *slow fashion*-företags arbetsmetoder ser vi möjligheten att kunna överföra insikterna till större delar inom klädindustrin för att således minimera de negativa miljöeffekterna de genererar. Då Bryman & Bell (2013, s. 421) belyser att den kvalitativa studiens syfte är att resultaten ska kunna överföras till andra kontexter, snarare än att enbart generalisera resultatet inom en relevant population, ser vi att studiens metodval är lämplig. Verksamheter som arbetar med *slow fashion* inom modebranschen har även identifierats vara få, vilket gör att vi finner att en kvantitativ undersökning skulle resultera i svårigheter att uppnå mättnad i det empiriska materialet. Då det studerade området även är relativt nytt ser vi större nytta i att skapa en ökad förståelse inom området snarare än att se befintliga mönster, vilket vi gör genom en kvalitativ forskningsstrategi.

I den kvalitativa forskningsstrategin har vi även valt att genomföra intervjuer för att möjliggöra, genom att få en djupgående förklaring av respondenterna, förstå hur och varför de agerar som de gör i olika situationer. Detta menar Alvehus (2013, s.80) är förutsättningar som en undersökning baserat på intervjuer kan bidra till.

2.6 Förvärvande av teoretisk referensram

2.6.1 Litteratursökning

Studien baseras till stor del på vetenskapliga artiklar som inhämtats genom att genomföra en grundläggande sökning bland den befintliga forskningen. Sökningen har främst skett genom att nyttja Umeå Universitets databas då denne omfattar en mängd olika databaser som därmed skapar en bredd i sökningen av material. De databaser som primärt har använts är EBSCO Business Source Perminer/Complete, SAGE Journals, Taylor & Francis samt Elsevier ScienceDirect Journal. Dessa tillhandahåller vetenskaplig information i olika publiceringsformer som relaterar till företagsekonomiska samt samhällsvetenskaplig information. Vi fann dessa relevanta att utgå från i vår litteratursökning, vilket Bryman & Bell (2013, s.123) stärker då de anser att den sistanämda databasen, EBSCO Business Source Premier/Complete, är en tillförlitlig databas när företagsekonomiska studier ska genomföras. Då endast en databas inte anses som heltäckande enligt Backman (2016, s.78) har vi breddat vår litteratursökning till att innefatta flertalet databaser för att få en överskådlig bild av ämnesområdet. Ett fåtal vetenskapliga artiklar, som vi funnit via andra relevanta studiers referenslista, fanns inte tillgängliga via ovan nämnda databaser vilket gjorde att vi kompletterat vårt sökande med Google Scholar. Där baseras sökresultatet utifrån hur ofta en publikation citeras i andra artiklar, vilket enligt Bryman (2011, s.114) underlättar att bedöma trovärdigheten av publikationens innehåll.

De sökord vi primärt använt har varit: *slow fashion*, *fast fashion*, *sustainability*, *fashion industry* samt *circular economy*. Dessa sökord har vi funnit relevanta att använda både kombinerat, separat men även tillsammans med andra mindre frekventa sökord som exempelvis *textile industry*, *environment, textile materials* eller *consumption*. Vi har valt att söka efter information på engelska då utbudet av relevanta artiklar var markant högre än när vi sökte på svenska sökord. Vi ville därmed möjliggöra för ett brett materialurval genom att använda sökord som genererade fler relevanta vetenskapliga artiklar.

Urvalet av artiklar har skett genom att vi enbart sett till de publikationer som är fackgranskade för att eftersträva legitimitet av studiens innehåll. De som inte funnits som full text har vi därmed bortsett från. Även har referenslistan på de artiklar vi funnit relevanta granskats för att både kunna ta del av primärkällor, vilket är den första förekomsten av information (Saunders et al. 2012 s.83), men också för att inhämta ytterligare material inom området. För att även finna de mest relevanta artiklarna har vi tagit hänsyn till de vetenskapliga artiklarnas publiceringsår. Vi har dock inte begränsat oss till att enbart studera artiklar som publicerats inom en viss tidsperiod, utan året av publicering har snarare fungerat som riktlinje. Detta då vi anser att viss information anses relevant trots att den inte innefattas av ett förutbestämt tidsintervall, det har dock varit av vikt att eftersträva data samt information som anses aktuell.

Under insamling av information har vi i största mån undvikt fakta publicerad på hemsidor då det enligt Bryman (2011, s.115) kan vara problematiskt att avgöra aktualiteten, pålitligheten samt motiven bakom den publicerade informationen. I syfte att komplettera materialet från vetenskapliga artiklar med mer specifik information har vi trots detta använt information från organisationer som United Nation, Statistiska Centralbyrån och Naturvårdsverket. Detta då vi ansåg det av vikt att presentera fakta som överensstämmer med nutidens förhållanden samt för att komplettera viss information som stärker ett argument genom att påvisa relevant statistik. Det har dock varit av vikt att vi enbart utgått från källor som vi funnit har hög pålitlighet, varav vi använt Thurén och Strachal (2012, s.11-12) tumregler för att värdera information på internet. Vi har därmed både applicerat vår egna kunskap för att bedöma hemsidans trovärdighet, studerat syftet och de bakomliggande aktörer till hemsidan, granskat nivån av kompetens de som står bakom hemsidan har samt hur opartiskt de presenterar informationen.

Litteratur med teoretiska utgångspunkter samt praktiska metoder har även använts i denna studie för att bredda kunskaperna kring de vetenskapliga tillvägagångssätt som finns tillgängliga inom den samhällsvetenskapliga forskningen. Dessa böcker har främst varit; *Bryman & Bell (2013), Bryman (2011) och Alvehus (2013).*

2.6.2 Källkritik

Parallellt med litteratursökningen har vi varit kritiska gentemot materialet för att bedöma huruvida det anses tillförlitligt och relevant. Detta genom att både använda databaser vars artiklar blivit granskade av oberoende aktörer samt publicerade i akademiska tidskrifter. Vi har även studerat den publicerade källans utgivare för att försäkra oss om tidskriftens legitimitet. Eftersom de vetenskapliga artiklarna vi sett till är fackligt granskade anser vi även att de är trovärdiga i dess äkthet, just då publikationerna både är skriven samt granskad av experter inom området. Detta ligger i linje med Saunders et al (2012, s.84) rekommendation.

Av egen bedömning anser vi även att de källor vi använt oss av har gett en representativ bild av verkligheten. Vi har dock reflekterat över det faktum att vi genom sökord kan ha fått tagit del av ett mindre urval artiklar inom området som fokuserar på den inriktning vi ämnar att undersöka. Detta gör att artiklar och annan litteratur som finns inom området som har en annan synvinkel kan ha sållats bort i litteratursökningen. Om detta är fallet ser vi möjligheten att den information vi tagit del av kan ha vinklat områdesspecifik fakta på ett positivt eller negativt sätt.

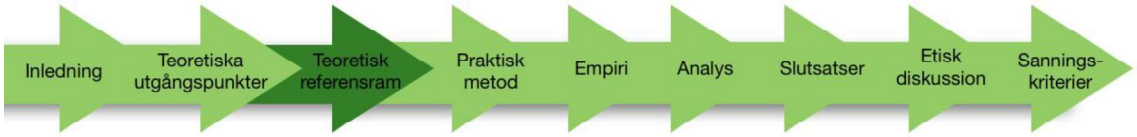
I de fall vi sett till information tagen från tryckt litteratur har vi utgått från välkända författare inom respektive ämnesområde. Saunders et al (2012, s.88) poängterar dock att böcker baserad på vetenskapliga artiklar riskerar att inte vara speciellt uppdaterade till nutidens förhållanden på grund av den långa publiceringsprocessen. Vårt arbete är dock främst baserad på vetenskapliga artiklar och för de böcker som använts har vi sett till den senaste publicerade utgåvan för att försäkra informationens relevans.

Vi har, som ovan nämnt, använt publiceringsdatumet som en riktlinje för artikelns relevans än att helt bortse från äldre artiklar. Vi ansåg det nödvändigt då vi eftersträvat användandet av primärkällor samt då viss information ansetts aktuell än i dag. De äldre artiklarna har dock främst använts som grund för definitioner inom området. Då ämnesområdet *fast-* och *slow fashion*, som ovan nämnt är relativt nytt, har mestadels av den information vi funnit varit publicerad inom de senaste åren. Av denna anledning har det gjorts en naturlig tidsmässig avgränsning då mycket av vår sökta litteratur varit publicerad i vad som vi anser inom en rimlig nutid, vilket varit inom ett tidsspann på 10 år. Risken med vårt valda forskningsområde kan vara att resultaten av flertalet artiklar och forskning vi tagit del av för att utforma vår studie ännu inte undersökts vidare. Under litteratursökningen har vi noterat att flertalet artiklar refererar till samma källor vilket vi kan se som problematiskt om grundinformationen är felaktig då fortsatt efterforskning inom området ännu inte hunnit gjorts i större omfång. Detta ser vi dock som en generell utmaning för alla nya forskningsområden som befinner sig i ett tidigt forskningsstadie.

Som vi nämnde ovan har vi även strävat efter att främst använda primärkällor. Många av de vetenskapliga artiklar vi funnit har varit sekundärkällor, genom vilka vi sökt vidare för att finna primärkällan till den specifika informationen. Processen att finna originalkällan har dock inte alltid varit enkel då det varit vanligt att författare refererar i flera led. Den inledande eftersökningen av informationen har dock underlättats av att den relevanta information vi funnit för vår studie har refererats fortlöpande i artiklarna. Vi har dock haft i åtanke att viss information uppdateras kontinuerligt, varav primärkällan inte alltid varit relevant. I dessa enstaka fall har vi använt uppdaterad information som bättre stämmer överens med nutiden. Exempel på sådan information vi använt är statistik samt uppdaterade teorier eller definitioner. I de fall där de inte varit möjligt att finna primärkällan har sekundärkällan använts, men dessa tillfällen har varit få.

3. Teoretisk referensram

I följande kapitel presenteras de teorier som studien följaktligen kommer baseras på. Inledningsvis redogörs den cirkulära ekonomins modell och dess utmaningar, både generella samt kopplade till modeindustrin. Därefter behandlas en anpassad modell för textilindustrin som eftersträvar att förändra och minimera branschen negativa miljöpåverkan. Följaktligen presenteras två olika perspektiv på produkters livslängd för att sedan belysa vanligt förekommande textilmaterial i klädesplagg. Förutsättningarna för klädesplaggs möjlighet att genomgå återvinningsprocessen belyses därefter för att avslutningsvis presentera en anpassas modell framtagen för att innefatta både slow fashion, modeindustrin samt cirkulär ekonomi.



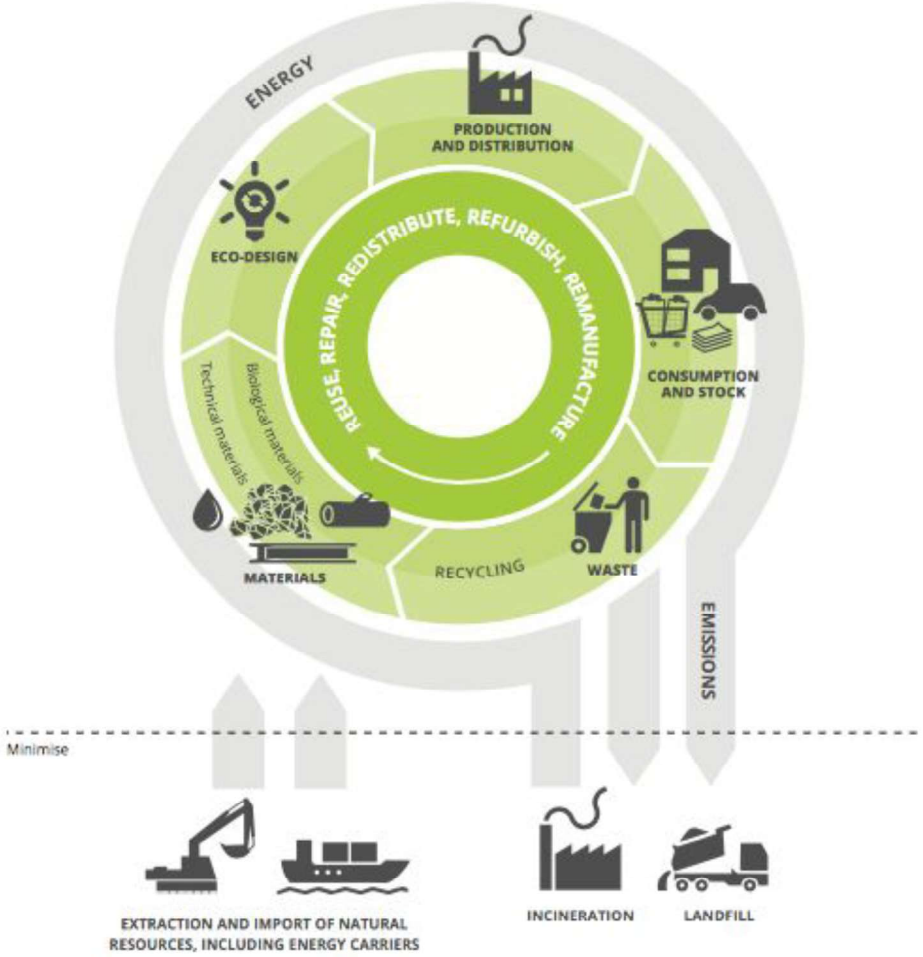
3.1 Cirkulär ekonomi

Cirkulär ekonomi har en mycket diversifierad teoretisk bakgrund med rötter inom både ekologisk ekonomi, miljömässig ekonomi samt industriell ekologi (Ghisellini et al, 2016, s.24; Franco, 2017, s.834). Av denna anledning har definitionerna av begreppet varit många, men det populäraste är enligt Franco (2017, s.834) den som myntades av Ellen MacArthur Foundation (2013, s.7) som förklarar;

"A circular economy is an industrial system that is restorative or regenerative by intention and design."

European Environment Agency (2016, s.9) förklarar att, i likhet med definitionen av cirkulär ekonomi, existerar även flertal visualiseringar av modellens utformning och struktur. Vanligt förekommande aspekter, oavsett modellstruktur, är ekologisk design, reparation, återanvändning, renovering, delning av produkter, förebyggande av avfall samt återvinning då de anses ha en central roll för att uppnå cirkulär ekonomins syfte.

European Environment Agency (2016, s.9-10) är en av de aktörer som visualiserat den cirkulära ekonomins modell för energi och material (Se figur 2). Det huvudsakliga syftet är att minimera avfallsgenerering och tillägg av nytt material genom ekologisk design, återvinning och återanvändning av produkter. Detta skapar ett minskat beroende av utvinning och tillförsel av nya råvaror samt reducerar skadliga utsläpp i miljön som ett resultat av bland annat utvinning och processering av material. Detta leder till både en ekonomiska samt ekologisk vinning.



Figur 2. Illustration av cirkulär ekonomi. (European Environment Agency, 2016, s.10)

Den yttre cirkeln representerar det generella energiflödet från den totala energieffektiviteten och andel förnybara energikällor i kretsloppet (European Environment Agency, 2016, s.9). Energin som driver denna cykel bör vara förnybar för att minska resursberoendet och att öka systemets motståndskraft mot externa påfrestningar. Detta kan exempelvis vara en ohållbar oljeanvändning som potentiellt leder till oljebrist (World Economic Forum, 2014, s.15).

Cirkeln i mitten består av fem delar, vilka vi presenterar var för sig längre ner, som påvisar materialflödet där tekniskt material separeras från biologiskt material (European Environment Agency, 2016, s.9). I den tekniska cykeln cirkulerar material, produkter samt komponenter som består utav både förnybart- samt icke-förnybart material. Vad som dock är gemensamt för dem alla är att de är framtagen med tekniska metoder. Inom den biologiska cykeln finns material som är av naturligt slag som anses ofarliga för både hälsan och miljön. De kan även enkelt återinföras till jorden genom olika metoder som exempelvis kompostering (Ellen MacArthur Foundation, 2013, s.26). Det sistnämnda materialet är vad som önskas öka inom kretsloppet då denne är naturligt nedbrytningsbart, vilket tekniskt material inte är. I praktiken är det vanligt förekommande att dessa två material är blandade med varandra, vilket negativt påverkar möjligheten till återvinning och för materialet att biologiskt brytas ner (European Environment Agency, 2016, s.9).

Den inre cirkeln representerar återanvändning, omfördelning, reparering, återtillverkning samt renovering. Detta för att kringgå avfallsgenereringen samt öka återvinningen för att minimera tillförseln av nya resurser i kretsloppet. Denna form av tillvägagångssätt behåller det högsta möjliga värdet av produkterna, komponenter samt material (European Environment Agency, 2016, s.9-10).

Första delen i flödeskedjan av mittencirkeln handlar om materialinmatning, ett steg som belyser vikten av att minimera materialförluster och öka nyttjandet av återvunnet material. Om det inte är möjligt att använda material som är återvunnet är det av vikt att köpa in material som är hållbara sett till den cirkulära ekonomins principer (European Environment Agency, 2016, s. 24).

Följande del behandlar eko-design vilket är ett tillvägagångssätt som fokuserar på att se till både produktens livscykel, processens samt organisationens påverkan på miljön. Varaktighet influeras av ett antal faktorer såsom komponenternas tålighet, produktdesignens möjliggörande för reparation och renovering medan livslängden även påverkar användningsmönstret av produkten. Design för demontering av produkter möjliggör för minskade kostnader senare i processen, vilket därmed kan öka återvinningen och återanvändningen av produkten eller dess komponenter (European Environment Agency, 2016, s.26). World Economic Forum (2014, s.15) benämner denna process som “waste does not exist” vilket syftar till, som i linje med vad som nämnt ovan, att produkternas konstruktion anpassas till en cykel där denne både kan demonteras och återanvändas.

Nästa steg i flödeskedjan handlar om produktion. I den cirkulära ekonomins modell eftersträvas en produktionsprocess som minskar materialinmatningen av nya resurser samt effekten av icke-förnybart eller skadligt avfall till följd av produktionsprocessen (European Environment Agency, 2016, s.27). Ellen MacArthur Foundation (2013, s.27) belyser även att produktionssystem bör vara flexibla i den mån att de kan använda olika typer av material i tillverkningen. Denna mångfaldhet bidrar till större motståndskraft gentemot snabba förändringar på marknaden.

Konsumtion är nästa del och beskriver inflytandet konsumentval har hos både medborgare, regeringar och företag. Både genom valet av produkter, användningsmönstret av produkterna samt inställningen och hanterandet av varor som längre inte ska användas. Ett exempel kan vara att övergå till produkter som kan nyttjas under en längre tid alternativt reparera produkter när de går sönder istället för att köpa en ny (European Environment Agency, 2016, s.28).

Den sista delen i flödeskedjan, som anses vara en central del i den cirkulära ekonomin, är återvinning av avfall. Genom detta steg undviks material att deponeras eller förbrännas, vilket möjliggör för materialet att återanvändas och därmed stanna inom flödeskedjan. På sådant sätt bibehålls materialets värde så långt som möjligt och minskar materialförluster (European Environment Agency, 2016, s.29). Ellen MacArthur Foundation (2013, s.28) poängterar även att när produkter, som är tillverkade av biologiskt material, inte längre kan återanvändas inom det cirkulära systemet bör det återinföras som näring till naturen. Om produkten istället består av tekniskt material kan dennes komponenter återanvändas för att tillverka andra produkter vid situationen att den huvudsakliga produkten inte längre kan användas.

European Environment Agency (2016, s.12) belyser att de huvudsakliga karaktärsdragen skiljer sig åt mellan olika cirkulära system men att grundprincipen är densamma. För att uppnå en cirkulär ekonomi enligt Naturvårdsverket (2017) krävs fundamentala förändringar genom värdekedjan. Detta innefattar en förbättrad produktdesign, ökad användning av förnybar energi samt biologiska material i kretsloppet, förbättrade samarbeten mellan aktörer i samhället, effektivare produktionsprocesser, tillvaratagande av restprodukter, förlängd produktlivslängd samt gemensamt ägande och brukande av produkter.

3.1.1 Utmaningar med cirkulär ekonomi

Som nämnt tidigare krävs det mer fundamentala förändringar för att frångå linjär ekonomi och uppnå en cirkulär ekonomi. Istället för att förändra enstaka delar krävs en bredare och mer omfattande förändring av alternativa lösningar i hela livscykeln, för varje process som är inkluderad. Det krävs även att hitta alternativ för samverkan mellan process, miljö och den kringliggande ekonomin för att utvecklingen inte enbart ser till material eller energiåterhämtning – utan blir en förbättring av den nuvarande levnads- och ekonomimodellen i samhället (Ghisellini et al, 2016, s.12). European Environment Agency (2016, s.14) förklarar även att, såsom i alla övergångsprocesser, kommer fördelarna inte att fördelas jämnt. Vissa industrisektorer, företag, regioner och samhällsgrupper kommer gynnas av förändringen medan andra sannolikt kommer missgynnas. Exempelvis kan arbeten i industrier som utvinner råmaterial eller producerar lågkvalitativa konsumtionsvaror negativt påverkas av förändringar i samband med cirkulär ekonomi. Fördelarna som är nämnda med modellen påverkas även av hur snabbt kunskap och färdigheter för att arbeta med cirkulär ekonomi kan utvecklas och förankras i samhället.

Sett till European Environment Agencys (2016, s.10) visuella modell av cirkulär ekonomi finns det även utmaningar att ta hänsyn till. Vad gäller energiförbränning i yttre cirkeln framgår det att den energi som återvinns genom förbränning kan delvis kompensera för fossil bränsleanvändning, dock måste förbränningen primärt minimeras. Detta då energin som utvinns genom denna metod endast kan användas en gång och därigenom avlägsnar resurser från flödeskedjan. Även önskas biologiskt material att öka i användning inom den cirkulära ekonomin då det naturligt bryts ner och kan återvinnas, men detta skulle ytterligare belasta det redan begränsade naturkapitalet som existerar idag (European Environment Agency, 2016, s.9). För att kunna implementera modellen i praktiken krävs det även att det går att mäta resultaten av arbetet inom den cirkulära modellen, något som inte alltid är enkelt att genomföra (European Environment Agency, 2016, s.24).

3.1.1.1 Utmaningar med cirkulär ekonomi i textilbranschen

Cirkulär ekonomi har blivit en uppmärksammad modell, trots detta menar Franco (2017, s.833) att det finns lite information kring problematiken av de utmaningar som kan uppstå vid implementeringen av modellen. Författaren har därmed genomfört en studie för att kartlägga de primära utmaningar, i detta fall inom textilföretagens värdekedjor, under arbetet mot cirkulära produkter och arbetsmetoder (Franco, 2017, s.838) Hon belyser tre huvudområden där dessa utmaningar finns; produktdesign och produktutveckling, efterfrågan och konsumtion samt återvinningsprocessen vid slutet av produktens livslängd. Följande tre utmaningsområden som textilindustrin står inför bidrar till det minskade utbudet av cirkulära produkter på marknaden och dess förmåga att återvinnas vid slutet av produktens livslängd.

Produktens design är en viktig aspekt men anses samtidigt vara en utmaning för modeindustrin. Detta då det finns en komplexitet vid tillverkningen när antalet komponenter produkten består av är hög, samtidigt som utbudet av ekologiska substitut är låg. Ytterligare en utmaning med utveckling i produktens nuvarande design är att hållbara materialval har svårt att bibehålla samma standard som traditionellt behandlade textilier. Detta då det endast finns ett fåtal kemikalier och material som utvecklats för att hålla de miljömässiga standarder som cirkulär ekonomi eftersträvar. Allt detta sammantaget bidrar till en hämmad produktutveckling vilket resulterar i att det totala utbudet av cirkulära produkter på marknaden är begränsad (Franco, 2017, s.838).

Genom att frångå dessa komplexiteter där fokus ligger på att utveckla enskilda komponenter för att uppnå en mer hållbar produkt finns möjligheten att förändra produktionsdesignen från grunden. Denna innovationsprocess kan uppnås genom samarbete med olika parter inom värdekedjan. Utmaningen ligger dock i att nivån av innovation påverkas av parternas position i värdekedjan, då företag närmare konsumenten känner av en större efterfrågan och viljan att kunna finansiera innovationen ökar. Storleken eller makten hos det inköpande företaget, jämfört med sina leverantörer, var även avgörande för hur attraktivt det är för leverantören att samfinansiera innovationen (Franco, 2017, s.839). Det gäller dock att båda parter har samma vision och tilltro för varandra för att kunna uppnå framgångsrik produktinnovationsprocess (Franco, 2017, s.840).

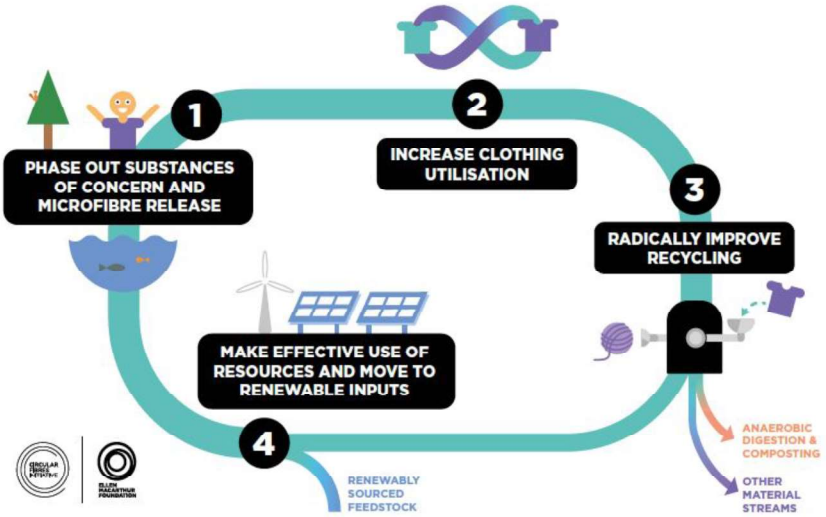
Franco (2017, s.840) belyser även vikten av efterfrågan och konsumtion av hållbara produkter har för cirkulära verksamheters potential att vara verksamma. Utmaningen de har är att priserna för produkterna generellt är dyrare än traditionella varor, just då de kringliggande kostnaderna är något högre för att säkerställa processerna för en hållbar vara, såsom certifieringar samt tillverkningskostnader. För att säkerställa framtagningen av ett hållbart material köps oftast mindre kvantiteter av råmaterial in för textiltillverkningen. Företagen kan därmed ofta inte dra nytta av storskaligt inköp likt de traditionella företagen, vilket då även påverkar att produktens slutpris blir något högre.

Den sista utmaningen som Franco (2017, s.841) belyser är problematiken med att återvinna en produkts råvaror för att därmed möjliggöra för återanvändning i efterföljande tillverkningscykler. Stor del av problemet ligger i framställningen av material när textilier blandas då de sedan är svåra att separera i återvinningsprocessen. Det är därför av vikt att utveckla produktdesignen för att möjliggöra för enklare separering av material samt för att ta hänsyn till att inkludera en särskiljning av material anpassat till en cirkulär samt linjär modell. Produkter som designats för en linjär process använder vanligtvis blandade, billiga och oåtervinningsbara material, vilket inte ligger i linje med den cirkulära ekonomins modell. För att kunna förlita sig på en materialtillförsel som är återvunnen finns det dock problematik i att det är svårt att förutse hur mycket som kommer återvinnas av konsumenterna. Storleken av materialtillförsel som finns tillgänglig för nyproduktion påverkas även av vilken kvalitet de återvunna materialet håller.

3.2 A New Textiles Economy

A New Textiles Economy är en rapport framtagen av ledande experter och aktörer inom områden som cirkulär ekonomi, företagsstrategi samt kläd- och textilindustrin. I rapporten presenteras en hållbar modell för textil- och klädindustrin samt en vision som går i linje med cirkulär ekonomiska principer (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.22). Modellen som

presenteras i rapporten syftar till förbättringsåtgärder inom fyra centrala delar i kretsloppet och ämnar att minimera de negativa effekterna dagens textil och klädindustri har på samhället.



Figur 3. Illustration av *A new textilies economy*. (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.22)

Fas 1 i modellen är *"Phase out substances of concern and microfibre release"* och behandlar främst en säker och hälsosam materialingång till kretsloppet i syfte att undvika negativa produktions-, användnings- och efterfaseffekter. Ämnen som av hälso- eller miljöskäl är skadliga för miljö eller människa, vilka exempelvis är mikroplaster, ska därmed uteslutas ur kretsloppet (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.23). Författarna i rapporten menar att det är främst två områden som arbetet primärt bör fokusera på för att effektivt påbörja denna utveckling.

Den första innefattar en anpassning av industrin samt samordning av innovation för att utveckla säkra materialcykler medans den andra innefattar en drastisk reducering av utsöndringen av plastmikrofibrer (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.23). En del av att skapa säkra materialcykler handlar om att eliminera skadliga ämnen. Detta för att på sikt kunna åstadkomma en storskalig återvinning av material tillbaka till värdekedjan samt för att undvika alla möjliga negativa effekter (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.23). För att åstadkomma en utfasning av dessa skadliga ämnen menar författarna att det krävs starka bevis, en förbättrad transparens längs hela värdekedjan samt gemensamma standarder för alla inblandade att arbeta utefter. Att drastiskt reducera utsöndringen av plastmikrofibrer menar författarna grundar sig i en bättre förståelse om orsakerna bakom utsöndringen. Detta för att forma nya lösningar samt genom användandet av nya materialval och nya produktionsprocesser minska utsöndringen från kläder.

Fas 2 i modellen är "Transform the way clothes are designed, sold and used to break free from their increasingly disposable nature" och handlar i huvudsak om att utöka antalet gånger varje klädesplagg används för att minska avfall och föroreningar samt skapa ett högre värde i textilflödet (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24). Författarna understryker att detta görs bäst genom att höja klädkvaliteten samt utveckla nya affärsmodeller som går mot normen om att kläder är en disponibel produkt. Istället bör företag tänka mer långvarigt kring sina

produkter. De belyser problematiken med ett komplext kundbehov och därmed kravet på en mängd olika försäljnings- och servicemodeller i visionen om den nya textilekonomin. Att öppna upp för nya affärsmodeller bidrar till ny potential där författarna identifierar möjligheter för företagen inom branschen att samarbeta för att uppnå detta. Tre primära åtgärder har identifierats för en snabb utveckling i linje med denna fas i modellen;

Den första är att utöka möjligheten till kortsiktig uthyrning av klädesplagg vilket kan utöka totalanvändandet av klädesplagget och samtidigt stimulera kundens behov av nya trender. Det andra poängterar vikten av att arbeta med att göra hållbarhet mer attraktivt genom uppmuntrandet av att arbeta med design som är hållbar på lång sikt. En viktig del i detta är att uppmuntra till ny teknik med förbättrad passform för konsumenten vilket bidrar till maximal kundnöjdhet och gör kvalitetsinköp och hållbarhet mer attraktivt. Den tredje åtgärden ligger i att avancera branschen genom design av material som är hållbara på lång sikt genom gemensamma riktlinjer, policys, anpassade insatser och ökad transparens (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24).

Modellens fas 3 innefattar *"Radically improve recycling by transforming clothing design, collection and reprocessing"* och behandlar främst möjligheten att öka återvinningen för att fånga materialets värde i kläder som inte längre kan användas. Detta då negativa effekter skapas i samband med att kläderna kastas samt då industrin förlorar mer än 100 miljarder dollar av materialvärde varje år. För att uppnå en förändring inom denna fas behöver både efterfråga och utbudssida arbeta med fyra följande åtgärder;

Den första poängterar vikten av att anpassa kläddesign och effektiva återvinningsprocesser för att öka återvinningen då det i dagsläget inte finns ett helhelstänk som innefattar vad som händer med kläderna efter användning. Det finns flera materialblandningar i många klädesplagg, vilket försvårar möjligheten att återvinna materialet till den önskade kvaliteten (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24). Den andra åtgärden innefattar en teknisk innovation för att förbättra de ekonomiska möjligheterna för återvinningen samt kvaliteten av resultatet i processen. För att uppnå detta krävs en gemensam vision- och innovationsinsats för att förbättra återvinningsteknologin för materialen. Genom att arbeta för förbättrade sorteringstekniker stöds även återvinningens kvalitet då information om alla råmaterial finns tillgänglig, speciellt tills den stund då bättre spårtekniker av material är utvecklade. Tredje åtgärden ligger i ökade åtaganden i användandet av återvunnet material för att därmed öka efterfrågan och driva på utvecklingen av återvinningsprocessen. Återigen ligger stor vikt i öppna kommunikationskanaler mellan produktions- och återvinningsaktörer samt transparens i relationerna för att uppnå detta. Fjärde åtgärden syftar till att drastiskt öka insamlingen av kläder som håller globala riktlinjer med möjlighet för regionala anpassningar. Ökar även efterfrågan på återvunnet material kommer även den ekonomiska marknaden för insamling bli större (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.25).

Modellens fas 4 "*effective use of resources and move to renewable inputs"* behandlar det minskade behovet av råmaterial i den nya textilekonomin i samband med det ökade utnyttjandet och återvinningen av kläder, vilket är det önskade resultatet av modellens fas två och tre. I de fall nytt material behöver tillföras i det cirkulära flödet poängteras vikten av att använda material hämtat från förnybara resurser. Mer effektiva processer i tillverkningen som resulterar i mindre avfall, ett minskat användande av fossila bränslen, kemikalier och

vattenanvändning samt ett minskat behovet av icke-förnybara resursingångar (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.25).

3.3 Material longlivity och product longlivity

Goldsworthy (2017, s.1961) beskriver ett intervall av produkter vars livslängd är anpassade till den cirkulära modellens tankesätt. I författarens teori beskrivs den ena motpolen vara *material longlivity* och den andra *product longlivity*. *Material longlivity* innefattar möjligheten för en upprepad användning av materialresurser genom effektiv återvinning samtidigt som *product longlivity* ser till en förlängning av produktens livstid genom både fysiska och emotionella åtgärder i produktdesignen. Goldsworthys (2017, s.1963) insikt om att livslängden kan ses som både materialets livslängd och klädesplaggets livslängd öppnar upp för en breddad förståelse om hur miljövänliga modeprodukter kan designas. Detta påvisar även den komplexitet som finns i dagens modeindustri där designen till stor del avgör användarpotentialen för en kort eller lång livslängd för ett klädesplagg (Goldsworthy, 2017, s.1961). Författaren poängterar dock vikten av huruvida produktens design överensstämmer med konsumenternas användande av produkten. Hon belyser konceptet *emotional durability*, vilket beskriver konsumentens emotionella koppling till produkten och hur länge individen vill använda den. Problematiken som kan uppstå när produkten designas för en lång livslängd, där extra resurser kan behövas, är att dessa resurser används i onödan. Detta uppstår om produkten, trots ökad livslängd, inte lyckas utöka konsumentens emotionella koppling till produkten vilket gör att individen inte använder den så länge som den är designad för. Ytterligare en problematisk frågeställning är om produkten designas för en längre hållbarhet som bidrar till en försvårad återvinningsprocess på grund av materialval eller kombinationer av material som gör det svårare att separera eller bryta ner (Goldsworthy, 2017, s.1967).

3.4 Vanligt förekommande textilmaterial i klädesplagg

Kläder och textilier kan tillverkas av olika typer av material vars ursprung både kan vara naturligt eller konstgjort. De mest vanligt förekommande materialen i klädesplagg konsumerade i Europa är bomull och polyester som står för vardera 43 % och 16 % (Naturvårdsverket, 2014, s.30). Efter dessa material är användningen av viskos, ull och akryl mest förekommande som alla står för 10 % vardera av textilinnehållet i klädesplagg. Materialen polyamid och polyuretan förekommer också i klädesplagg men står endast för 8 % och 2 % av innehållet. För att öka slittåligheten och tvättåligheten i materialet där klädesplagget bibehåller sin färg och form är det vanligt att blanda olika textilmaterial i ett och samma klädesplagg. Den allra vanligast förekommande materialblandningen i textil idag består av bomull och polyester (Naturvårdsverket, 2014, s.30).

3.4.1 Naturfibrer

3.4.1.1 Fibrer från växter

Bomull växer på buskar och anses vara en rätt svårodlad gröda då den är känslig för både torka, regn, kyla samt insektsangrepp. Av denna anledning används vanligtvis en hög andel bekämpningsmedel, vilket har en negativt miljöeffekt då det sprids vidare i ekosystemet. Utöver detta behöver bomull stora mängder vatten vilket innebär att konstbevattning används (Naturskyddsföreningen, 2018). För att odla ett kilo bomullsfibrer nyttjas omkring 10 000 liter vatten (Bergner, 2013, s.9). Detta leder vanligtvis till vattenbrist vid de platser materialet odlas på (Sveriges konsumenter, u.å). Ekologiskt bomull däremot odlas utan kemiska

bekämpningsmedel och använder istället naturliga metoder som är skonsamma för miljön. Det används däremot samma mängd vatten som vid konventionell odling (Naturskyddsföreningen, 2018).

Linfibret återfinns i linplantans stjälk och odlas i länder med regnigt och svalt klimat där de sällan utsätts för skadeinsekter. Av denna anledning kräver plantan få externa tillsatser för att grödorna ska växa och anses friska (Naturskyddsföreningen, 2018) och anses därför bättre för miljön än andra material som exempelvis bomull (Sveriges konsumenter, u.å).

Hampa odlas, precis som lin, i kallare klimat och har hög överlevnad mot insektsangrepp. Av den anledningen behövs varken gödning-, bekämpnings,- eller ogräsmedel. Fördelen med hampa är att den tillför näringsämnen till jorden och har därför en positivt effekt på miljön (Naturskyddsföreningen, 2018). Förutom detta anses det även vara starkare än bomullsfibret (Sveriges konsumenter, u.å).

3.4.1.2 Fibrer från djur

Fårull är det mest vanligt förekommande ullen som används idag där olika typer av kvalitéer finns att tillgå. Ull kan dock återfinnas i andra typer som exempelvis angoraull från getter och kaniner, apackaull eller lamaull. Ull klassas som en textilråvara och spinns till garn eller tråd (Bergner, 2013, s.23). Vanligtvis innehåller ullfibern orenheter som måste tvättas bort före dess att det kan spinnas till garn (Naturskyddsföreningen, 2018). Detta gäller dock inte för alpackaullen (Sveriges konsumenter, u.å). Det finns även ekologisk ull vilket innebär att djuret som ullen kommer från har tagits hand om enligt de krav som finns för ekologiskt djurhållning (Naturskyddsföreningen, 2018).

Silke utgörs av det sekret som fjärilslarven spinner omkring sig för att bilda en kokong i samband med förpuppning. Av detta utvinns omkring 3 000 meter råsilke. Konstgödsel förekommer i konventionella odlingar av träd där det är vanligt förekommande att silkeslarverna äter från, men inte bekämpningsmedel då det skulle skada djuren. (Naturskyddsföreningen, 2018).

3.4.2 Konstfibrer

3.4.2.1 Fibrer från skog - Regenatfibrer

I tillverkningsprocessen av viskos bryts cellulosa från trämassa ner och omvandlas med hjälp av kemikalier. Processen av att tillverka materialet kan bidra till stora miljöpåverkningar då utsläpp av svavel, kväve och andra föroreningar förekommer (Naturskyddsföreningen, 2018). Kemikalier som används i denna process är även farliga då de riskerar att negativt påverka naturen (Sveriges konsumenter, u.å). Det finns dock miljömärkta viskosfibrer vars tillverkningsprocess har en låg påverkan på miljön. Den trämassa som används för att framställa viskos kommer traditionellt från gran eller andra träd, men bambu är även ett annat material som är vanligt förekommande (Naturskyddsföreningen, 2018). Bambuträdet kräver inga bekämpningsmedel för att odla, men vanligtvis behövs stora mängder kemikalier vid tillverkningen. Det går dock att tillverka mer hållbart bambu genom att använda processen lyocell, (Sveriges konsumenter, u.å) vilket diskuteras nedan.

Modal är ett fibrer som härstammar från bokträ (Sveriges konsumenter, u.å) och tillverkas på liknande sätt som viskos där även fibrernas egenskaper liknar varandra. Detta material anses

dock vara starkare än viskos i vått tillstånd, varav dessa fibrer exempelvis klarar tvätt bättre än viskos (Naturskyddsföreningen, 2018).

Framställningen av lyocell görs via en modern process som är svavelfri, där återvinning av lösningsmedel är hög samt att energiåtgången är längre jämfört med en traditionell viskostillverkning. Utöver de miljömässiga fördelarna denna tillverkning har är lyocell även ett starkare fibrer än viskos och modal (Naturskyddsföreningen, 2018). Tencel är ett varumärkesnamn vars tillverkningsprocess är detsamma som lyocell, men vid tillverkningen garanteras att träråvaran, eukalyptusträdet, är certifierad (Sveriges konsumenter, u.å). Även reducerar resurser och energiförbrukning i tillverkningsprocessen. Högsta möjliga hänsyn tas även till miljön i tillverkningen varav såkallade "closed-loops" används i tillverkningen (Lenzing, 2018).

Vad som dock är gemensamt för alla fibrer som är skogsbaserade är deras förmåga att naturligt brytas ner om de hamnar i naturen, detta trots att de är konstgjorda (Naturskyddsföreningen, 2018).

3.4.2.2 Fibrer från olja - Syntetfibrer

De syntetiska fibrerna polyester, polyamid och akryl tillverkas alla från olja som vid petrokemiska industrier förädlas i flera steg. Efter dess att råvarorna renats sätts de samman till att bli långa molekylkedjor. Dessa kallas för polymerer vilket används både som fibrer och till plast (Naturskyddsföreningen, 2018). Polyester är det syntetfiber som är mest förekommande då kostnaderna är låga och materialets egenskaper goda (Bergner, 2013, s.28).

För alla syntetfibrer är dock oljeutvinningen ett likvärdigt stort miljöproblem där, förutom faktumet att olja är ett icke-förnybart råmaterial, processen att framställa syntetfibrer är energikrävande. Ett annat problem med syntetfibrer är att de utsöndrar mikroplaster när de tvättas, vilket bidrar till att de förorenar naturen då de inte kan brytas ner (Naturskyddsföreningen, 2018). Detta bidrar även till att fiskar som äter dessa mikroplaster får en försämrad överlevnadsförmåga (Sveriges konsumenter, u.å).

Det förekommer att återvunnet plastmaterial används, främst för polyester, vilket är en metod för att minska resursanvändningen och sänka energiåtgången vid tillverkning. Vanligt förekommande är att polyester används från återvunna PET-flaskor (Naturskyddsföreningen, 2018).

3.5 Återvinningsprocess av textilmaterial

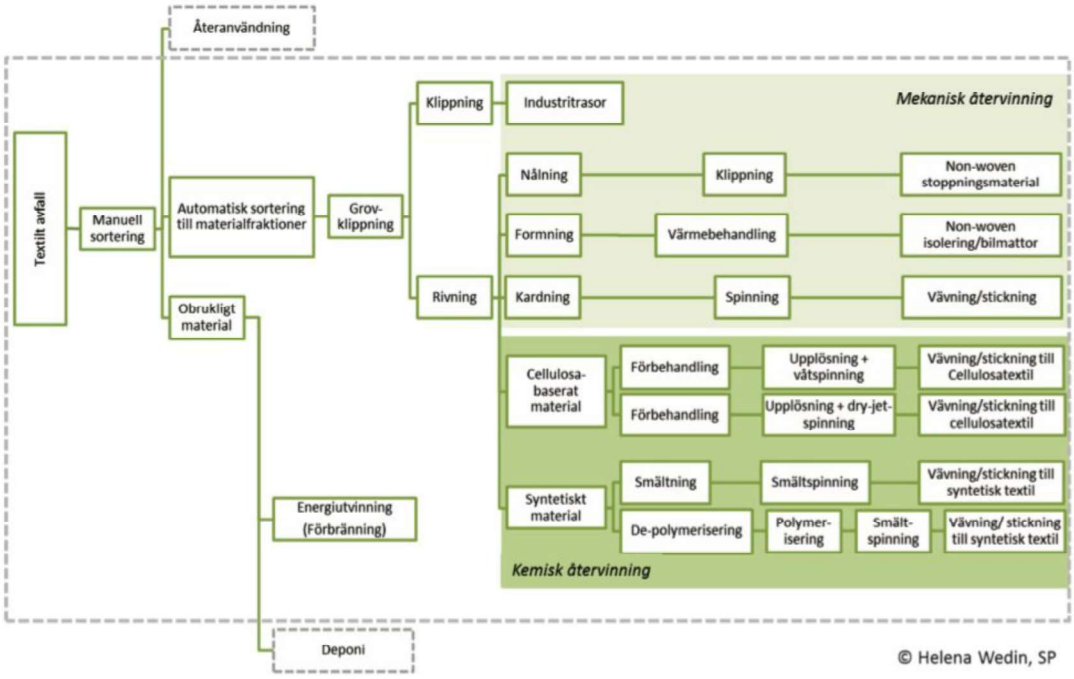
Goldsworthy (2017, s.1961), European Environment Agency (2016, s.29) samt Ellen MacArthur Foundation (2017, s.24) belyser alla vikten av en effektiv och fungerande återvinningsprocess. I naturvårdsverkets (2014, s.7) rapport om textilåtervinning och dess tekniska möjligheter och utmaningar beskrivs det att återvinningen av textilier kan gå till på tre olika sätt. Första alternativet är att förbränna materialet för att utvinna energi. Det andra alternativet är att materialet genomgår en mekanisk återvinning, även kallad "down-cycling", där materialet slits sönder och används som trasor, stoppning eller isolering. Det sista alternativet, vilket är den form av materialåtervinning som Goldsworthy (2017, s.1961) syftar till, är en "fibrer-to-fibrer" återvinning där textilmaterialet separeras och återvinns till en ny spunnen tråd för att återanvändas som textilmaterial. I återvinningsprocessen för

"fibrer-to-fibrer" används en mekanisk metod alternativt en kemisk metod (Naturvårdsverket, 2014, s.26). Processerna för en mekanisk och kemisk återvinningsmetod är presenterad i figur 4. För att genomföra en lyckad "fibre-to-fibre" återvinningsprocess krävs det att materialet endast består av ett material, även kallad monomaterial (Naturvårdsverket, 2014, s.9). Alternativt krävs det att ett blandmaterial har genomgått ett försteg av separering av de olika materialen från varandra innan den mekaniska eller kemiska återvinningsprocessen börjar. Då återvinningen av blandmaterial idag är problematisk menar författarna att utvecklingen av ny separationsteknologi för separation av syntetiska material och naturmaterial bör ske för att uppnå en ekonomisk bärighet i återvinningen av "fibre-to-fibre" och ökad användning av återvunnet material (Naturvårdsverket, 2014, s.90).

Under en mekanisk återvinningsprocess minskar generellt materialets kvalitet och används av den anledningen främst som en "down-cycling"-produkt (Naturvårdsverket, 2014, s.29). Att genomföra återvinningsprocessen för "fibrer-to-fibrer" menar författarna dock har högst värde då det möjliggör för fibrerna att återvinnas flera gånger innan förbränningsstadiet som därmed skapar större miljövinst. Detta till skillnad från en "down-cycling" produkt som efter användning för isolering går direkt till förbränning. I rapporten (Naturvårdsverket, 2015, s.7) framgår det dock att återvinning av naturfibrer genom "fibrer-to-fibrer" metod anses ha svag ekonomisk bärkraft då de återvunna fibrernas kvalitet försämras under återvinningsprocessen och håller därmed inte lika hög standard som nya naturfibrer. Detta då fibrerlängden förkortas under användningfasen och återvinningsprocessen (Naturvårdsverket, 2014, s.29).

I den kemiska återvinningsprocessen bryts textilmaterialet ner på molekylär nivå. I denna process upplöses bomullsfibrer och cellulosabaserade konstfibrer såsom viskos, lyocell och modal samtidigt som syntetiska fibrer såsom polyamider, polyester och akryl smälts ner (Naturvårdsverket, 2014, s. 31). Metoderna för upplösning och smältning skiljer sig avsevärt från varandra vilket därmed innebär att blandmaterial som innehåller både naturfibrer och syntetfibrer inte kan behandlas i en kemisk återvinningsprocess om de inte separerats innan (Naturvårdsverket, 2014, s. 31). I en kemisk återvinningsprocess av syntetiska fibrer håller det återvunna fibret samma kvalitet som ett nytt tillverkat fibrer, vilket gör att ett syntetiskt återvunnet fibrer inte har någon begränsning i antalet gånger materialet kan återvinnas (Naturvårdsverket, 2014, s.91). Naturmaterial som genomgår en kemisk återvinningsprocess kan däremot inte återfå samma kvalitet som ett nytillverkat material då materialet bryts ner och förlorar kvalitet under varje återvinningstillfälle (Naturvårdsverket, 2014, s.91).

Insamling av textilmaterial ligger idag på en mycket låg nivå och den största delen av textilavfall går till förbränning då textilier från hushåll till stor del slängs bland restavfall (Naturvårdsverket, 2014, s.7). Av det textilmaterial som samlas in för återvinning i Europa är mekanisk återvinning där materialet används till exempelvis stoppning i madrasser och bilsäten det mest vanligt förekommande (Palm et al. 2014, 83). För att driva utvecklingen inom "fibre-to-fibre" återvinning framåt krävs därav nya och fler storskaliga insamlingssystem för att hantera nationell och internationell återvinning på ett effektivt sätt (Naturvårdsverket, 2014, s.91).



Figur 4. Processen för en mekanisk och kemisk återvinningsmetod. (Naturvårdsverket, 2014, s.26)

3.6 Sammanfattning av presenterad teori

I den teoretiska referensramen har vi hittills presenterat den forskning och teori som finns tillgänglig inom området *slow fashion* och cirkulär ekonomi, primärt inom klädindustrin. Cirkulär ekonomi syftar till att bibehålla naturens naturliga cyklar genom minskat användande av naturresurser samt minska tillförseln av resurser som inte anses tillhöra cykeln. Detta görs genom att öka andelen hållbara och återvunna material, återanvända resurser, öka livslängden på produkter och förbättrad produktdesign. Den presenterade modellen ser till aspekterna; förnybar energi, tekniskt samt biologiskt material, materialinmatning, eko-design, produktion, konsumtion samt återvinning av avfall. Trots de positiva effekterna modellen kan bidra till finns det en del utmaningar med cirkulär ekonomi. Bland annat har det identifierats svårigheter i att förändra alla nödvändiga delar i företaget för att uppnå en cirkulär ekonomi samt att övergångsprocessen mot denna ekonomi kan resultera i att vissa kommer påverkas negativt av förändringen. Detta innebär då att fördelarna med cirkulär ekonomi inte påverkar alla på ett positivt sätt. Det finns även en del utmaningar med att implementera cirkulär ekonomi inom textilbranschen i form av komplexitet i produktdesignen och produktutveckling för ett cirkulärt flöde. Efterfrågan och konsumtion är även relativt låg då hållbara produkter generellt har ett högre marknadspris samt problematiken i samband med att återvinna produkten för att återinföra materialet i det cirkulära kretsloppet.

A new textiles economy är en teori som ser till de cirkulära principerna anpassad till klädindustrin. Modellen syftar till fyra centrala förbättringsåtgärder för att minska klädindustrins negativa effekter på samhället. I modellen belyses vikten av att minimera skadliga ämnen och utveckla säkra materialcykler, utökat arbete och anpassning av återvinning av textilier, utökat användande av material från förnybara resurser samt utökad

livslängd på klädesplagg genom bättre kvalité och nya affärsmodeller. Utöver detta belyses även hur produktens livslängd kan ses ur perspektivet *material longlivity* och *product longlivity.* Dessa begrepp ser till en kortare kontra längre av en produkt i den cirkulära ekonomin.

Sedan har den teoretiska referensramen berört de olika vanligt förekommande materialen inom textilindustrin. De delas vanligen upp i två kategorier; natur- samt konstfibrer. Naturfibrer kan separeras in i fibrer från växter där material som bomull och lin används samt fibrer från djur. Denna fibersort kan härstamma från exempelvis ull eller silke. Konstfibrer härstammar från skogsfiber eller olja. Fiber från skog klassificeras som ett regenatfiber och är, trots teknisk framställning av trämassafiber, naturligt nedbrytbart. Detta material kan vara viskos eller tencel. Fibrer från olja däremot är inte nedbrytbart utan har stora miljöpåverkningar och kan framställas att bli polyester och polyamid.

Slutligen har återvinningsprocessen av textilmaterial presenterats. Antingen bränns materialet för att på sådant sätt utvinna energi alternativt genomgår materialet en mekanisk återvinning där det slits sönder för att användas inom ett annat användningsområde. Den sista återvinningsmetoden är "fibre-to-fibre" där materialet bryts ner till fibernivå för att därefter spinnas till ny tråd. I denna metod används både en mekanisk metod, varav materialets kvalité försämras och primärt används som en "down-cycling"-produkt. Den andra återvinningsmetoden är av kemisk karaktär där textilmaterialet bryts ner på molekylär nivå. Eftersom att separationstekniken inte är nog utvecklad är mekanisk återvinning det mest vanligt förekommande metoden. Största delen av textilavfall går dock till förbränning.

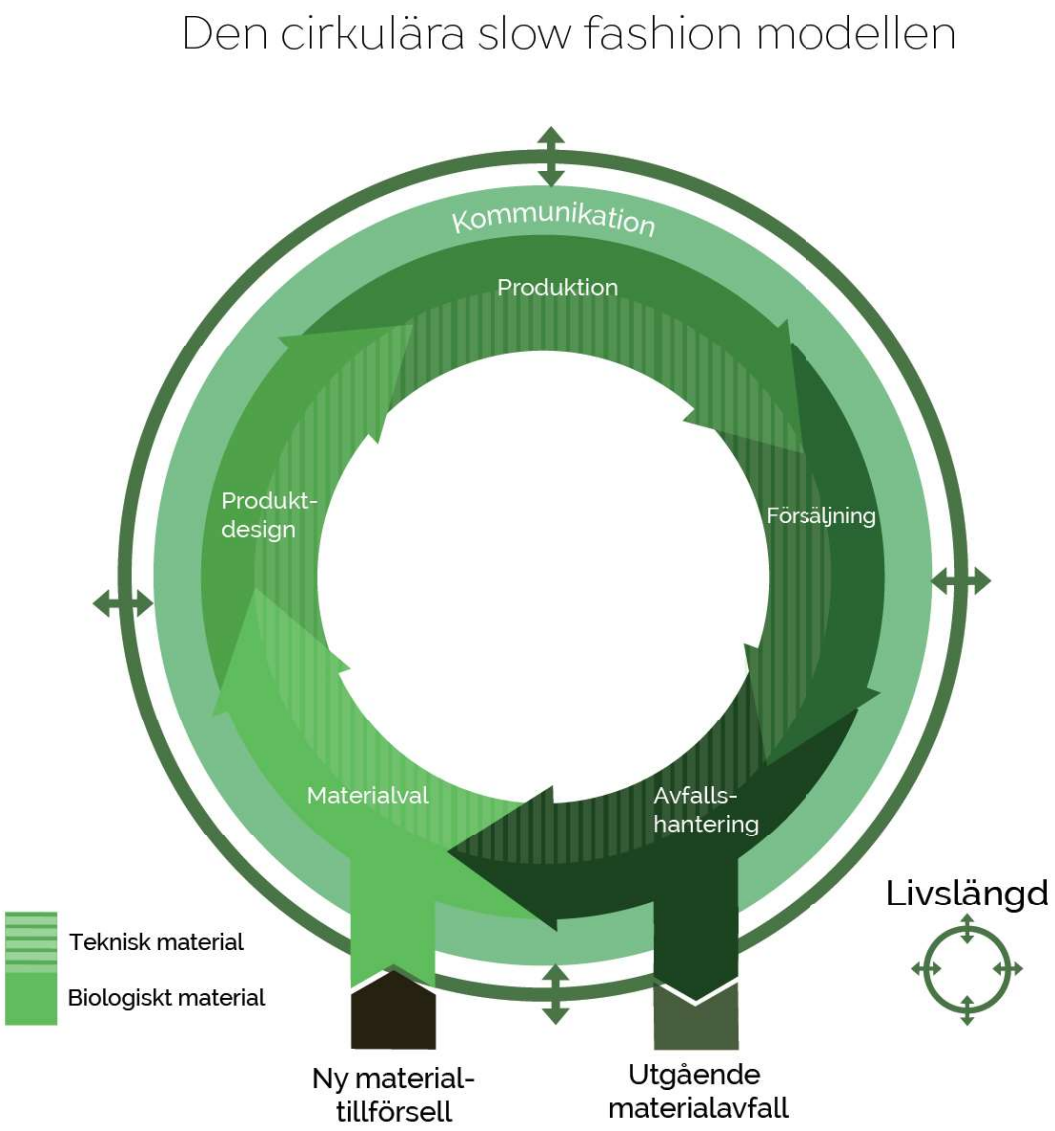
3.7 Den cirkulära slow fashion modellen

Efter en grundläggande genomgång av tillgängligt teoretiskt material inom området kan vi konstatera att forskning och kopplingar har gjorts mellan cirkulär ekonomi och modeindustrin. Vad vi dock ansett saknas är en koppling även mellan *slow fashion*, modeindustrin och cirkulär ekonomi. Av denna anledning har vi valt att ta fram en egen modell (se figur 5) som belyser de områden vi ser nödvändiga för att undersöka syftet med denna studie; att undersöka *slow fashion*-företags arbetsmetodik för att identifiera vilka arbetsområden som eventuellt kan utvecklas för att kunna arbeta i linje med den cirkulära ekonomins principer.

Till skillnad från cirkulära modellen som ser övergripande till hela samhället och *A new textiles economy* som ser övergripande på hela modeindustrin, vill vi skapa en anpassad modell utefter ett företagsperspektiv för ett kombinerat *slow fashion* och cirkulärt arbetssätt. Detta då vi sett att det saknas en sådan typ av modell samt för att bidra med konkreta metoder och tillvägagångssätt för verksamheter inom modeindustrin att arbeta utefter. Detta ser vi i senare skede kan påverka utveckling inom branschen och därefter ett större samhällsperspektiv.

Efter att studerat modellerna inom den allmänna cirkulära ekonomin samt *A new textiles economy* ser vi att det finns relevanta delar att ta hänsyn till i studiens modell. Vidare belyses aspekter som vi anser saknas för att modellen ska kunna ta hänsyn till *slow fashion*-företag inom modeindustrin. Vi har valt att behålla den cirkulära ekonomins grundläggande struktur i vår modell då denna tar hänsyn till de basala funktionerna i en hållbar produktionscykel.

Däremot kompletteras den med viktiga aspekter från *A new textilies economy*, *material longlivity* och *product longlivity* samt *slow fashions* karaktärsdrag.



Figur 5. Illustration av *Den cirkulära slow fashion modellen*.

Den första delen modellen belyser, som vi kommit att kalla *Den cirkulära slow fashion modellen*, är materialval. I denna punkt undersöks vilka typer av material som används till produkten, huruvida materialet är biologiskt eller teknologiskt samt om det är återvunnet eller inte, vilket ligger i linje med den cirkulära ekonomiska modellen som European Environment Agency (2016, s.10) presenterat. Biologiskt material syftar till natur- och regenatfibrer medan tekniskt material istället ser till användningen av syntetfibrer. Vidare undersöks materialets sammansättning då blandning av textilier försvårar återvinning i senare skede (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24) samt materialets kvalité för att se till produktens planerade livslängd och hållbarhet (Clark, 2008, s.428). Modellen eftersträvar att återanvända det material som redan finns i kretsloppet. I den utsträckning återvunnet material inte finns att

tillgå kommer dock nya resurser behöva tillföras i cykeln, vilka eftersträvas att vara biologiska. Detta illustreras med pilen "ny materialtillförsel".

Produktdesignen är nästa del i modellen vilken ser till många aspekter från eko-designens principer (European Environment Agency, 2016, s.26). Modellen studerar därav ett cirkulärt tänk i designprocessen med hänsyn till produktens livscykel och förmåga att återvinnas efter användning. Utöver detta tas även hänsyn till hur säsongsbaserad produktens utformande är samt mängden designade kollektioner under ett år för att se till *slow fashions* egenskaper (Fletcher, 2010, s.264).

I produktionsdelen belyses mängden produkter företaget väljer att producera samt vilken kvalitet de håller då dessa innefattas av de karaktäristiska principerna inom *slow fashion*s produktionsprocess. Begreppet karakteriseras även av produktion i lokala produktionsanläggningar (Fletcher, 2010, s.264), vilket är en annan aspekt att undersöka. I produktionsdelen läggs även vikt vid det cirkulära perspektivet av produktens tillverkning där förmågan att upprätthålla effektiva produktionsprocesser såsom minskat avfall, vatten- samt kemikalieanvändning undersöks (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s. 23).

I försäljningsdelen belyses företagets försäljningsmodell där hållbara samt alternativa sätt att möta kundens efterfrågan av produkter studeras. Ellen MacArthur Foundation (2017, s.24) ser till uthyrning av produkter som ett alternativ medan European Environment Agency (2016, s.9) belyser möjligheten till reparationer som en viktig del i en hållbar försäljningsutveckling. Modellen kommer även se till produktens prisbild då varans pris är en väsentligt del i *slow fashion* för möta produktens verkliga kostnad samt sakta ner konsumtionstakten. Detta uppmuntrar därmed till att förlänga produktens livslängd (Clark, 2008, s.428). Beroende på kvantiteten av klädesplagg företaget väljer att producera samt vilken kvantitet försäljningen ligger på är det även intressant att se till företagets lagerhållning. Huruvida företaget strävar efter en låg produktionsnivå för att därmed minimera eventuella lager av produkter, alternativt väljer att producera i den mängd som krävs för att säkerställa att alltid kunna möta konsumenternas efterfrågan, vilket kräver lagerhållning av produkter. Då *slow fashion* eftersträvar att sakta ner konsumtionstakten (Clark, 2008, s.428) studeras också företagens inställning till utförsäljning och realisation av varor i sortimentet i samband med introduktionen av nya kollektioner/plagg. Detta då utförsäljning och utfasning sker för att skynda på möjligheten att introducera nya varor och trender för konsumenterna, vilket går emot konceptet för *slow fashion*.

Avfallshantering är en annan viktig grundaspekt i den cirkulära ekonomin, såväl väl implementerad i modellen *A new textiles economy.* Då området är väl genomtänkt och utvecklat i båda dessa modeller finns ingen anledning att tillägga någon ytterligare aspekt. Det är ett viktigt moment för *slow fashion*-företag att arbeta med för att styra *slow fashion* konceptet in på en cirkulär bana. Detta då de i dagsläget främst syftar till en förlängd användning av produkter och inte nödvändigtvis ser till ett cirkulärt system. Av denna anledning kommer denna modell, såsom de övriga modellerna i den teoretiska referensramen, se till återvinning av klädesplagg samt företagens förmåga att arbeta med insamling av textilmaterial (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s. 25; European Environment Agency, 2016, s.29). Detta speglas i modellen då avfallshantering fortsätter sammankopplat med materialval, då det eftersträvas efter att bibehålla existerande material i kretsloppet. Det

material som inte går att återanvända illustreras med pilen "utgående materialavfall" ut ur modellen då materialet har nått sin slutanvändning.

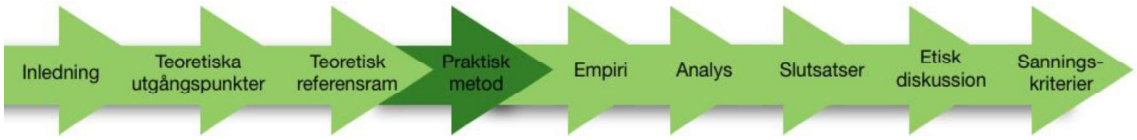
För att uppnå en komplett modell adderas två kringliggande cirklar runt modellen. Den första, och innersta cirkeln, är kommunikation. I båda modellerna som presenterats ovan, främst i *A new textiles economy*, nämns vikten av att kommunicera med externa parter för att skapa goda förutsättningar till ett framgångsrikt hållbarhetsarbete. Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) belyser att öppna kommunikationskanaler krävs i hela värdekedjan där transparens mellan aktörerna är en viktig aspekt samt att det bör finnas gemensamma standarder och visioner mellan dem, vilket kräver öppen kommunikation (Ellen MacArthur Foundation 2017, s.23). Trots vikten författarna lägger på detta för att uppnå en cirkulär modell har kommunikation ingen konkret plats i modellen. Då kommunikation är väsentligt för det cirkulära arbetet ges området en självklart plats i studiens framtagna modell. Anledningen till att kommunikationen omringar hela modellen är för att det ska genomsyras i alla steg företaget arbetar med.

Den yttersta cirkel i modellen ser till produktens livslängd och baseras på *material-* och *product longlivity.* Som författaren till begreppen antyder är det viktigt att anpassa produktens materialval, design och hållbarhet för dess tilltänkta livslängd (Goldsworthy, 2017, s.1967). Det är därmed av vikt att producera en produkt utefter de förhållanden den kommer användas efter för att då endast använda den mängd resurser i tillverkningen som behövs, något som resulterar i en minskad miljöpåverkan. För att ta hänsyn till produktens verkliga användningslängd ges cirkeln möjlighet att anpassa omkretsen beroende på produktens livslängd, vilket illustreras med de den yttre cirkeln kallas "livslängd". Detta kan därmed innebära att livslängdscirkeln kan skilja sig mellan olika produktkategorier då de har olika lång användningslängd. Cirkelns omkrets är ingen riktlinje som företaget måste anpassa sig utefter utan cirkelns omkrets förändras automatiskt i samband med företagets designprocess av en produkt och dess planerade livslängd.

STU19-0015 (40/102)
Sida 41 av 105

4. Praktisk metod

Avsnittet praktisk metod behandlar den forskningsdesign som ligger till grund för studien tillsammans med urval av fallföretag samt dess respondenter. Därefter presenteras forskningsetik, studiens intervjuförfarande samt kritik mot våra primärkällor. Avslutningsvis belyses processen vid hantering av insamlad data där transkribering samt framställning av empiri och analys behandlas.



4.1 Forskningsdesign

Den forskningsdesign som kommer ligga till grund för denna undersökning är en multipel fallstudie. Detta vi anser den vara mest lämpad för vår undersökning då metoden möjliggör för en ingående och detaljerad undersökning av flertalet organisationer som studeras vid ungefär samma tidpunkt (Bryman & Bell, 2013, s. 95). Vidare ger det oss även möjligheten att undersöka ett fenomen på djupet (Yin, 2003, s.13). Detta finner vi är av vikt för att kunna forska kring *slow fashion*-företags arbetsmetoder då ingående förståelse av verksamheterna krävs.

En multipel fallstudie genererar även uppgiftsinsamling från flera aktörer som kan belysa flera, alternativt samma, aspekter i ett visst sammanhang. Detta menar Alvehus (2013, s.78) kan bidra till ökad förståelse för ett visst agerande genom att utöka potentiella urskiljningar av det insamlade datamaterialet. Det finner vi även medför möjligheten att kunna identifiera eventuell utvecklingspotential i verksamheternas arbetssätt. Genom att undersöka flera företags arbetsmetodik ser vi potential i att finna eventuella områden som kan förbättras. Metoden genererar även en förståelse för det bakomliggande beteendet vilket gör det lättare att förstå hur problemområdena kan förändras.

4.2 Urval

I denna studie ämnar vi att utgå från ett målinriktat urval, vilket enligt Bryman (2011, s.350) innebär att företag och individer väljas ut med direkt koppling till de forskningsfrågor som formulerats. Detta görs för att finna de företag och företagsrepresentanter som vi bedömer kan förhålla sig till, samt besitta den kunskap om de frågor som ämnas att ställas inom området, något som därmed bidrar till undersökningens syfte. Genom att använda ett målstyrt urval ökar överensstämmelsen mellan den valda forskningsfrågan och urvalet vilket gör att möjligheten att intervjua deltagare som är relevanta för problemformuleringen blir större (Bryman 2011, s. 392).

För att finna de mest representativa företag och individer har vi format tydliga kriterier vi utgått från innan vi påbörjat vårt urval. De kriterier vi anser bör uppnås för ett företag samt respondent listas i 4.2.1 Fallföretag och 4.2.2 Val av respondent. Då vi undersöker området *slow fashion* och cirkulär ekonomi innebär det för oss att vi baserar dessa kriterier för det

målinriktade urvalet av företag och företagsrepresentanter som arbetar inom ramen för dessa områden.

4.2.1 Fallföretag

Då vi antagit ett målinriktat urval i syfte att få djupgående information inom företag som till synes arbetar med *slow fashion* har vi utformat vissa kriterier som företaget måste uppfylla. Det första kriteriet innebär att företaget själva ska producera, alternativt vara delaktiga i produktionsprocessen av sina egna produkter. Det andra kriteriet är att företagets primära fokus ligger i att tillverka modekläder. Tredje kriteriet syftar till att företaget ska sälja sina produkter via egna försäljningskanaler och inte endast via återförsäljare. Fjärde kriteriet innefattar att företaget ska arbeta utefter de definierade karaktärsdragen för *slow fashion,*. Detta innebär längre hållbarhet av produkter, tidlös design, medvetenhet vid materialval samt resursförbrukning. Utöver de presenterade kriterier har vi även valt att göra vårt urval av företag som är verksamma på den svenska marknaden. Detta för att underlätta intervjuförfarandet sett till minskad risk för missförstånd i kommunikation som olika modersmål kan innebära.

Utefter dessa kriterier identifierade vi 20 företag som uppfyller kriterierna varav sju av dessa företag uttryckte ett intresse av att delta i undersökningen. Två av de deltagande företagen har dock samma ägare. Då båda bolagen klassificeras som *slow fashion*-verksamheter och deras arbetsmetoder skiljde sig avseendevärt från varandra fann vi det ändå av intresse att båda företaget skulle delta i undersökningen. Övriga företag uttryckte att de antingen inte hade möjlighet att delta på grund av att de var upptagna med med andra åtaganden inom ramen för verksamheten. Alternativt förklarade företaget att de fått många liknande förfrågningar om studiedeltagande och att tiden räckte inte till för alla. Detta begränsade vår ambition något om att försöka skapa en stor bredd av olika typer av *slow fashion*-verksamheter i undersökningen. Av de sju företag som visat intresse för deltagande är majoriteten av verksamheterna relativt små. Ett företag kan vi klassificera som ett medelstort företag medan en annan verksamhet kan anses som stor på den svenska modemarknaden. Utbudet av verksamheter som kan klassificeras som *slow fashion* är lågt och antalet blir ännu färre om de även ska anses vara någorlunda stora på marknaden. Vi hade önskat att fler större verksamheter deltog i undersökningen för att bidra till en ökad variation, vi tror dock inte att utfallet kommer att påverka resultatet avseendevärt. Detta då företagen som deltar i undersökningen har skilda arbetsmetoder och utgångspunkter. Studiens fördelning av företag ser vi till och med är en mer verklig representation av marknaden för *slow fashion*-företag då majoriteten av verksamheterna är små, där ett fåtal verksamheter klassificeras som större aktörer.

För vår studie ser vi att sju deltagare är ett rimligt antal för att genomföra en kvalitativ undersökning, just då *slow fashion* är ett relativt litet område inom modebranschen. Sju intervjuobjekt utgör därav en relativt stor representation av den totala *slow fashion*-marknaden i Sverige då de är få till antal. Trots detta ser vi att det givetvis finns fördelar med att genomföra fler än sju intervjuer. Det skulle kunna innebära att slutsatsen bättre överensstämmer med marknaden som ett resultat av mer insamlat material. För att detta skulle vara möjligt behöver dock de kriterierna vi utgått från för att identifiera lämpliga verksamheter för studien sänkas, detta för att finna fler företag som är av intresse att undersöka. Risken finns därmed att kvalitén på intervjuerna skulle försämras då materialet inte nödvändigtvis är relevant för att besvara studiens undersökningssyfte. Kriterierna vi sett till vid företagsurval har därav funnits för att i största möjliga utsträckning i största möjliga

utsträckning säkerställa att deltagarna i undersökningen är lämpliga för vår studie. Av den anledning ser vi att nackdelarna med fler deltagande företag väger över eventuella fördelar.

4.2.2 Val av respondent

Många av de företag som identifierats och uppfyllt kriteriterinerna presenterade ovan är av mindre skala, något som är ett vanligt förekommande attribut för *slow fashion*-företag. Av den anledningen var det relativt enkelt att komma i kontakt, med vad vi finner vara, kvalificerade respondenter. Detta då det i majoriteten av fallen var kontaktpersonen som grundat och idag driver verksamheten, något som resulterar i att denne har god insyn i verksamhetens alla processer. På sådant sätt kunde individen representera företaget väl. I det enstaka fall där vi inte kunnat lokalisera individen med denna position har vi utgått från två kriterier för att säkerställa att respondenten vi kontaktar besitter rätt kunskap sett till studiens syfte. Det första kriteriet är att respondentens arbetsuppgift innefattar hållbarhetsarbete alternativt ett övergripande produktansvar. Detta då vi ämnar att studera produkters hela livscykler. Andra kriteriet är att personen är betrodd med en ansvarsposition och arbetar strategiskt med frågor inom de tidigare nämnda arbetsområden. Vi ansåg det viktigt att finna kontaktpersoner med rätt kvalifikationer då detta påverkar huruvida förmågan att bidra till ökad förståelse för det problem vi ämnar att undersöka. Detta är även något som Johansson-Lindfors (1993, s.95) belyser som viktigt vid val av respondenter.

Den initiala kontakten med de respondenter som uppfyllt kriterierna gjordes via mail. Fanns ingen privat mail tillgänglig till en enskild respondent användes företagets kundtjänst. Detta för att vi, på ett välformulerat och informativt sätt ville ge mottagaren möjligheten att ta del av informationen i mån av tid. I mailet gav vi även mottagaren möjligheten att kontakta oss vid eventuella frågor om studien eller kring utförandet av intervjun. De respondenter som vid ett senare tillfälle ännu inte tackat ja eller nej till deltagande kontaktade via telefon för vidare information.

Av de sju företag som godkändes utifrån kriterierna och som var villiga att ställa upp i undersökningen identifierades en respondent från varje företag. Som tidigare nämnt drevs två av företagen av samma personer och därmed resulterade det i totalt sex respondenter från sju deltagande företag. Av de sex respondenter var fem av dem grundaren alternativt medgrundaren som även aktivt arbetar med företaget idag. En av de sex respondenter har inte varit med och grundat företaget men är företagets ansvarige för företagets logistik vid inköp, produktion samt hållbarhet. Respondenten har därmed god inblick i företagets hållbarhetsarbete och produkternas livscykler.

4.3 Forskningsetik

Då studiens datainsamling bygger på intervjugenomförande menar Bryman och Bell (2013, s.137) att det är viktigt att förhålla sig till forskningsetiska föreskrifter som grundas i följande krav: *informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitets-* och *anonymitetskravet, nyttjandekravet* samt *falska förespeglingar.* I vår studie har vi därav under mailkontakt såväl som telefonkontakt noggrant informerat deltagarna om studiens syfte samt hur vi kommer använda det empiriska materialet. Detta för att inte på något sätt vilseleda undersökningsdeltagarna. För att uppnå kriteriet samtycke informerade vi deltagarna innan intervjun om deras frihet att när de vill har de möjlighet att avbryta intervjun, alternativt inte svara på de frågor de inte känner sig bekväma att svara på. Vi informerade även respondenterna om att inspelning av samtalet kommer äga rum, information vilket enligt

(Bryman & Bell, 2013, s. 137) även är viktig att framföra för att uppnå kravet om samtycke.

För respondenterna som deltagit i vår undersökning har möjligheten funnits om att vara anonym i studien. Detta är dock inget som önskats av våra intervjuobjekt då samtliga förklarat att transparens är en viktig aspekt i deras verksamhet samt att de genom företagets agerande vill vara med och påverka modebranschen på ett hållbart sätt. Av denna anledning är både namn på företagen samt dess representant utskrivna i studien. Kvale & Brinkmann (2009, s.73) poängterar vikten av att före intervjun äger rum tydligt förklara vilka som får ta del av informationen. Detta har vi tagit hänsyn till för att skapa rättvisa förutsättningar i intervjuobjektets beslut kring anonymitet. Av den anledning ser vi att både konfidentialitets- och anonymitetskravet är uppfyll.

Ytterligare ett krav vi förhållit oss till för att uppnå en god forskningsetik är nyttjandekravet. Genom att klargöra direkt under den inledande kontakten att den insamlade datan för studien endast kommer användas för detta forskningsändamål har vi uppnått, vad Bryman och Bell (2013, s. 137) poängterar är av vikt, för att respondenterna ska veta att informationen inte får eller ska användas till andra ändamål. Då studien är grunden för vårt examensarbete informerade vi även att studiens resultat kommer tillgängliggöras för allmänheten när studien är genomförd.

Som nämnt ovan har vi minimerat risken för att vilseleda respondenterna genom tydlig information om vad vi ämnar att undersöka. För att inte skapa falska förespeglingar av respondentens givna information har vi även eftersträvat att publicera resultat som är så korrekt och representativ som möjligt. Genom att ge respondenten möjlighet att ta del av det sammanställda datamaterialet kan vi säkerställa att informationen vi tagit del av är korrekt uppfattad samt gett respondenten möjlighet att korrigera svaren. Att ge intervjudeltagarna denna möjlighet ser vi dock kan innebära att viss information som i efterhand uppfattas för utlämnande tvingas tas bort i studien. Då våra respondenter tydligt poängterat att transparens är en väsentlig del i deras arbete ser vi dock inte att denna risk är betydande.

4.4 Intervjuförfarande

4.4.1 Utformning av intervjuguide

I studien har semistrukturerade intervjuer använts vilket innebär att intervjuerna följt ett formulär, kallat intervjuguide. Detta menar Alvehus (2013, s.83) möjliggör för öppna frågor och ett bredare samtalsutrymme för respondenten, något vi i intervjun eftersträvat. Vi antar därför denna struktur då vi ser att det möjliggör för en mer ingående inblick i hur respondenten resonerar samt agerar. Vi menar att intervjuguidens struktur ger oss möjligheten att anpassa intervjufrågorna under samtalets gång samt att vid lämpliga tillfällen ställa följdfrågor. Vi anser det viktigt med flexibilitet i samtalet för att ge respondenten möjlighet att informera oss om detaljer som berör verksamheten, vilka möjligtvis inte skulle berörts utan denna öppna struktur.

Studiens intervjuguide kommer agera som riktlinje för de områden vi vill undersöka under intervjun. Vi anser att det är av vikt att respondentens åsikter, värderingar och resonemang ska genomsyra intervjun. Detta är enligt Alvehus (2013, s.83) av betydelse för att öka kvalitén på den insamlade datan. För att undvika att påverka intervjuobjektets resonemang har vi därav utformat intervjufrågorna till att inte vara ledande för respondenten, vilket Bryman och Bell (2013, s. 137) poängterar är av vikt vid genomförande av intervjuer. Ett

exempel på ledande frågor som vi undvikit är att indikera att ett visst agerande eller beteende är mer fördelaktigt, just för att våra personliga värderingar inte ska påverka respondentens svar. En ledande fråga behöver dock inte alltid vara negativ då den kan användas för att säkerställa att intervjupersonen har uppfattat deltagarens svar på ett korrekt sätt (Kvale, 2007, s.88), vilket gör att vi kan komma att ställa frågor i bekräftande syfte. Då vi även har en egen framtagen modell som utgångspunkt i undersökning har vi tvingats vara något begränsade vad gäller undersökningsområde i intervjuguiden. Vi har trots detta sett till att inte vara för specifik i vår frågeställning, detta genom att ställa relativt öppna frågor inom ämnet för att ge respondenten frihet i sina svar. Utefter Bryman och Bells (2013, s.484) rekommendationer har vi har även eftersträvat ett lättsamt språk vid utformning av intervjuguiden för att undvika missförstånd kring frågornas innebörd.

Vi har vidare eftersträvat en tydlig ordningsföljd av frågorna i intervjuguiden genom att utgå från totalt nio teman. Majoriteten av dessa teman baserar sig på vår modell *Den cirkulära slow fashion modellen* och dennes fokusområden. Vi inleder med bakgrundsfrågor om både företaget samt respondentens roll för att få en mer ingående bild av företaget och respondenten. Därefter följer intervjuguiden samma struktur som modellen med materialval som andra tema, följt av produktdesign, produktion, försäljning, avfallshantering, kommunikation samt livslängd på produkten. Varför dessa punkter följer denna ordning är både för att överensstämma med modellens struktur, men även för att vi anser det vara mest logistik då denne följer produktens livscykel från början till slut. Dessa teman syftar till att undersöka hur intervjuobjekten arbetar med de olika delarna som modellen består av samt deras ställningstagande till dom. Slutligen har vi avslutat intervjun med att ge respondenten möjlighet att tillägga eventuell information som saknats men som anses viktigt sett till undersökningsområdet, just för att ge individen friheten att komplettera information som denne finner väsentlig.

Intervjuområde	Exempelfrågor
Företagspresentation	Kan du ge oss en introduktion till företaget, både vad ni gör, er vision, mission samt värderingar?
Materialval	Vilka typ av material använder ni till era produkter?
Produktdesign	Vad tar ni hänsyn till när ni designar era produkter?
Produktion	Hur stor kvantite väljer ni att producera av varje kollektion? Varför?
Försäljning	Vilket typ av försäljningsmodell använder ni inom företaget?
Avfall	Arbetar ni med insamling av klädesplagg? Om ja, på vilket sätt? Om nej, varför?
Kommunikation	Arbetar ni med kommunikation och transparens i er värdekedja?
Livslängd	Ser ni att era produkter har olika livslängder? Om ja, hur påverkar detta ert arbete? Om nej, varför?
Övriga frågor	Slutligen, är det något du tycker vi har glömt att fråga men som du anser vara väsentligt att belysa vad gäller ert företags arbetsprocess?

Tabell 1. Sammanfattning av intervjuguiden

4.4.2 Genomförande av intervjuer

Innan intervjun ägde rum mailade vi intervjuguiden och annan nödvändig information till vardera respondent för att ge dem möjlighet att vara förberedda på de frågor som intervjuguiden behandlar. Detta för att minimera eventuellt bortfall på frågor som ett resultat av bristande kunskap eller insyn i frågan. Vi tog dock hänsyn till att intervjuobjektet ges större möjlighet att försköna verksamhetens arbete i och med detta, men eftersom att deltagarna uttalat arbetar med transparens i sin verksamhet ansåg vi att den risken var liten. En diskussion kring detta kommer behandlas mer ingående i avsnitt 8. Etiskt diskussion.

Själva intervjun valde vi att genomföra via Skype, något som Alvehus (2013, s.80) menar är ett godtagbart kommunikationsverktyg. Detta beslut grundade sig i att vi varken geografiskt eller tidsmässigt hade möjlighet att anordna fysiska möten med deltagarna. Under intervjuerna valde vi, med godkännande från deltagaren, att spela in samtalet för att vi i efterhand skulle få möjlighet att ta del av materialet. Vi valde också att dela upp arbetsuppgifterna där en av oss antecknade respondentens svar medans den andre aktivt höll i samtalet. Vi är medvetna om att dela upp ansvaret över intervjuerna kan påverka resultatet av materialet i form av vilka följdfrågor som ställts alternativt att intervjutekniken kan skilja sig åt. Anledningen till varför vi ändå valde denna metod baserades på att våra kunskaper och erfarenhet från att genomföra intervjuer är likvärdiga. Vi fann med andra ord ingen anledning att utse en av oss till intervjuare eller antecknare före dess att vi båda fått möjlighet att testa vilken av rollerna som passade bäst för oss båda. Då vi insåg att vår intervjuteknik och tillvägagångssätt var likvärdiga ansåg vi att det inte fanns en anledning att dela upp arbetet. Vi såg dock till att förbereda oss tillsammans inför varje intervju för att säkerställa att uppläggen var någorlunda liknande samt diskuterade lämpliga följdfrågor som skulle kunna vara relevanta. Detta upplägg gav oss möjligheten att anteckna all viktig information samtidigt som en aktivt följde med i samtalets gång och hade möjlighet att ställa följdfrågor. I de fall där vi önskade ett mer tydligt och detaljerat svar gav det oss då möjligheten att be respondenten utveckla svaret. Det sistnämnda är något som Alvehus (2013, s.84) menar är en viktig del av en intervju.

En genomgående utmaning i samtliga intervjuer var att det stundtals var svårt för respondenterna att konkret hålla sig till frågan då ämnet hållbarhet och mode i samtliga fall är en hjärtefråga för respondenterna. För att inte begränsa dem i sina svar har vi öppnat upp för möjligheten att prata om det som de kommit att tänka på för stunden. För att dock säkerställa kvaliteten på materialet har vi aktivt försökt att styra tillbaka samtalet till de berörda frågor i intervjuguiden när vi ansåg att diskussionen saknade relevans för studien.

Då forskningsämnet berörde frågor som respondenterna mer än gärna diskuterar innebar det även att vi fick väl utvecklade svar samt att respondenterna tog sig tid att även svara på våra följdfrågor. Detta gjorde att genomsnittstiden för våra intervjuer var 1 timme och 13 minuter. Enligt Kylen (2004, s.7) finns det gott om tid att behandla flera frågeområden samt fördjupa sig på det som anses vara mest relevant under en intervju som varar mellan 40-60 minuter. Vi anser därav att de intervjuer vi genomfört är mer än väl lämpade att använda som empiriskt material då vi har haft god tid på oss att få utvecklade svar och ingående inblick i samtliga företags arbeten.

Tillfället för intervjun skedde med hänsyn till deltagarens önskemål om både tid och datum. Detta gjorde vi för att underlätta för respondenten att finna ett tillfälle som passade för denne att delta i undersökningen. Om deltagaren saknade preferenser på tid och/eller datum gav vi förslag på ett intervjutillfälle. Vi var dock tvungna att begränsa deltagaren till veckorna 12 - 14 för att vi skulle ges chans att hinna bearbeta och analysera det empiriska materialet.

4.5 Kritik mot primärkällor

Då de deltagande företagen och dess respondenter inte valde att vara anonyma i studien ser vi en potentiell möjlighet i att respondenterna skulle vilja försköna företagets verklighet. Att ha i åtanke är även att majoriteten av respondenterna själva grundat företaget, samt att arbetet med en hållbar klädproduktion och försäljning grundar sig i ett personligt intresse, vilket skulle kunna öka risken att intervjusvaren vinklas för att lyfta fram företagets bättre sidor. Då samtliga respondenter poängterade vikten av transparens i företaget, både gentemot leverantörer och konsumenter, ser vi dock att det inte bör påverka intervjusvaren i någon större utsträckning. Vidare har flertalet av företagen under intervjun lyft fram saker företaget inte arbetar med men som de strävar efter att uppnå inom en viss framtid, något som vi anser tyder på respondentens ärlighet och transparens.

4.6 Hantering av insamlad data

4.6.1 Transkribering

Vi har i detta arbete valt att transkribera de genomförda intervjuerna. Detta för att skapa goda förutsättningar för att rättvist presentera materialet i studien genom att exempelvis undvika syftningsfel samt misstolkning av den insamlade informationen. Trost (2010, s.149) belyser dock att transkribering kan skapa svårigheter vad det gäller förmågan att överblicka den mängd information som överförts från tal till skrift. För att minimera detta problem har vi valt att göra stödanteckningar i ett dokument som följer samma struktur som intervjuguiden. Därigenom kunde vi anteckna deltagarens svar inom respektive område till tillhörande ämne i dokumentet. Detta valde vi att göra då utformningen av intervjuguiden baserades på studiens framtagna modell och bidrog därför till att vi i efterhand enkelt kunnat skapa oss en övergripande bild om vilka ämnesområden som berörts i intervjun. Värt att notera är att vi enbart gjort enklare antecknar alternativt inga alls i de fall där respondenten pratat om saker som inte alls berör intervjufrågorna.

I processen av att transkribera intervjuerna har de stödanteckningar som gjordes i samband med genomförandet av varje intervju använts. Stödanteckningar är även något som Alvehus (2013, s.110) understryker underlättar hanteringen av insamlad data avseendevärt. Då samtalet även spelades in innebar det att vi vid senare tillfälle hade möjligheten att lyssna på intervjun. Detta medförde att vi kunde komplettera information som inte hunnit antecknas samt redigera information som inte helt överensstämde med respondentens svar. Vidare kunde vi även göra korrigeringar om våra anteckningar inte helt stämde överens med respondentens inspelade svar samt lägga till information som vi inte hunnit anteckna under samtalets gång. Inspelning av intervjun kan även utgöra en ökad trygghet för respondenten då det som sägs med sannolikhet uppfattas mer korrekt av forskaren. (Alvehus, 2013, s. 85) Genomgången av den insamlade datan gjordes direkt efter intervjuerna, vilket ligger i linje med (Alvehus, 2013, s.40) rekommendation då det även gav oss möjligheten att notera egna kommentarer som vi kan använda senare i arbetet.

Vad gäller urvalet av intervjumaterial valde vi att inte sortera det först informationen skulle

formuleras och användas i studien. I samband med detta eftersträvade vi att inte förändra budskapet på något sätt för att skapa en annorlunda bild om vad som sagts. Alvehus (2013, s.111) belyser vikten av detta genom att poängtera att reducering av information ställer krav på forskaren då det är viktigt att det empiriska materialet fortfarande representeras på ett rättvist sätt. För att säkerställa att detta uppfyllts har respondenterna fått möjlighet att läsa igenom och godkänna den information som använts från respektive intervju. Ansåg respondenterna att det funnits feltolkningar i materialet alternativt att det vinklats på ett missvisande sätt fick de möjligheten att korrigera detta i efterhand.

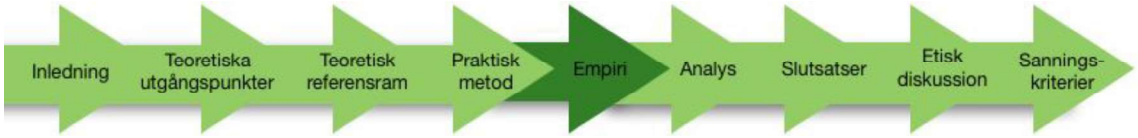
4.6.2 Framställning av empiri och analys

Efter transkriberingarna av intervjuerna genomförts gicks datamaterialet igenom för att således strukturera det utefter de olika områdena presenterade i *Den cirkulära slow fashion modellen*. Trots att strukturen av intervjuguiden följts när vi gjort stödanteckningar vid intervjuerna behövdes informationen sorteras ytterligare. Detta gjorde vi genom att läsa igenom intervjumaterialet för att finna nyckelord i respondentens svar för att sedan flytta det till rätt ämnesområde. De områden som vi utgått från är materialval, produktdesign, produktion, försäljning, avfall, kommunikation och livslängd vilket alla går att finna i studiens framtagna modell. Vi valde dock att addera två områden för att introducera företagen som deltagit i intervjun samt för att öppna upp för övriga kommenterar företagen haft som vi finner relevant för vårt område.

Efter en genomgående strukturering av informationen presenterades det insamlade datamaterialet i tematisk ordning som även denna följde samma områdesstruktur som nämnt ovan. Då vi eftersträvar att finna beteenden och generella mönster för den studerade branschen ser vi det fördelaktigt att använda denna metod då dessa eventuella mönster, i vår mening, lyfts fram på ett enkelt sätt. Genom att genomföra en tematisk metod för att presentera det empiriska materialet ser vi att upprepningar minimeras samt att läsaren enklare kan följa med i den presenterade informationen. För att ytterligare underlätta för läsaren har vi även valt att avsluta varje ämnesområde med en sammanställande tabell som ger en tydlig översikt över varje företags separata arbete. Vi har vidare även valt att använda de förutbestämda intervjuområden i studiens analysdel för att skapa en röd tråd genom hela undersökningen.

5. Empiri

I detta kapitel kommer företagen och dess representanter inledningsvis att presenteras var för sig. Därefter kommer information om företagens arbetsmetoder inom den cirkulära slow fashion modellen att framställas. Efter varje arbetsområde kommer en sammanställd tabell av det empiriska datan presenteras för att således överskådliggöra verksamheternas arbetsmetoder.



5.1 Sammanfattning av intervjugenomförande

Företag	Respondent	Position	Intervjutid	Intervjuform
Chaleca	Maja Forslind	Grundare och VD	1 timme 26 minuter	Skype
Starry Eyes	Mia Redemo	Grundare och VD	1 timme 23 minuter	Skype
by Dem	Annika Axelsson	Grundare och VD	1 timme 6 minuter	Skype
Legnology	Anna Takahashi	Grundare och VD	1 timme 4 minuter	Skype
SootSTHLM	Anna Takahashi	Grundare och VD	1 timme 11 minuter	Skype
Jumperfabriken	Elisabeth Synnes	Grundare och VD	1 timme 5 minuter	Skype
Didriksons	Ulf Bourghardt	Logistik vid inköp, produktion- och hållbarhetsansvarig	1 timme 19 minuter	Skype

Tabell 2. Sammanfattning av studiens intervjugenomförande

5.2 Presentation av företag och respondenter

Företaget Chaleca grundades 2012 av företagets respondent Maja Forslind och två ytterligare medgrundare. Enligt Maja själv är de ett litet företag som under 2016 hade 90 tkr i omsättning. Det huvudsakliga fokuset för företaget är tillverkning och försäljning av stickade klädesplagg i främst alpackaull till både barn, kvinnor och män. Många av produkterna är såväl neutrala som unisex där de har ett stort fokus på klassisk och tidlösa produktdesign. Drivkraften bakom att starta företaget låg i att vilja att producera och sälja hållbara, exklusiva och tidlösa stickade klädesplagg som ska hålla i många år. Maja har själv en bakgrund inom rättvis handel och varit intresserad av hållbart mode under en längre tid. Hon har därav naturligt haft en roll inom företaget som fokuserats på miljö och social hållbarhet. De tre grundarna har turats om att ha huvudansvar för uppgifterna inom företaget beroende på var och ens möjlighet att lägga tid på företaget. Sedan 2017 sköter Maja mestadels försäljning, ekonomi, orderhantering och inköp.

Starry Eyes grundades 2014 och är ett relativt litet märke som erbjuder one size klädesplagg till främst kvinnor med ett intresse för personlig stil. Företagets respondent Mia Redemo är ensam grundare av verksamheten och ansvarar själv för att driva alla dess delar. För Mia är det viktigt att alla människor ska känna sig unika och ville genom att starta Starry Eyes hjälpa kvinnor finna en personlig stil. Företaget arbetar främst med återvunnen siden från Indien som designas till en sari, ett traditionellt knytplagg som idag används främst i Indien, Pakistan och Bangladesh. Då klädesplagget knyts direkt efter individens kropp är det en one size produkt som passar alla storlekar mellan 34-44. Enligt Mia ligger Starry Eyes filosofi i att "*[...] klädesplagget ska passa kroppen snarare än att kroppen ska passa klädesplagget*". Företaget tillverkar max ett eller två klädesplagg av samma tyg, vilket gör att nästan alla produkter är helt unika.

by Dem grundades i början av 2000-talet av företagets respondent Annika Axelsson och ytterligare en medgrundare. Verksamheten har en diversifierad historia men i dagsläget tillverkar de profilplagg i naturmaterial, hjälper andra företag att förbättra sitt hållbarhetsarbete samt säljer etiskt producerade kläder till andra verksamheter och direkt till kund. Annika har tidigare en bakgrund inom hållbarhetsfrågor med fokus på vatten och lantbruk. Hon berättade att hon var 14 år när hon första gången hon satte sin fot i en fabrik och upplevde då arbetsförhållandena som omoraliska, något som gjorde henne upprörd. Detta ledde henne till att senare engagera sig i rättvis handel genom vilket hon träffade medgrundaren till by Dem. De startade företaget som ett svar på att det inte gick att få tag på snygga och samtidigt hållbara klädesplagg. Hösten 2004 lanserades de första klädesplagget i Sverige och de fick delta på Stockholm fashion week. De blev uppmärksammade på grund av hållbarhetsarbetet, vilket resulterat i många priser. Dock resonerar Annika själv att deras arbetssätt borde vara "business as usual". Företagets filosofi menar grundaren är att; "*[...] om något ska produceras ska det göras med så små fotavtryck på miljön som möjligt*" .

Legnology grundades 2012 av Anna Takahashi och hennes kollega. De ansåg att dagens nylonstrumpbyxor varken var väl anpassade för kvinnokroppen samtidigt som produkterna hade väldigt dålig hållbarhet. Då produkterna tillverkas av råolja ansåg de att det är ohållbart att se dessa strumpbyxor som slit och släng produkter. För att utöka produktens hållbarhet har de, tillsammans med företagets leverantör, därför tagit fram ett specialkomponerat fibrer. Denna minskar risken för att strumpbyxorna går sönder, tappar formen eller nopprar sig, vilket gör att strumpbyxornas livslängd förlängs. För att bättre passa olika kroppsformer provades Legnology även strumpbyxorna på riktiga kvinnor under framtagningsprocessen. Detta menar Anna inte är standard inom branschen då strumpbyxorna vanligtvis provas ut på raka provrör och alltid utgått från standardstorlekar. Legnology valde därför att satsa på bra passform och designade en panel över rumpan på strumpbyxorna med extra stretch vilket gör att de kan anpassas till fler kroppsformer.

SootSTHLM startades 2016 som ett komplement till Legnology och grundades av samma ägare. Företaget växte fram då de uppmärksammat det snabba modet med konstant nya trender och utförsäljningar, något som de ansåg som ohållbart. Grundfilosofin inom SootSTHLM är att inrikta sig på minimalistiska baskläder som, enligt Anna själv är "*klassiska life-savers*" i garderoben. Av denna anledning erbjuder de endast produkter i en svart och vit färgskala som passar till såväl vardag som fest och som aldrig går ur tiden. Då de ansåg att en stor del av de kläder som produceras på kommersiellt vis idag tenderar att

vara tighta och korta valde de även att designa mer rymliga klädesplagg som därmed passar fler kvinnor. SootSTHLMs bakomliggande tanke är därmed att producera säsongs- och ålderslösa kläder som alla kvinnor, oavsett kroppsform, ska kunna bära.

Jumperfabriken grundades 2008 av företagets respondent Elisabeth Synnes tillsammans med en medgrundare som idag dock inte längre arbetar kvar inom företaget. Elisabeth är idag verksamhetens VD och under 2016 uppgick verksamhetens omsättning till 17 014 tkr. Jumperfabrikens grundidé var att designa, tillverka och sälja stickade tröjor i naturmaterial med inspiration från 50- och 60-talet. Företaget arbetar med ett långsamt synsätt till mode och Elisabeth menar att de inspirerats från den äldre modeindustrin där kvalitet och hållbarhet genomsyrades mer än idag. I designen av Jumperfabrikens klädesplagg ligger stor vikt vid hållbarhet för nutidens slitage av produkterna såväl som att de ska vara klädesplagg som konsumenten vill använda under många år. Klädesplaggen har därav en klassisk och tidlös design med en feminin siluett. I sin position som VD är Elisabeth ytterst ansvarig för verksamheten, deras två butiker i Stockholm och Göteborg samt nio heltidsanställda. Utöver denna roll är hon även designer där hon utvecklar produkterna för företagets olika kollektioner.

Företaget Didriksons grundades 1911 utanför Göteborg av Julius och Hanna Didrikson där verksamheten tillverkade arbetskläder åt fiskare i närområdet. Idag fokuserar företaget på att leverera funktionella klädesplagg för den allmänna konsumentens vardag och hade under 2016 en omsättning på 266 216 tkr. Företaget fokuserar på två olika kundgrupper; de som söker något mer modeinriktade klädesplagg samt de som söker sportinriktade klädesplagg. Företaget använder samma material till dessa olika kundgrupper, dock skiljer sig designen åt. Oavsett vilket kundgrupp klädesplagget riktar sig till ligger funktionen alltid i fokus. Företaget arbetar även med klassiska modeller och neutrala färgskalor såsom svart eller marinblått. Sedan 2012 har de haft en stark tillväxt och vuxit från en personalstyrka på 15 personer till att vid tillfället för intervjun, 5 April 2018, vara 90 anställda. Företagets respondent, Ulf Bourghardt, har arbetat inom företaget sedan början av 2006 och har haft en bred behörighet inom verksamheter. Tidigare var hans huvudansvar att utveckla produkter och dess design men har idag övergått till att innefatta ansvar för logistik vid inköp, hantering av produktion samt hållbarhetsfrågor.

5.3 Materialval

5.3.1 Naturmaterial

Tre av de de sju företag som intervjuats arbetar med naturmaterial i produkterna där det är vanligt förekommande att fibrer med härkomst från både växter och djur blandas. Företaget by Dem använder främst bomull i produkterna men det förekommer även material såsom siden, ull samt lin. Annika resonerar att det finns generella nackdelar med framställningen av bomull som exempelvis att det finns skadliga kemikalier i produktionen. Detta är dock något företaget undviker i framtagningen av det material de nyttjar. Företaget har även valt att arbeta med naturliga material då Annika menar att syntetiska material såsom polyester, oavsett om det är återvunnet eller inte, utsöndrar mikroplaster varje gång klädesplagget tvättas, vilket har stora negativa miljöeffekter.

Jumperfabriken har valt att främst arbeta med 100 % bomull alternativt 100 % ull i företagets klädesplagg. Företaget arbetar därmed primärt med naturmaterial. Elisabeth menar dock att det ibland kan krävas att blanda in exempelvis 10 % nylon i materialet för att färgen ska hålla

bättre samt för att skydda garnet under bearbetning. I vissa ull- samt bomullsprodukter kan även 5 % polyamid vara nödvändigt att tillsättas för att materialet ska hålla ihop bättre när det stickas i maskinen. Elisabeth förklarade vidare att om de vill få en mjukare känsla i ett klädesplagg kan de även välja att blanda in Kashmir i bomullen, ett material som till skillnad från polyamid och nylon är ett naturmaterial.

Företaget Chaleca använder främst alpackaull som är framställt på ett miljömässigt hållbart sätt samt en egen framtagen garnblandning. Alpacka-fibret är ett fint material som är både lätt, värmande samt har hög tålighet. Den egna framtagna garnblandningen Chaleca arbetar med är ett exklusivt garn bestående av angora-fibrer och Corriedale ull. Denna sammansättning förklarar Maja får ett exklusiv utseende samtidigt som det är ett slitstarkt material, något som bidrar till en naturligt lång livslängd för det tillverkade klädesplagget. Av denna anledning finner Maja inget behov av att arbeta med syntetiskt material, som hon dessutom menar är sämre för miljön.

5.3.2 Återvunnet material

Både Starry Eyes, Legnology och Didriksons använder återvunna material av olika slag i verksamheterna i olika stor utsträckning. Utav Starry Eyes produkter tillverkas sju av tio klädesplagg från återvunnet naturmaterial i form av 100 % sari siden från Indien. Materialet har tillverkats under 80-talet och anses vara ett relativt skört material. Då Mia förklarar att det är omöjligt att säkerställa materialinnehållet då det inte köps in nytt benämner företaget tyget som “silk mix”. Det återvunna materialet Legnology använder är polyamid och påträffas endast i företagets stay up legging, vilket är ett av företagets sju produkter. Dessa innehåller upp till 78% återvunnen polyamid, 10% icke återvunnen polyamid samt 12 % elastan. Även Didriksons arbetar med 40 % återvunnet polyamid och polyester i några utvalda produkter. Ulf menar dock att klädesplagget inte består av 100 % återvunnet material då tyget inte är lika starkt och slittåligt som om det vore nytillverkat. Företaget tvingas därmed blanda det med annat material för att stärka produktens kvalité och göra den mer hållbara, något som även är fallet för Legnology.

Legnology belyste att återvinningsprocessen av kläder kan vara resurskrävande om material ska brytas ner där fibrer ska separeras från varandra för att sedan bli något nytt. Om klädesplaggets material återanvänds i form av att exempelvis sy en jacka av gamla jeans är processen markant mindre resurskrävande, vilket gör att huruvida om återvinning och återanvändning av material är bra beror helt på processen. Anna förklarar därför att förlänga livslängden på en produkt idag är lika värdefullt som processen att återvinna något, just eftersom att det är resurskrävande. Det anses därav fördelaktigt att skapa något som lever länge och som inte behöver återvinnas.

5.3.3 Konstgjort material

Starry Eyes, Legnology och Didriksons har valt att nyttja konstgjort material i sina produkter då de anser att natur- eller återvunnet material inte alltid uppfyller de funktioner företaget kräver. Företaget SootSTHLM valde att använda ett konstgjorda material, i detta fall tencel, eftersom att det är mer miljömässigt framställt än viskos och passade bra till verksamhetens ändamål.

5.3.3.1 Regenatfibrer

Tencel, materialet som SootSTHLM använder, framställs från trämassa som i ett slutet tillverkningssystem omvandlas till träfibrer. Därefter blir fibret sedan till ett viskosmaterial. Materialet i sig är av naturlig härkomst men materialet framställs på konstgjord väg då träfibret måste bearbetas före det kan spinnas till tråd. Detta innebär att cellulosans sammansättning förändras vilket därmed gör att det, trots sitt naturliga ursprung, klassas som ett regenatfibrer. Tencel är ett material som även är naturligt antibakteriellt, andas och är skönt att ha på kroppen. Då SootSTHLM använder 100 % tencelmaterial i sina produkter går de även att naturligt brytas ner i komposten.

Företaget Starry Eyes använder materialet viskos i tre av tio produkter vilket är ett konstgjort material som framställs från trämassa. Mia förklarar inte är det mest hållbara materialet men det positiva med materialet är att det är slitstarkt vilket därmed förlänger produktens livsläng. Det är ett medvetet val från företagets sida då Mia anser att tygets utseende är viktigt och att återvunna kvalitativa viskostyger både är dyra samt svåra att finna.

5.3.3.2 Syntetfibrer

Legnology använder ett syntetiskt specialfiber som de, tillsammans med leverantören, har valt sammansättningen på. Materialet är både slitstarkt och håller hög kvalité där sammansättningen varierar beroende på strumpbyxornas egenskaper. Anna exemplifierade att en produkt kan innehålla 80% polyamid samt 20% elastan. Valet av strumpbyxornas specialfiber baserades på att produkten ska ha hög kvalité där den bibehåller god form, ska fylla dess funktion och inte gå sönder eller nopprar. Materialet bidrar därmed till god hållbarhet av produkten där dennes livslängd förlängs.

Didriksons använder främst de syntetiska materialen polyamider och polyester, men det kan även förekomma inslag av annat material såsom organiskt producerat bomull. Då klädesplaggen har olika segmentfokus skiljer sig även sammansättningarna åt något mellan produkterna. För de mer modeinspirerade kläderna ska de vara både torra och funktionella samtidigt som materialet är mjukt och följsamt. På sportsidan har klädesplaggen en mer tuff stil där det är viktigt att materialet är lätt. De har dock gjort tester för att använda en utökad andel naturmaterial men de finner inte att produkterna håller tillräcklig hög kvalité för användningsområdet. De fokuserar därför, precis som Legnology, på att förlänga produktens livslängd genom att bistå klädesplagget med ett slitstarkt material med hög kvalité.

5.3.4 Sammanfattande tabell

Materialval

	Typ av material	Återvunnet kontra nya material	Naturliga kontra konstgjort material	Samman-sättning av material	Kvalité på materialet
Chaleca	Alpackaull och egentillverkad garn från angora- och Corriedaleull	Använder nyproducerat material	Använder naturliga material	100 % alpackafiber. Egentillverkat garn har 100% angora- och Corriedalefiber	Materialet är slitstarkt, värmande och upplevs exklusivt
Starry Eyes	Siden och viskos	70 % återvunnet och 30 % nyproducerat material	Använder konstgjort material (Regenatfibrer)	Sidensamman-sättningen är inte fastställd. Viskosen består av 100% viskos	Viskosen är slitstarkt medan siden är ett skört tyg
by Dem	Bomull, siden, ull och lin	Använder nyproducerat material	Använder naturliga material	100 % bomull, siden, ull och lin	Bomull, ull och lin är slitstark medan siden är ett skörare tyg
Legnology	Polyamid och elastan	Delvis återvunnet men mestadels nyproducerat material	Använder konstgjort material (Syntetfibrer)	Varierar för den specifika produkten	Slitstarkt sett till liknande produkter, god passform och noppar inte
SOOT STHLM	Tencel	Använder nyproducerat material	Använder konstgjort material (Regenatfibrer)	100 % tencel	Är slitstarkt med en förmåga att andas och känns lätt på kroppen
Jumperfabrik en	Bomull och ull med inslag av nylon/polyamid	Använder nyproducerat material	Använder främst naturligt material	Varierar för den specifika produkten	Slitstarkt, värmande, håller former och noppar inte
Didriksons	Polyamider och polyester med visst inslag av bomull	Delvis återvunnet polyamid-och polyester-material men mestadels nyproducerat	Använder främst konstgjort material (Syntetfibrer)	Varierar för den specifika produkten	Slitstarkt och vind- och vattentätt

Tabell 3. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande materialval

5.4 Produktdesign

5.4.1 Aspekter vid designande av produkter

I processen av att designa produkter har samtliga intervjuade företag tagit hänsyn till produktens utformning för att främja klädesplaggets livslängd. Chaleca gör detta i form av att designa klassiska och relativt neutrala klädesplagg som kan användas under en lång tid. Även materialets slitstarka kvalitéer och exklusiva utseende ska bidra till att produkten används längre. Jumperfabriken tar även de hänsyn till materialet och anser att det, tillsammans med produktens klassiska utformning, bidrar till att skapa ett hållbart klädesplagg. Designen ska hålla över tid och kunna användas flera år framöver, något som sätter krav på produktens förmåga att vara slitstark och estetiskt tilltalande. Det ska även vara ett bekvämt klädesplagg där Elisabeth menar att de ska ha god kvalité där passformen inte bör vara för åtsittande. SootSTHLM designar också klädesplagg utefter principerna att de ska kännas bekväma, just för att gå bort från de många korta och åtsittande klädesplagg som finns på marknaden idag. Genom att tillverka rymliga klädesplagg förklarar även Anna att produkterna passar fler kvinnor. Att klädesplaggen ska passa fler kvinnor är även något som Starry Eyes tar hänsyn till genom att produktens storlek går att anpassa till storlek 34 - 44. Detta är möjligt då kunden själv knyter klädesplagget utefter sin kroppsform med hjälp av en speciell knytteknik och skärp. På sådant sätt kan fler personer bära de produkter Mia producerar samt att användaren både kan gå upp eller ner i vikt utan att behöva byta garderob. Det förklarar Mia bidrar till en förlängd livslängd av hennes produkter.

Legnology designar också sina klädesplagg utefter kvinnokroppen, något som Anna förklarar att den befintliga producerande marknaden av strumpbyxor oftast inte gör idag. Företaget har därför designat strumpbyxor som är ergonomiskt byggd med specialdesignad panel över bakdelen, något som gör det lättare att anpassas efter individens form för att passa bättre. Strumpbyxorna ska även passa den storlek som står på förpackningen, varav produkterna har gjorts längre för att användaren ska slippa gå upp en storlek för att passformen ska vara tillräckligt lång. Produkterna har även stödfunktion för benen samt en “controltop” som ger stöd för magen.

Vid designande av Didriksons produkter anpassas de för att stå emot olika säsonger och årstider samt eftersträvas att hålla samt användas under en längre tid. Detta gör Didriksons både genom medvetna materialval såväl som i innovativ design. Exempelvis erbjuder företaget klädesplagg för barn med förlängbara ärmar och ben för att därmed kunna användas under flera år.

by Dem designar hållbara produkter som är estetiskt tilltalande för att konsumenten ska vilja använda klädesplagget i 30 år. Produkten designas även utefter ett koncept företaget kallar “Dust-to-Dust” där klädesplaggen minst bör ha haft tre liv innan de slutligen komposteras. I denna process bör konstrueringen av klädesplagget vara enkel för att senare underlätta att finna ett annat användningsområde. Annika gav exempel på ett par jeans vars livslängd förlängts genom att först omvandlas till ett par tofflor, för att sedan slutligen bli en växtkasse som används till odling. Istället för att odla i plastkrukor, som annars vanligen tillkommer vid inköp av nya blommor, kan den egenvirkade växtkassen användas. Vad Annika belyste som fördelaktig är att den bara tar omkring 20 minuter att tillverka, är gjord på återvunnet naturligt material samt går att komposteras i jorden.

5.4.2 Säsongsneutralitet

De intervjuade företag var alla eniga om att säsongsneutrala kläder är en viktig och implementerad del i arbetet av att förlänga användandet av klädesplagget. Detta tas i uttryck för exempelvis Didriksons, Chaleca och SootSTHLM som alla arbetar med färgneutrala produkter. Anna från SootSTHLM berättade att de var trötta på nya klädesplagg som för stunden är inne, men som efter säsongen tappar sin efterfrågan. Av denna anledning tillverkar de endast klädesplagg i en gråskala som därmed är ett perfekt plagg att ha i garderoben som då är tidlösa och passar till både vardag och fest Jumperfabriken har däremot aktivt valt att tillverka kläder i färg och mönster med utgångspunkt att de ska vara lika attraktiva om tio år. Att arbeta med mycket färg grundar sig företagets inspiration från 50- och 60- talet där färger var vanligt förekommande i klädesplagg. De har många produkter som säljs över årstider för att bortse från snabba trender, något som även är fallet för flertalet intervjuade företag.

by Dem bortser från säsonger i företagets tillverkning av kläder och utgår istället från att klädesplagget ska anses tilltalande i många år. Didriksons gav exempel på att företagets skaljackor kan användas året runt förutsatt att lager på lager principer tillämpas. Starry Eyes produkter ansåg grundaren Mia även går att använda året runt. Hon förklarar det som följande: "*När [kunden] ser plagget spelar det ingen roll om det är januari eller juli. Det är ett personligt varumärke med vackra plagg*". SootSTHLM har ett liknande resonemang där företaget fokuserar på att det individuella klädesplagget och modellen ska kännas som en favorit för kunden.

5.4.3 Kollektioner

Samtliga företag som deltagit i undersökning ser inte enbart till säsongsneutralitet i sin designprocess, utan försöker även frångå modeindustrins höga frekvens av kollektioner. Legonoly, Starry Eyes, SootSTHLM samt by Dem bortser alla helt från kollektioner i företagsmodellen. Legnology erbjuder enbart basprodukter i form av strumpbyxor och släpper därav inga nya kollektioner. Istället introducerar företaget nya produkter vid behov vilket liknar Starry Eyes tillvägagångssätt där företagets produkter produceras och säljs pö om pö. SootSTHLM arbetar med filosofin att introducera nya klädesplagg på marknaden när de anser att det finns något som andra kan få användning av. Detta är även något som genomsyrar by Dems arbete då de endast producerar klädesplagg som de anser bör finnas på marknaden. Annika gav exempel på att om det redan finns hållbart producerade jeans på marknaden kommer företaget inte att producera det.

De övriga medverkande *slow fashion*-företagen arbetar med kollektioner inom verksamhetens ramar. Didriksons och Jumperfabriken designar båda två kollektioner per år medan Chaleca designar en kollektion per år. I intervjun med Chaleca berättade grundaren Maja att hon upplever att hon tvingats rätta sig något till marknadens struktur. Hon menar att det är lättare att sälja in produkterna om det ligger rätt i tiden för återförsäljarna att köpa in stickade tröjor. Vidare menar hon att återförsäljarens intresse för inköp ökar om företaget erbjuder en ny kollektion varje år ökar. Hon poängterar dock att företaget inte ändrar speciellt mycket i varje ny kollektion utan snarare adderar någon produkt, ändrar vissa detaljer eller klädesplaggets färgskala. Maja menar därav att det är en svår balans för företag att avväga det hållbara mot det som attraherar en konsumenter och återförsäljare idag.

5.4.4 Sammanfattande tabell

Produktdesign

	Aspekter vid produktdesign	Säsongs-neutral design	Antal designade kollektioner
Chaleca	Klassisk design som håller över tid	Ja	En kollektion per år
Starry Eyes	Plagget ska passa storlekar mellan 34 - 44	Ja	Inga traditionella kollektioner
by Dem	Estetiskt tilltalande och enkel konstruktion	Ja	Inga traditionella kollektioner
Legnology	Passa kvinnokroppen med en ergonomisk design	Ja	Inga traditionella kollektioner
SOOT STHLM	Bekvämt och inte för tight passform samt tidlösa design	Ja	Inga traditionella kollektioner
Jumperfabriken	Materialet, estetiskt tilltalande, bekvämt och inte för tight passform	Ja	Två kollektioner per år
Didriksons	Anpassas till säsonger och årstider	Ja	Två kollektioner per år

Tabell 4. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande produktdesign

5.5 Produktion

5.5.1 Lokalisering och tillvägagångssätt av produktion

Chaleca har valt att främst arbeta med alpackaull där de lokaliserat materialet i La Paz, Bolivia. Då de även fann ett lokalt spinneri och möjlighet att använda lokal arbetskraft från kvinnor i närområdet såg de möjlighet till en samlad sourcing av material, bearbetning och tillverkning av klädesplaggen. Chalecas alpacka-material köps från de lokala alpacka-bönderna som sedan tvättas, färgas och spinns i den lokala fabriken i La Paz. Maja menar att fabriken använder miljömässiga processer vid tvättning av fibrer och fetter men har dock inte någon miljömässig eller Fairtrade certifiering. Maja hänvisar till att leverantören är småskalig och att de inte har resurser för att ansöka om certifiering. Detta då det både är kostsamt och tidskrävande. Maja menade att de ändå valt att arbeta med fabriken för att stötta ett mindre företags utveckling framåt och har som mål att hjälpa dem bli certifierade. I dagsläget har dock Chaleca inte resurser för att ekonomiskt stödja dem. Att arbeta med en leverantör som var Fairtrade certifierade var något företaget initialt övervägde. De kom dock fram till att det var för dyrt samt att de ville stödja ett mindre utvecklat företag.

Chaleca har även valt att arbeta med en angora och Corriedale-ull. Angorafibern köper Chaleca in från en Tysk gård som tillverkar materialet ekologiskt för att sedan skicka det till ett spinneri i England. Spinneriet är både GOTS och ekologiskt certifierade, men då

angora-fibern endast är ekologiskt certifierad kan inte materialet klassificeras som GOTS-tillverkat. Detta då det krävs att alla led i produkttillverkningn följer GOTS standarder för att uppfylla certifieringen. När alpacka-fibrerna och angora-fibrerna väl är spunna i fabriken i England och La Paz stickas sedan produkterna av ett samlat kooperativ kvinnor från byn i La Paz som organiserats för att stödja kvinnors inkomstkällor.

Bland Starry Eyes produktutbud är 70 % av varorna tillverkade av återvunnet material som används oprocessat. Detta innebär att materialet inte brytits ner eller proccesserats till nya fibrer och kräver därför en minimal resursanvändning under produktionen. Mia handlar själv in de återvunna sari-tygerna online för att sedan använda dessa vid produktionen. I resterande 30 % av produkterna används viskos som Mia inhandlar på de lokala marknaderna i respektive land. Företaget arbetar med med två skräddarteam i Vietnam och en liten fabrik på Bali. Mia berättar att verksamheten medvetet har valt att arbeta med mindre företag vilka har 5 medarbetare i skräddarteamen respektive 30 medarbetare i fabriken. Dessa fabriker har inga miljöcertifieringar utan Mia utgår från sin egen moral vid val av leverantörer. För henne är det därför viktigt att göra besök, veta hur allt går till på plats och hur det ser ut för att veta att hon arbetar med bra människor. Likt Chaleca ser Starry Eyes att det är dyrt att arbeta med certifierade leverantörer och har därför valt att arbeta med mindre fabriker. I tillverkningsprocessen eftersträvas det att maximera tyganvändandet för att undvika spill. I de fall det blir några restbitar över tillverkas näsdukar, sjalar eller hårband istället för att kasta det överblivna materialet.

När by Dem letade en leverantör att arbeta med ansåg Annika att det inte fanns någon som levde upp till de krav företaget ställde. Av den anledningen valde företaget att starta en egen fabrik som lokaliserades i Sri Lanka för att på så sätt utnyttja möjligheten till lokal produktion, då även bomullen skördas i närområdet. Företaget samarbetar med en organisation där bönderna, som oftast är små, äger sin egen jord. Genom att bönderna väljer att ansluta sig till organisationen står de för utbildning för hur bönderna ska gå tillväga för att odla ekologisk bomull. I dagsläget arbetar företaget med två olika bomullsleverantörer. I produktionen har by Dem även två olika produktionslinjer där den ena arbetar med stickning av tyger medans den andra arbetar med vävda tyger. För att minimera spill som uppkommer i produktionen har företaget även valt att använda det material som blir över till att tillverka de små etiketter som tillkommer med klädesplaggen. Annika berättar vidare att både bomullsfälten och produktionslinjerna är GOTS samt rättvisemärkta, vilket därmed innebär att alla enheter i företagets värdekedja är certifierade. Vidare förklarar hon dock att det endast är bomullen, böndernas arbete samt odlingsfälten som kan bli Fairtrade certifierade. Med andra ord menar Annika att ett färdigproducerat klädesplagg inte kan vara rättvisemärkt utan det är materialet och processerna bakom som står för den certifieringen. Varför by Dem valde att arbeta med en Fairtrade certifiering menar Annika är för att den har bäst etik, är bredast och har exempelvis flygande inspektioner som ökar säkerheten för att det är god kvalité och tillverkning.

Legnologys produktion är lokaliserad inom Europa då leverantörens fabrik ligger i Italien. Denna leverantör har företaget känt under många år och de hjälper företaget att sourcar materialet till produkterna samt står för tillverkningen. Producenten är OEKO-TEX certifierad där en del av produktionen är driven av solenergi. Leverantören kontrollerar även energi- och vattenåtgången samt utsläpp för att effektivisera och minimera användningen och miljöpåverkan.

SootSTHLMs leverantörer använder en patenterad process i sin produktion som gör att tyget kallas för tencel. Fibret de använder i denna process är framtagen av företaget Lenzing™, vilka tillverkar högpresterande träbaserat cellulosafibrer. I framtagningen av tencel berättar Anna att det används en del kemikalier. Dessa ska dock uppfylla vissa kriterier och därmed sållas många kemikalier som är skadliga bort. Då processen även görs inom ett slutet system menar hon att 95 % vatten och energi i processen återanvänds, samt att kemikalier och andra ämnen inte kommer ut i naturen då systemet renas i fabriken. Då de dock inte använder starka kemikalier i produktionsprocessen förklarade Anna att SootSTHLMs produkter aldrig får en mörk svart nyans. När tencelfibret är framställt vävs det sedan i Shanghai av en certifierad producent vilket enligt Anna var den enda fabrik som fyllde de krav företaget ställde på leverantörerna. I fabriken vävs fibrerna helt utan tillsatser av kemikalier och färgämnen, vilka ligger i linje med de krav som finns för att framställa ett tencelmaterial. Därefter skickas det sedan vidare till Tallin där klädesplaggen sys ihop utefter SootSTHLMs design.

Jumperfabriken har valt att lokalisera produktionen i olika länder i Europa samt Kina, vilken den sistnämnda är företagets största leverantör. Den europeiska produktionen har företaget lokaliserat i Litauen, Portugal, Polen samt en mindre skala i Sverige. Trots att Sverige inte är det land där den största mängden produceras menar Elisabeth att de eftersträvar att producera så mycket som möjligt i hemlandet, just för att få produktion så nära som möjligt. Jumperfabriken har valt ut leverantörer baserat på kunskaper i sömnad samt erfarenhet av användning av finare tillbehör såsom dragkedjor i produktionen. Elisabeth menar att "*[...] allt hänger ihop, en fabrik som inte har vana att producera högkvalitativa produkter kommer inte hålla rätt standard*". Av den anledningen menar Elisabeth att de samarbetar med mindre fabriker där hon ställt krav att kriterier som ingår i CSR arbete efterföljs. För att säkerställa att dessa krav efterföljs har företaget utformat ett avtal tillsammans med de leverantörer de arbetar med.

Didriksons har valt att lokalisera produktionen i Kina, Bangladesh, Vietnam och Indien där de också har underleverantörer från Kina, Korea och Taiwan. Företaget har gjort ett aktivt val att arbeta med få leverantörer för att möjliggöra en förbättrad kommunikationen och tillit sinsemellan. Att arbeta med färre leverantörer belyser Ulf också förbättrar kontrollen på tillverkningsprocessen. Han förklarade vidare att Didriksons aktivt arbetar med att minimera företagets påverkan på miljön genom olika resursbesparingar. I produktionen väljer de därför att genomgående arbeta med samma kvaliteter på produkterna samt endast ett fåtal färgskalor. Genom att planera färgskalor i förväg som är tänka att hålla flera säsonger framöver och samtidigt färga större mängder i samma färg kan de därmed bespara användningen av vatten och kemikalier. Ulf förklarade även att företaget arbetar med mönsterpassning för att maximera användandet av materialet och därmed minska spill. Detta kan därmed innebära att produktdesignen får göras om en aning för att maximera antalet produkter på samma material.

5.5.2 Kvantitet vid produktion

Samtliga företag har uttryckt att kvalitet av produkterna i produktionen ligger i större fokus än hur stor kvantitet som produceras. Till följd av att samtliga företag i studien är olika stora med olika resurstillgångar, både sett till ekonomiskt kapital såväl som humankapital, producera de större eller mindre mängder klädesplagg. De företag som har den minsta produktionsskalan är Starry Eyes och SootSTHLM som båda producerar mellan 50-200

klädesplagg åt gången. Denna volym skiljer sig något från Legnology som producerar 3 000 produkter vid varje produktionstillfälle. Detta menar Anna beror på att det inte är lönsamt att producera mindre kvantiteter vid flertalet tillfällen och 3 000 produkter är därmed minimala antalet hos leverantören.

Chaleca arbetar även de med mindre kvantiteter i produktionen som ett resultat av att minimera överproduktion. Chaleca poängterade att kvalitet alltid kommer vara företagets första fokus och kommer därför enligt Maja; " [...] *aldrig bli ett företag som tillverkar väldigt stora mängder*". Företaget låter därav producera den kvantitet återförsäljarna beställer samt ett mindre lager av basprodukter till webshopen. De mer exklusiva klädesplaggen lagerförs därmed inte utan beställs som pre-order av konsumenten. Detta ser Maja accepteras av konsumenterna då ledtiden inte är längre än sex veckor. by Dem berättar att de också försöker minimera överproduktionen, detta genom att hellre eftersträva att underproducera produkter för att alla klädesplagg ska komma till användning. Annika berättar därför att produktionsantalet därav kan variera från 1 till 1 000 klädesplagg vid produktionstillfället, där variationen beror på typen av produkt samt behovet på marknaden.

Ett varierande produktionsantal menar även Ulf att Didriksons har. Produktionen är förutbestämd med exempelvis val av material, färg och leverantörer. Antalet produkter bestäms sedan utefter konsumentens efterfrågan vilket baseras på produkternas design, färg och material. Utifrån dessa aspekter kan företaget sedan besluta att producera allt från 500 till 70 000 produkter. Jumperfabriken arbetar även de med något högre produktionsnivåer vilka ligger på ungefär 30 000 om året, vilket blir omkring 15 000 per kollektion.

5.5.3 Sammanfattande tabell

Produktion

	Kvalité och resurshänsyn vid produktion	Produktions-kvantitet vid varje kollektion	Produktionens lokalisering
Chaleca	Arbetar efter att minimera miljöpåverkan	Små kvantiteter som varierar. Använder sig av konceptet pre-order	La Paz, Bolivia
Starry Eyes	Minimeras då återvunnet material används. Minimera materialspill	20 till 500	Vietnam och Bali
by Dem	Miljöcertifierad produktion. Minimera materialspill	1 till 1 000	Sri Lanka
Legnology	Miljöcertifierad produktion	3 000	Italien
SootSTHLM	Patenterad miljöproduktion	20 till 500	Shanghai och Tallin
Jumperfabriken	Arbetar efter att minimera miljöpåverkan genom avta. med leverantörer	15 000	Litauen, Portugal, Polen och Kina. Liten skala i Sverige

Didriksons	Arbetar efter att minimera miljöpåverkan genom avtal med leverantörer. Minimerar spill	500 till 70 000	Kina, Bangladesh, Vietnam, Indien, Korea och Taiwan

Tabell 5. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande produktion

5.6 Försäljning

5.6.1 Försäljningskanaler

De olika försäljningskanaler som identifierats att de intervjuade företagen använder sig av är försäljning via webshop, återförsäljare i butik och webshop, pop-up butiker samt närvarande vid olika event. De mest förekommande försäljningskanalerna har varit via en egen webshop och försäljning via återförsäljare. Alla intervjuade företag i studien har försäljning via de nämna kanalerna med undantag från by Dem som endast säljer via webshop. SootSTHLM, Legnology samt Starry Eyes belyser även värdet av att möta kunden personligen på olika event eller via pop-up butiker. SootSTHLM samt Legnologys deltar återkommande vid olika typer av event där grundarna får möjlighet att personligen möta kunden. Detta värdesätter dem då de vill få kontakt med personen som ska bära klädesplagget för att öka kunskapen om hållbarhet, vikten av det samt berätta om företagets egna hållbarhetsarbete. Mia på Starry Eyes finner stort värde i det personliga mötet med kunden för att få chansen att informera kunden om företagets produkter och verksamheten i helhet. Hon förklarade även att det ibland krävs att kunden provat klädesplagget före denne köper det för att få information om hur det bör knytas, just för att klädesplagget är one-size.

Utöver de mer traditionella metoder av klädförsäljning har by Dem samt Starry Eyes berättat att de hyrt ut sina kläder via företaget Klädoteket. Där kan kunden hyra kläder från uthyrningsföretag istället för att behöva köpa det. SootSTHLM har även valt att blanda företagets egna minimalistiska sortiment med kvalitativa vintagekläder och accessoarer från från andra varumärken, produkter som Anna benämnde som "*[...] gamla godbitar*". Jumperfabriken säljer även de produkter som har ett andrahandsvärde, men det är till skillnad från SootSTHLM är det företagets egna klädesplagg som säljs vidare genom initiativet de kallar för "second-life". Detta koncept är nytt hos företaget och provades för första gången under hösten 2017. Företaget meddelade då sina kunder via sociala medier att de hade möjlighet att lämna in företagets klädesplagg som inte längre används till butiken i Stockholm och få en viss kompensation. Dessa insamlade klädesplagg fick sedan en andra chans i butikens avdelning "second life" där nya kunder fick möjlighet att köpa dessa produkter second hand.

5.6.2 Reparation av kläder

Samtliga företag var alla öppna med att erbjuda konsumenterna möjlighet till reparation efter det att klädesplagget inhandlats. Detta var dock något som inte alla verksamheter idag erbjöd som en tjänst till konsumenterna. Samtliga företag instämde dock om att det är något som de skulle ordna om ett önskemål om lagning fanns från kunden. Didriksons var det enda intervjuade företaget som aktivt arbetar med reparationer av kläder genom att erbjuder konsumenten att köpa reparationstillbehör. Dessa kunde vara exempelvis knappar eller "fotsteps" som används till barnkläder eller en transparent film som lagar hål på kläder. Denna film stryks fast med strykjärn, går att använda på alla klädesplagg förutom stickade

och är en produkt de själv tagit fram.

5.6.3 Prissättning

Vad gäller prissättningstrategi har alla deltagande företag ett pris som speglar produktens verkliga tillverkningskostnader. Produkternas priser skiljer sig åt beroende på företagets prisbild samt vad för typ av klädesplagg det är. Samtliga företag har dock priser som befinner sig omkring 1 000 - 3 000 kr. Ulf förklarar att företagets priser speglar det ansvar Didriksons tar sett till miljö och hållbarhet i verksamhetsprocesserna. Av den anledning finner han att prissättningen på företaget produkter är rimlig sett till billigare produkter som finns på marknaden som inte tar lika stor hänsyn till miljö och hållbarhet. Chaleca för ett liknande resonemang och poängterar att klädesplaggen är gjorda för hand eller i handstickningsmaskiner, vilket därmed ökar exklusiviteten. Andra aktörer på marknaden som också tillverkar kvalitativa ullkläder ser Maja är fabriksgjorda, något som bidrar till lägre priser men en kvalitet som inte är lika hög.

Både Legnology, SootSTHLM och Starry Eyes förklarade att produkternas pris helt baseras på leverantörernas prissättning av tillverkningen varav ingen prispress görs gentemot leverantörerna. Legnology och SootSTHLM förklarar att de tillverkar små kvantiteter med många kvalitetskontroller där konsumenten får betala för den tid, arbetsprocess och kvalité som läggs ner i produktionskedjan. Företaget Starry Eyes belyste att prissättningen också speglar det värde som klädesplagget har, men att det samtidigt är viktigt att kunden fortfarande kan ha råd med det. För att möjliggöra för detta lägger Mia ofta undan klädesplagg åt kunder under en längre period så de får chans att spara ihop pengar till den önskade produkten.

Maja, Chalecas grundare, förklarade att prispressen på marknaden generellt är väldigt stor. Detta har resulterat i att hon förhandlar med stickerskorna om ett lite lägre pris på produkterna då hon ser att det kan öka efterfrågan. Det skulle i sin tur bidra i fler beställningar för stickorskerna och därav också en ökad inkomst för både dem och Chaleca.. Skulle hon däremot se att prispressen blir en bekostnad på stickerskornas totala inkomst ser hon ingen anledning att förhandla om priserna. Maja förklarar att det är en stor press att hålla nere priserna på marknaden idag, även för de återförsäljare med hållbarhetsprofilering. Detta då produkterna ofta kan vara så pass dyra att återförsäljarna inte alltid har möjlighet att köpa in dem. Hon uppfattar även att det är få konsumenter som i slutändan är beredd att betala för hållbara produkter. Annika från by Dem hade liknande uppfattning och uttryckte att kläder idag generellt är för billiga och att det är orimligt att kunna köpa en t-shirt för 49.90 kr. Hon förklarade följande: "*Är det [plagget] för billigt blir det en slit och släng produkt som vi inte vårdar [...]. Förr köpte man kläder för att man behövde det, idag har det blivit en hobby att konsumera [...] vilket är mer lustbetonat. Denna lust kan orsaka att vi inte har någon värld att leva på om 30 år. Därför är det viktigt att företag är med och sätter ett rimligt pris [...].*"

5.6.4 Lagerhållning

Kring lagerhållning av produkter har de deltagande företagen varit eniga om att de alla strävar efter att hålla nere lagernivåerna. Vid intervjun med Ulf från företaget Didriksons uttrycktes det att verksamheten eftersträvar en rimlig produktion sett till efterfrågan, just för att minimera produkter på lager. Vissa modeller planeras dock att finnas i år framöver och behöver därför alltid finnas tillgänglig på lager. Detta är något som överensstämmer med Jumperfabrikens strategi då de har vissa produkter som klassificerats som "never out of

stock" och alltid bör finnas tillgängliga i lager. För övriga produkter planerar verksamheten att inte köpa in för mycket varor genom budgetplanering och försäljningsprognoser. Vid inköp skickar de produkterna vidare till butiker och återförsäljare för att sedan lagerföra några produkter till sin webshop. Utöver detta har företaget ett litet säkerhetslager ifall efterfrågan ökar i deras olika försäljningskanaler.

Både Starry Eyes, by Dem, SootSTHLM samt Chaleca har en relativt liten lagerhållning, en strategi som Mia från Starry Eyes anser nödvändigt för en fungerande verksamhet. Detta då hon inte ser det som ekonomiskt eller miljömässigt försvarbart att kontinuerligt producera kläder som ska skickas från andra sidan jorden. Hon menade därför att ett lager kan behövas för att minimera kontinuiteten av transporter. Det ska dock inte finnas, som hon uttrycker det; "*[...] lådor med kläder bara för att ha*". by Dem har näst intill inget lager då de enbart producerar varor när de finner ett behov och efterfråga på marknaden. Då de eftersträvar att hellre producera färre produkter än vad som de tänker kan säljas, en strategi som bidrar till att minska behovet av lagerföring av produkter.

Vad gäller SootSTHLM väljer företaget att sy upp mindre kvantiteter med jämna mellanrum för att därmed endast lagerföra en minimal kvantitet. Chaleca lyckas även hålla nere företagets lagernivåer då delar av sortimentet tillverkas i samband med att kunden lägger en order. Maja uppfattar att kunden är beredd att vänta på en produkt när det gäller exklusiva klädesplagg. Hon finner därav att det är en hållbar grundidé att inte alla klädesplagg finns i lager eftersom att produkten kan tillverkas när efterfrågan finns. Detta ser hon även som ekonomiskt lönsamt för företag på marknaden då det minskar lagerkostnaderna. Dock upplever Maja att det ändå kan skapas ett större lager än önskat då det aldrig bara är en produkt som ska finnas i lager, utan även alla storlekar mellan XS till XL av varje produkt. Tillverkningsprocessen för Legnologys produkter anses krävande för verksamhetens leverantör vilket gör att de måste producera minst 3 000 produkter vid varje produktionstillfälle. Deras varor finns både lagrade på deras kontor i Stockholm, hos företagets leverantörer samt i Annas hem i USA för att täcka upp företagets amerikanska efterfråga.

5.6.5 Utförsäljning

Utförsäljning av produkter är en aspekt de intervjuade företagen har olika strategier kring. Jumperfabriken har utförsäljning två gånger om året på provkollektioner som företagets agenter har presenterat för återförsäljare som exempelvis saknar tvättetiketter. De väljer därför att sälja ut dessa produkter till ett billigare pris. På ordinarie produkter har de däremot endast tillfälliga kampanjer för att locka in potentiella konsumenter till butikerna och arbetar därmed inte med några större reor. Elisabeth uttryckte följande: "*Vi ska inte följa marknaden utan vara försiktiga med [att] rea [produkter]. Vi försöker gå mot trenden med rea eftersom att den är hysterisk*". Även Chaleca har sålt prototyper till ett nedsatt pris samt haft ett fåtal utförsäljningar via hemsidan. Maja menar dock att de inte har någon policy gentemot återförsäljarnas strategi för utförsäljning av företagets produkter. Legnology samt Didriksons förklarar vidare att nedsättning på priser kan ske vid samband av att en produkt utgår från sortiment, vilket för Didriksons sker vid behov i slutet av en säsong. För Legnologys del sker detta mer sällan då de förklarar att de nästan aldrig tar in nya produkter i sortimentet.

Starry Eyes har i likhet med Jumperfabriken haft nedsatt pris vid enstaka tillfällen för att kunna locka kunder till varumärket. Det Mia dock poängterade var att det inte varit för att bli

av med utgående klädesplagg. Hon väntar då hellre med att få produkter sålda genom att hänga undan dom under en tid för att sedan ta fram dem under ett senare tillfälle. Det Mia vill undvika är att en kund köper ett klädesplagg denne sedan inte är nöjd med, utan eftersträvar att alla produkter ska komma till användning.

Vad gäller utförsäljning för by Dem och SootSTHLM är det inte något verksamheterna använder sig av alls. Anna från SootSTHLM förklarade att sortimentet är tidlöst och klassiskt och passar säsong efter säsong. Hon berättade även att; "*Det är vår filosofi att flyta ovanför snabbt växlande trender där plagg ska reas ut efter en säsong. SootSTHLM är tänkt som basplagg för den hållbara garderoben.*"

5.6.6 Sammanfattande tabell

Försäljning

	Försäljnings-metoder	Erbjuder tjänster som förlänger klädesplaggets livslängd	Företagets prisbild	Strategi vid lagerhållning	Utförsäljning
Chaleca	Webshop och återförsäljare	Nej	Baserat på verkliga produktions-kostnader för kvalitativa klädesplagg	Enbart lagerförs vissa produkter	Sålt prototyper samt ordinarie klädesplagg med nedsatt pris vid enstaka fall
Starry Eyes	Webshop, återförsäljare, marknader, pop up-butiker och uthyrning	Nej	Baserat på verkliga produktions-kostnader för kvalitativa klädesplagg	Litet lager tillgängligt	Sålt klädesplagg med nedsatt pris vid enstaka fall i marknads-föringssyfte
by Dem	Webshop, återförsäljare och uthyrning	Nej	Baserat på verkliga produktions-kostnader för kvalitativa klädesplagg	Inget lager	Har ingen utförsäljning
Legnology	Webshop, återförsäljare, pop up-butiker samt marknader	Nej	Baserat på verkliga produktions-kostnader för kvalitativa klädesplagg	Litet lager tillgängligt	Sker om en produkt utgår från sortiment

SOOT STHLM	Webshop, återförsäljare, pop up-butiker samt marknader	Nej	Använder naturligt material, dock framställs det på konstgjort sätt	Litet lager tillgängligt	Har ingen utförsäljning
Jumperfabriken	Webshop, agenter, butik och återförsäljare	Ja. Detta genom insamling av företagets egna klädesplagg med andrahands-värde som de säljer "second hand" i butik	Baserat på verkliga produktions-kostnader för kvalitativa klädesplagg	Försöka minimera lagernivåer. Vissa produkter finns alltid på lager	Två gånger per år för prototyper. Ordinarie klädesplagg har vid enstaka fall sålts med nedsatt pris i marknads-föringssyfte
Didriksons	Webshop, butik och återförsäljare	Ja. Reparations-möjlighet av klädesplagg	Baserat på verkliga produktions-kostnader för kvalitativa klädesplagg	Försöka minimera lagernivåer. Vissa produkter finns alltid på lager	Finns utförsäljning vid behov av slutet på en säsong

Tabell 6. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande försäljning

5.7 Avfallshantering

Jumperfabriken och by Dem är de enda deltagande företagen i studien som aktivt bedriver ett arbete med insamling av kläder. Jumperfabriken gör detta genom konceptet de kallar "second-life" där kunder lämnar in klädesplagg de längre inte önskar att använda i en av deras butik. De säljer därefter vidare dessa klädesplagg i butikens "second life"-avdelning där nya kunder får möjlighet att köpa dessa produkter second hand. by Dem uppmuntrar kunden i klädernas tvättlapp att återlämna klädesplaggen till företaget för att de därmed ska kunna tillverka en ny produkt. Detta ligger i linje med deras koncept "Dust-to-Dust" där de eftersträvar att varje klädesplagg de tillverkar bör ha minst tre liv i form av användningsområde. Företaget arbetar därav också aktivt med återvinning av klädesplagg, något ingen av de övriga intervjuade företagen gör.

Samtliga företag understryker att anledningen ligger i alla eller några av dessa anledningar; att de är så pass nya på marknaden, att de är ett för småskaligt företag som inte kommer upp i tillräckligt stora insamlade volymer, att de inte har tillräckligt med resurser, att konsumenterna fortfarande använder produkterna och inte vill göras sig av med dem vilket gör att insamling inte är nödvändigt samt att de inte har medel eller kunskap för hur de skulle återvinna materialet. Flertalet av företagen har dock påpekat att insamling av kläder, alternativt andra tjänster för kunderna som kan förlänga klädesplaggets livslängd, är något de är öppna för i framtiden. Dock krävs det att de nått en ökad försäljning, fått en större kundkrets samt identifierat ett behov av alternativa tjänster såsom reparation, insamling eller liknande. Då samtliga företag uttryckt att deras produkter har en lång hållbarhet ser en del av

dem att, om en konsument i framtiden skulle tröttna på en produkt även då den fortfarande har en bra kvalitet och lång användningstid kvar, en second-hand butik är en möjlighet.

Alla intervjuade företag har uttryckt att de aktivt ger konsumenterna tips och råd för hur produkten kan få andra användningsområden för att förlänga livslängden. Alternativt menar bland annat både Jumperfabriken, Chaleca, Starry Eyes och SootSTHLM att de uppmanar att klädesplaggen kan hängas undan ett tag för att sedan tas fram igen om några år. Även att klädesplaggen kan gå i arv genom generationer tack vare den klassiska designen och höga kvaliteten.

Trots att företagen inte aktivt återvinner sina produkter arbetar flertalet företag med materialval och en produktdesign som underlättar möjligheten för att kunna återvinna klädesplaggen efter dess livslängd. För att möjliggöra separeringen av olika materialsorter har Didriksons valt att redan idag börja ta hänsyn till återvinning i verksamhetens designprocess. Företaget väljer exempelvis att använda material såsom tejp och foder som de tror förenklar återvinningsprocessen av klädesplagget i framtiden. Ulf menar att speareringsindustirin av textilier kommer att utvecklas och i framtiden vara bättre etablerade. De eftersträvar därför att materialet i produkten enkelt ska kunna separeras när tekniken är tillräckligt utvecklad för detta. Även SootSTHLM uttryckte att, genom att designa och tillverka klädesplagg som till 100 % består av samma material, underlättar produkten återvinningsprocessen då det inte krävs en noggrann separering av olika material i klädesplagget.

5.7.1 Sammanfattande tabell

Avfallshantering

	Insamling av klädesplagg	Återvinning av klädesplagg
Chaleca	Nej	Nej
Starry Eyes	Nej	Nej
by Dem	Ja. Uppmuntrar användaren att lämna in klädesplagget till företaget	Ja. Tillverkar andra produkter såsom hängmattor, tofflor och krukor.
Legnology	Nej	Nej
SOOT STHLM	Nej	Nej
Jumperfabriken	Ja. Bedriver insamling av deras egna klädesplagg i företagets butiker	Nej
Didriksons	Nej	Nej

Tabell 7. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande avfallshantering

5.8 Kommunikation

5.8.1 Kommunikation med leverantörer

Den personliga kontakten, transparens samt ärlighet gentemot leverantörerna belyser samtliga företag är avgörande för att ha en god inblick i fabrikens arbetssätt. Detta menar de är viktigt för att veta att produktionen sker i linje med de uppsatta kriterier företagen har på leverantörerna. Fysiska möten och besök belyser dock flertalet av de mindre företagen är kostsamt sett till verksamhetens storlek, vilket därmed begränsar antalet fysiska möten per år. Trots den ekonomiska aspekten anses besök hos leverantören vara av vikt. Starry Eyes väljer därmed att göra två besök hos leverantörerna om året, ett i fabriken i Vietnam och ett i Bali. Chaleca eftersträvar att besöka sina leverantörer i Bolivia en gång om året. Didriksons poängterade dock att de besöker sina fabrikerna på regelbunden basis där Ulf berättade att de har personer som representerar företaget som alltid är på plats hos leverantören och arbetar.

En god kommunikation menar därmed samtliga företag är av största vikt för att fortskrida ett välfungerande samarbete. I de fall de inte kan vara på plats hos leverantören menar både Chaleca och Jumperfabriken att de föredrar att använda Skype som kommunikationsverktyg. Detta för att få vad Jumperfabriken kallar en "[...] *human kommunikation*" och att de gärna vill ha ett ansikte på personen de pratar och arbetar med. Annika på by Dem förklarar även att de har skypemöten med leverantörerna 2-3 gånger i veckan, vilket hon poängterar är väldigt viktig för att lära känna människorna och bygga relationer.

Didriksons påpekade även vikten av att arbeta med få leverantörer samt arbeta med långsiktiga relationer med god dialog. Ulf menar att det är lättare att ha en bättre kontroll och vetskap om vad som pågår hos leverantörerna och hur de faktiskt arbetar om de har ett längre samarbete, vilket skapar förutsättningar för en god relation. Annika på by Dem berättade även att hon, förutom besök i fabrikerna, dessutom är delaktig i arbetet av att plocka bomull hos leverantörerna en gång om året som senare ska användas i produktionen. Detta menar hon gör att hon får en bättre kontakt med bönderna samt att hon får en god förståelse för vilken skörd som därefter tar sig form i de producerade klädesplaggen.

5.8.2 Gemensam vision

Samtliga företag uttrycker att de delar en gemensam vision med leverantörerna, vilka tar sig i uttryck på olika sätt inom de olika verksamheterna. Annika från by Dem berättar att verksamheten har ett nära samarbete med ägaren till produktionsfabrikerna för att på sådant vis utveckla hållbarhetsarbetet. Chaleca arbetar på ett liknande sätt då de håller en nära kontakt med stickerskorna i Bolivia och strävar tillsammans mot att uppnå ökade arbetsvillkor. Vision om goda arbetsförhållanden delar även Starry Eyes med sina leverantörer. Mia berättar dock att hon till skillnad från leverantörerna har ett mer *slow fashion* inriktat arbetssätt och värderar hållbarhet i större utsträckning än vad leverantörerna gör, vilket hon tror grundar sig i kulturella skillnader och olika förutsättningar sinsemellan.

Ulf på Didrikson uttryckte att företaget har utformat standarder och kvalitetsnivåer tillsammans med leverantörerna som ska uppfyllas i produktionen. Dessa har även utvecklats och omarbetats över tid för att överensstämma med dagens krav. Jumperfabriken har i sitt arbete valt att arbete med de leverantörer de identifierat håller hög standard och producerar kvalitativa produkter. Detta menar Elisabeth hänger ihop med ett övergripande kvalitetstänk

genom alla arbetsområden hos leverantören, något som stämmer överens med Jumperfabrikens värdegrund.

5.8.2 Kommunikation med konsumenten

"*Det är lika viktigt med kommunikation ut mot kund [...] som det är bakåt i kedjan*" menar Annika från by Dem. Både Maja från Chaleca och Elisabeth från Jumperfabriken menar att de vill förmedla hur klädesplaggen är tillverkade ut till konsumenterna. Detta görs bland annat genom att visa bilder från leverantörerna. Jumperfabriken har även valt att visa en hel film från leverantörerna som finns att tillgå på företagets hemsida. Samtliga företag förmedlar även genom hemsidan all information om hur, vart och av vilka material produkterna produceras. Det kommuniceras även vad företagen har för hållbarhets- och etiska ställningstaganden. Anna från SootSTHLM menar att; "*Den generella kunden är okunnig och därav är det av vikt att informera om ohållbara processer för att få kunden att [...] tänka ett steg längre [kring hållbarhet]*". De själva värderar därför att vara transparenta som företag just för att kunna uppmuntra konsumenter att börja ställa krav på företag generellt genom att vara mer informerade.

5.8.3 Sammanfattande tabell

Kommunikation

	Arbete med transparens i och kommunikation mot leverantörer	Delad vision mellan företaget samt leverantörer	Arbete med transparens i och kommunikation mot kunder
Chaleca	Besöker leverantör en gång om året och har en kontinuerlig kommunikation. Full transparens i tillverkningsprocessen	Ja	Kommunicerar arbetet och dess processer för kunden
Starry Eyes	Besöker leverantör två gånger om året. Har en kontinuerligt öppen och personlig och öppen kommunikation	Ja, till viss del	Kommunicerar arbetet och dess processer för kunden
by Dem	Besöker regelbundet leverantörerna och deltar i arbetet. Samtal två gånger i veckan med leverantörerna och har en god relation. Visar även de klädesplagg som företaget producerar vid besök	Ja	Kommunicerar arbetet och dess processer för kunden
Legnology	God kommunikation med mål om en långsiktig relation. Öppna och transparenta	Ja	Informerar vid möte med kund. Kommunicerar arbetet och dess processer för kunden

SootSTHLM	God kommunikation med mål om en långsiktig relation. Öppna och transparenta	Ja	Informerar vid möte med kund. Kommunicerar arbetet och dess processer för kunden
Jumperfabriken	Kontinuerlig kontakt med leverantörer. Viktigt med interaktion och relation	Ja, genom likande värdering av kvalitet	Visualiserar arbetsprocess med film och bilder
Didriksons	Besöker leverantörer frekvent och har representerar på plats. Kontinuerlig dialog och långsiktig relation	Ja, genom framtagna riktlinjer med leverantörerna	Kommunicerar arbetet och dess processer för kunden

Tabell 8. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande kommunikation

5.9 Livslängd

Angående produkternas livslängd menar samtliga företag att de både genom materialval, design och produktion erbjuder hållbara produkter med hög kvalitet och slittålighet som därmed håller länge. Flertalet företagen menar även att livslängden inte skiljer sig mellan de olika produkterna i sortimentet. Chaleca, som även säljer barnkläder, påpekade dock att förhållningssättet till barnkläder ser annorlunda ut än företagets vuxenkläder. Detta då barnen växer ur klädesplagget snabbare än det slits ut och därmed slutar användas. För att dessa klädesplagg ska få en livslängd som stämmer överens med dess kvalitet och slittålighet menar de därför att det bör gå i arv eller säljas vidare genom second hand. Didriksons identifierade samma problematik som Chaleca vad gäller barnkläder och livslängd. De arbetar därför med något de kallar "extended-size" på företagets barnkläder. Funktionen de designat är en invändig söm som kan lossas vilket därmed förlänger armar och ben. Detta möjliggör för en förlängd användning hos användare för att därmed öka konsumentens villighet i att investera i hållbara barnkläder.

För att bibehålla klädesplaggens långa livslängd menar dock samtliga företag att det är viktigt att upplysa kunderna att de bör vårda produkterna samt på vilket sätt de ska göra det på. Exempel som flertalet företag påpekar är att klädesplaggen gärna ska vädras och därmed inte bör tvättas för ofta. Elisabeth på Jumperfabriken menar exempelvis att klädesplagg som är svarta lätt tappar färgen om de tvättas för ofta. Flertalet företag är även noga med hur klädesplagg tvättas då flertalet av företagens produkter är gjorda av naturmaterial som inte alltid bör tvättas som syntetiska klädesplagg. Elisabeth menar vidare att många konsumenter inte är uppmärksamma för hur olika material bör tvättas och därmed tappar livslängden när de tvättas tillsammans med olämpliga material eller i fel temperaturer. Av den anledningen påpekar samtliga företag att de vid försäljning informera konsumenten om lämpliga sätt att vårda klädesplaggen på för att de ska hålla så länge som möjligt. Didriksons har dessutom utökat sitt arbete med upplysning om klädvård för konsumen genom en QR-kod lokaliserad på klädernas tvättlappar. Scannar kunden denna med sin mobiltelefon får de ingående råd och tips kring skötseln av det specifika klädesplagget. Detta möjliggör även för företaget att interagera med konsumenten i hemmet för att förlänga klädesplaggets livslängd.

5.9.1 Sammanfattande tabell

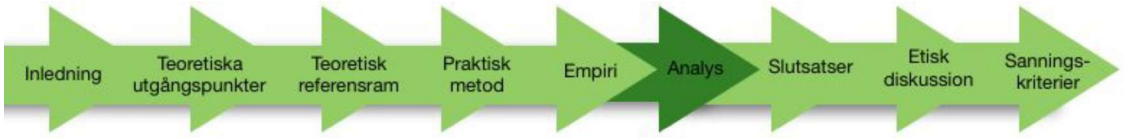
Livslängd

	Skiljer sig livslängden åt mellan produkterna	Anpassas livslängden utefter konsumentens användningslängd
Chaleca	Ja	Nej
Starry Eyes	Nej	Nej
by Dem	Nej	Nej
Legnology	Nej	Nej
SootSTHLM	Nej	Nej
Jumperfabriken	Nej	Nej
Didriksons	Ja	Nej

Tabell 9. Sammanfattning av samtliga respondenters svar rörande livslängd

6. Analys

I detta kapitel kommer en analys av empirins insamlade data och den teoretiska referensramen att genomföras. Samma tematiska struktur som används inom intervjuguiden och presentationen av den empiriska datan kommer även här att efterföljas. Dessa områden kommer inledningsvis analyseras separat för att sedan avslutas med en sammanfattande analys sett till företagens arbetssätt utefter Den cirkulära slow fashion modellen.



6.1 Materialval

För att gå mot en cirkulär textilindustri menar Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) i modellen *A new textiles economy* att företag bland annat bör öka användandet av förnybara resurser och utöka användandet av återvunna material. Detta för att minska behovet av nytt material i det cirkulära kretsloppet. Utav de deltagande företag i vår studie framgick det att enbart Starry Eyes arbetar med återvunnet material i större utsträckning. Genom att återanvända material som redan finns i kretsloppet arbetar Starry Eyes till stor del utefter *A new textiles economy* och den cirkulära ekonomins principer. Trots att återvunnet material utgör en stor del av företagets materialval har Starry Eyes även valt att arbeta med nyproducerat viskosmaterial. Anledningen till att inte återvunnet viskosmaterial används är eftersom det enligt Mia är dyrt samt svårt att finna i hög kvalité. Detta styrks även av Naturvårdsverket (2014, s.29) som menar att återvunnet naturmaterial förlorar kvalitet under återvinningsprocessen.

Under intervjuerna framkom det även att Didriksons och Legnology båda har inslag av återvunna material i sina produkter, men att nyproducerat material är företagens primära materialval. De två företagen förklarade att anledningen till att de valt att inte arbeta med endast återvunnet material i klädesplaggen är för att det inte är lika starkt och slittåligt som nyproducerat material. Detta är något som både Franco (2017, s.838) och Naturvårdsverket (2014, s.91) identifierat som en utmaning. Detta påpekar även Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) som menar att den tekniska innovationen av materialåtervinning inte är tillräckligt utvecklad. Författarna understryker därför att resultatet av återvinningsprocessen inte håller tillräckligt hög kvalité och är i dagsläget en dyr process att genomföra.

Då det framkom att tre av sju företag som deltog i undersökningen arbetar med återvunnet material, dock i olika stor utsträckning, ser vi att efterfrågan av återvunnet material på marknaden ändå existerar. Samtidigt som Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) poängterar att en gemensam vision och innovationsinsats krävs för att utveckla återvinningsteknologin ser vi att marknadens efterfråga är en viktig drivkraft för att driva utvecklingen framåt. Vi menar att det dock är väsentligt att företag fortsätter nyttja återvunna material då detta bidrar till att stärka en gemensam strävan mot att förbättra tillgången samt kvalitén på det återvunna materialet. Detta finner vi kan vara betydande för

framtidsutvecklingen av återvunnet material och företagens möjlighet till ett förbättrat utbud av hållbara material, vilket går i linje med *A new textiles economy och* cirkulär ekonomi.

Då textilindustrin inte kommit tillräckligt långt i utvecklingen av materialseparering, sett ur ett cirkulärt perspektiv (Franco, 2017, s.838), finner vi det som ett hinder i de fall tyget består av olika material. Detta då det försvårar dagens separeringen och återvinning av material (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24). Fyra av de deltagande företagen arbetar med en blandad sammansättning av material i klädesplaggen, dock olika omfattande utsträckning, något som de förklarar är för att stärka klädesplaggets kvalitet och därmed öka livslängden. Trots att vi ser positivt till en lång livslängd ur ett hållbarhetsperspektiv finner vi samtidigt att detta kan hämma återvinning av material då det först måste separeras. Vi ser det dock inte rimligt att alla klädesplagg ska innehålla endast en sort av material vilket gör att behovet av att utveckla separeringstekniken existerar. Att eftersträva denna utveckling går i linje med *A new textiles economy* då ökad möjlighet till återvinning även främjar möjligheten till en cirkulär textilindustri.

En annan viktig aspekt i *A new textiles economy* är att när nytt material introduceras i det cirkulära kretsloppet bör det enligt modellen vara biologiskt material (Ellen Macarthur Foundation, 2017, s.25), med andra ord natur- samt regenatfibrer. Av de intervjuade företagen är det fem av sju verksamheter som primärt arbetar med biologiskt material, vilket är positivt då materialet naturligt kan brytas ner och återgå till naturen. Av följande anledning ser vi det negativt att Didriksons och Legnology använder icke-förnybara resurser i form av syntetiskt material som då inte kan brytas ner på naturlig väg. Vidare har Ellen MacArthur Foundation (2017, s.39) belyst att klädesplagg som producerats av mikrofiber av plast, såsom polyester och nylon bidrar till utsöndring av mikroplaster i hav och vattendrag. Något vi ser som ytterligare en negativ aspekt sett till dessa företags materialval. Orsaken till detta val förklarar dock verksamheterna är för att material som klassificeras som biologiska inte uppfyller de funktioner företagen ställer på materialet, såsom hög kvalitet och slittålighet. Genom materialvalet eftersträvar de därav att förlänga produktens livslängd, vilket ligger i linje med *slow fashions* principer. Legnology argumenterade även för att förlänga livslängden på en produkt kan vara lika värdefullt som att frångå produktionsprocessen då denna i sin tur kan vara resurskrävande. Detta ligger i linje med Murrays (2017, s.371) resonemang om att ökad livslängd minskar belastningen på naturens resurser då behovet av att byta ut produkter minskar. Vi finner därav att det inte enbart är negativt att företag arbetar med syntetiskt material, då det enligt dessa resonemang bidar till en förlängd livslängd av produkten. Trots att den cirkulära ekonomin inte uppmuntrar till användningen av icke-förnybara resurser ser vi ändå att företagens val av material ligger i linje med *slow fashions* principer. Detta då företag enligt principerna bör eftersträva en förlängd livslängd på produkten för att sakta ner konsumtionstakten (Clark, 2008, s.428).

6.1.1 Materialval sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

För att framgångsrikt arbeta utefter *Den cirkulära slow fashion modellen* innebär det att företag arbetar med biologiska samt återvunna material som främjar produktens livslängd och hållbarhet. Materialet bör dessutom bestå av en, alternativt ett fåtal, fibersorter för att underlätta separareringsprocessen av materialet. Utefter de intervjuade företagen finns det inget företag som uppfyller samtliga kriterier, vilket gör att ingen av verksamheterna i studien arbetar utefter ett kombinerat arbetssätt mellan *slow fashion* och cirkulärt ekonomi. Med

andra ord brister arbetet med företagens materialval sett till *Den cirkulära slow fashion modellen.*

6.2 Produktdesign

Utöver materialval och olika materialsammansättningar är även produktens design en viktig aspekt. I empirin belyser samtliga företag vikten av livslängdens betydelse i designprocessen. Trots en enad vision har detta tagits i uttryck på olika sätt i de deltagande företagens designprocesser, exempelvis genom hög kvalitet, klassisk, tidlös och rymlig design samt estetiskt tilltalande. Vidare arbetar samtliga företag med säsongsneutrala klädesplagg som eftersträvas att vara tilltalande över tid där några respondenter understryker att klädesplagg kan föras vidare i generationer. Företagen väljer även att gå från den generella trenden inom modeindustrin där företag, såsom bland annat Zara och H&M, introducerar nya kollektioner på marknaden flera gånger om året (McKinsey, 2016, s.32). Vi kan därför konstatera att samtliga verksamheter arbetar framgångsrikt med att förlänga hållbarheten av ett klädesplagg. De deltagande företagens arbete i designprocessen ser vi därav ligger i linje med *slow fashions* arbetsmetoder för att sakta ner konsumtionstakten (Clark, 2008, s.426). Detta anser vi vara positivt då *fast fashion*-industrin bidrar till ett problematiskt synsätt på klädanvändning i dagens samhälle då klädesplaggets minimala livslängd är ohållbar (Fletcher, 2010, s.262). Detta menar författaren grundar sig i en låg textilkvalitet samt en konstruktion som håller för låg standard för att ett långsiktigt användande. Utifrån denna information ser vi att företagens arbete med designprocessen inte enbart är viktig för att förlänga produktens användning utan även för att sakta ner en ohållbar konsumtionstakt.

Vad vi har funnit genomgående bland de intervjuade företagen är att flertalet av dem inte ser till vad som händer med klädesplagget efter att det inte längre går att använda. Samtliga företags primära fokus ligger i att maximera klädesplaggets livslängd och bortser därav från återvinningsprocessen. Att utesluta återvinningsaspekten i produktdesignen, och därmed inte se till klädesplaggets förmåga att separeras och brytas ner i ett senare skede, kan resultera i en försvårad återvinningsprocess (Goldsworthy, 2017, s.1961). Detta motsätter sig vad cirkulär ekonomi belyst som väsentlig vid företagens designprocess (European Environment Agency, 2016, s.26). Trots företagens ambition om att förlänga livslängden på klädesplaggen ser vi det oundvikligt att ett klädesplagg tillslut nått slutet av sin livslängd. Vi finner därav att arbetet med att endast förlänga livslängden som otillräckligt och att hänsyn även måste tas till klädesplaggets möjlighet att återvinnas. by Dem är det enda deltagande företag som i dagsläget implementerat aspekten av återvinning i produktens designprocess, vilket de gör genom enkel konstruktion för framtida återvinning. Ett fåtal av de övriga företagen har vi dock identifierat kan, genom klädesplaggets konstruktion, bidra till en förenklad återvinning av produkten. Detta har dock inte varit ett aktivt designval från företagets sida utan snarare en bieffekt från de material företaget använder sig av.

6.2.1 Produktdesign sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

Att endast ett av de intervjuade företagen aktivt arbetar med klädesplaggets möjlighet att återvinnas anser vi visar på att det generellt är få företag som implementerat återvinning av produkten i designprocessen. Därav anser vi att företagen, trots ett långsiktigt perspektiv på produktens livslängd, inte ser tillräckligt långsiktigt sett till produktens livscykel. Som tidigare belyst ser *slow fashion* till produktens förlängda livslängd medans cirkulär ekonomi tar hänsyn till hela livscykeln. Av denna anledning argumenterar vi för att de deltagande

företagen inte uppfyller de kriterier som finns i *Den cirkulära slow fashion modellen* om att kombinera både ett cirkulärt arbetssätt med *slow fashions* principer.

6.3 Produktion

För ett *slow fashion*-företag menar Clark (2008, s.443) att det är vanligt förekommande med småskalig produktion, anskaffning och användande av lokala material i lokala produktionsanläggningar samt traditionella produktionstekniker. Detta är något som i den presenterade empirin, på olika sätt och utsträckning, stämmer överens med flertalet av de deltagande företagens arbetsmetoder. Sett till större modeföretag såsom Zara eller H&M har samtliga deltagande företagen relativt småskalig produktion. Detta ser vi delvis beror på att dessa större modeföretag klassificeras som *fast fashio*n-företag (Clark, 2008, s,428) och arbetar därav med snabbare produktcykler, något som de intervjuade företagen försöker bortse ifrån. Utefter *slow fashions* principer finner vi att fem av de sju företagen arbetar med småskalig produktion då deras produktionskvantiteter i vår mening är relativt låga för ett producerande företag. Produktionsantalet varierar mellan 50 - 3 000 produkter vid varje produktionstillfälle för de mindre verksamheterna, medan för de två större verksamheterna uppgår antalet till omkring 500 - 70 000 produkter vid varje produktionstillfälle. Vad gäller traditionella produktionstekniker finner vi enbart att Chaleca arbetar med detta då produkterna stickas för hand, alternativt med hjälp av stickmaskiner som är manuellt manövrerade.

Aspekten om att arbeta med lokal anskaffning och material i lokala produktionsanläggningar anser vi kan ses ur två olika perspektiv. Det ena synsättet innefattar att det anses lokalt när råmaterial och produktion sker i nära anslutning till slutkonsumenten. Det andra perspektivet innefattar att det anses lokalt när produktion och anskaffning sker i nära anslutning till råmaterialet. Sett till det empiriska materialet framgår det att inget av de deltagande företagen arbetar med det förstnämnda perspektivet, utan lokal tillverkning ses snarare ur perspektivet av lokala produktionsanläggningar i anslutning till råmaterialet. Utifrån intervjuerna framgår det att tre verksamheter arbetar med lokalproducerat i stor utsträckning, medan ett av samtliga företag gör det med en av två produktionslinjer de använder.

Sammantaget ser vi att samtliga verksamheters arbetsmetoder till stor del stämmer överens med vad Clark (2008, s.443) definierar som vanligt förekommande hos *slow fashion*-företag. Som författaren förklarar är följande aspekter enbart riktlinjer och vanligt förekommande företeelser, vilket gör att vi finner att alla undersökande verksamheter arbetar i enlighet med *slow fashions* principer. Detta då någon eller flera av aspekterna i företagens produktionsprocesser uppfylls. Vi finner det inte rimligt för företag inom modeindustrin att uppfylla alla dessa kriterier till fullo då marknaden är global där det är vanligt förekommande med värdekedjor utspridda över hela världen. Dock är tanken att *slow fashion* verksamheter ska försöka motverka dessa vanligt förekommande företeelser inom modeindustrin som inte anses hållbara.

Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) berörde i modellen *A new textiles economy* vikten av mer effektiva produktionsprocesser i tillverkningen som resulterar i exempelvis mindre avfall, minskat användande av kemikalier och vattenanvändning. Samtliga företag som deltagit i undersökning finner vi arbetar även med dessa aspekter i produktionsprocesserna. Tre av verksamheterna arbetar uttalat med att minimera spill i produktionsprocessen genom exempelvis mönsterpassning och tillverkning av andra produkter från spillrester.

Det framgick även i det empiriska materialet att minimering av vatten- och kemikalieanvändning var av betydelse för flertalet av de intervjuade företagen och är en implementerad del i verksamheternas arbetsmetoder. Detta har speglat de val av leverantörer som företagen gjort där etiska arbetsprocesser är av vikt. Av denna anledning förekommer det att företaget i fråga har satt upp egna avtal som leverantören ska efterfölja. Några har även valt att arbeta med certifierade leverantörer och patenterade miljömässiga tillverkningsprocesser för att på sådant sätt garantera att produktionen uppfyller den standard som företaget efterfrågar. Motargumentet företag ställde till varför leverantörer med en certifierad tillverkningsprocess valts bort var på grund av det högre priset en certifiering medför. Det bidrar till att priset i slutänden blir högre och slutkonsumenten är inte alltid beredd på att betala det, ett argument som även Franco (2017, s.840) belyste som problematiskt. Chaleca uttryckte att konsumenter inte alltid är beredda att betala det höga priset som uppkommer vid framtagning av hållbara klädesplagg. Utifrån denna uppfattning kan vi se att det kan vara svårt för verksamheter att rättfärdiga att arbeta med leverantörer som är miljöcertifierade då priset vanligtvis ökar.

Att välja en certifierad leverantör ser vi dock kan vara av vikt för att bidra till en ökad efterfrågan av en garanterad hållbar produktion. På sådant vis finner vi att fler leverantörer kommer att eftersträva hållbara produktioner, vilket därav främjar ett hållbart positiv tillverkningsprocess i modeindustrin. Det skulle därmed bidra till att förändra den nuvarande situationen inom textilindustrin som idag använder 4 % av världens totala vattenanvändning (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.38) samt är världens mest kemikalieintensiva industri (Kant, 2012, s.22).

6.3.1 Produktion sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

Trots produktionsprocesser som tas i uttryck på olika sätt finner vi att alla verksamheter arbetar med arbetsmetoder som både ligger i linje med *slow fashion* och cirkulär ekonomi. Företagens arbetsmetoder sker i olika stor utsträckning inom nämnda områden, trots detta finner vi att företagens generella produktionsprocesser följer hållbara riktlinjer. De tillverkningsprocesser som studiens deltagande företag genomför kan vi se bidrar till en positiv miljöutveckling för modeindustrin där mer genomtänkta och resurssnåla metoder används. Därför finner vi inga brister i de deltagandes arbetsmetoder sett till *Den cirkulära slow fashion modellen.*

6.4 Försäljning

Slow fashion karaktäriseras av högre priser (Fletcher, 2010, s.264) som ett resultat av eftersträvan att frångå ett köpbeteende där produkten saknar värde hos konsumenten och därmed snabbt kasseras (Clark, 2008, s.428). I empirin framgår det att samtliga deltagande företag arbetar med en prisstrategi som speglar en verklig bild av produktens tillverkningskostnader. Tre av samtliga deltagande företag har dessutom valt att helt frångå förhandling av priser med leverantörerna för att undvika prispress. Vi ser detta som positivt då det försäkrar att produkten betalar sig i alla led samt att det motverkar att konsumenter ser kläder som en disponibel produkt då produkterna har en högre prisnivå (Hall, 2017 s.3). Trots den positiva aspekten vad gäller en rättvisande prissättning ser vi en problematik med att slutpriset till konsument blir högre. Detta då Maja från Chaleca belyste att avvägningen av hållbara produkter mot en prissättning som attraherar en konsument är svårt för företag att balansera. Även Franco (2017, s.840) poängterar vikten av en avvägning då företag inte har

möjlighet att vara verksamma om inte efterfrågan och konsumtion av hållbara produkter stämmer överens.

Trots att vi ser vikten av att företag arbetar med en rättvisande prissättning finner vi det problematiskt då produkterna kan upplevas för dyra för konsumenten, vilket därmed bidrar till att konsumenten inte väljer att köpa produkten. Därav finns risken att hållbart producerade klädesplagg tillverkade på traditionell vis väljs bort. Samtidigt anser vi att företag som framgångsrikt säljer hållbara produkter kan generera ett förändrat beteende hos konsumenten, som då med största sannolikhet väljer att konsumera färre produkter. Detta skulle då ligga i linje med vad *slow fashion* eftersträvar (Fletcher, 2010, s.264). För att uppnå denna förändring i konsumentbeteende samt öka *slow fashion*-företags möjlighet att vara konkurrenskraftiga krävs därav denna noggranna avvägning i prissättningen för att skapa tillräckligt stor efterfrågan. Vi ser dock att denna avvägning idag är otroligt svår då den generella marknaden håller låga priser vilket därmed även har skapat priskänsliga konsumenter (Hall, 2017 s.3) .

Ytterligare åtgärder för att sakta ner konsumtionstakten, utöver rättvisande prissättning, har flertalet av studiens deltagande företag även som ambition att minimera realisation av företagets produkter. Elisabeth från Jumperfabriken uttryckte att utförsäljning har blivit en hysterisk trend på marknaden idag, vilket de vill motverka genom att minimera antalet produkter som företaget realiserar. Som framgår i empirin lagrar även de deltagande företagen mindre produktkvantiteter, relativt sett till deras storlek, vilket därmed skapar bättre förutsättningar för att undvika realisation av utgående produkter från sortimentet. Att majoriteten av de deltagande företag delar liknande värderingar rörande utförsäljning menar vi är positivt då denna arbetsmetodik motverkar marknadens höga konsumtionstakt. Som Fletcher (2010, s.260) understryker, billiga priser stimulerar ett ökat köpbeteende hos konsumenten.

Vi tror att svårigheten att konkurrera inom modeindustrin stärks ytterligare då branschens värdegrund och arbetsmetoder skiljer sig från de *slow fashion*-företag arbetar utefter. Som Chalecas grundare Maja förklarade var det svårt för henne att inte anpassa sin försäljningsmetod till de rådande marknadsförhållandena, något vi ser påverkar *slow fashion*-företags utveckling. Detta då marknadens struktur begränsar verksamheterna att till fullo agera utefter de principer som *slow fashion* innebär eftersom att de markant skiljer sig åt. Trots en möjlig utmaning för verksamheter som vill motverka *fast fashion* finner vi det viktigt att fortsätta arbetet för att öka medvetenheten om problemen modeindustrin genererar samt erbjuda alternativa konsumtionsmetoder.

Ellen MacArthur Foundation (2017, s.24) har i sin modell *A new textiles economy* presenterat ett ökat behov av nytänkande och diversifierande försäljnings- och servicemetoder för att möta kraven i den nya textilekonomin. Som presenterat i empirin använder samtliga verksamheter mer vanligt förekommande försäljningskanaler såsom webshop samt försäljning via återförsäljare. I linje med vad Ellen MacArthur Foundation (2017, s.24) belyser framkommer det i empirin att fyra av de intervjuade företagen även utökat försäljningskanalerna till att innefatta uthyrning av kläder samt sälja egna samt externa varumärken second hand. Ur ett miljöperspektiv ser vi positivt till dessa initiativ då second hand-försäljning förlänger klädesplaggets användningslängd samt att uthyrning minimerar kundens behov av att konsumera och äga produkter (Ellen MacArthur Foundation, 2017,

s.24). Genom att låta fler konsumenter ha möjlighet att nyttja klädesplagget maximeras därmed antalet användningstillfällen. Detta då klädesplagg vanligtvis inhandlas för att sedan används enbart vid ett fåtal gånger (Fletcher, 2010, s.262). Då tillverkning av kläder bidrar till negativa miljöeffekter (Kant, 2012, s.22; United Nations, u.å) ser vi det positivt att dessa försäljningsmetoder bidrar till att minimera användandet av resurser som annars skulle nyttjats vid tillverkningen av ett nytt klädesplagg.

Utöver alternativa försäljningskanaler var det enbart ett företag, Didriksons, som erbjöd kunden reparationsmöjlighet av inköpta klädesplagg. Detta finner vi ligger i linje med vad European Environment Agency (2016, s.9) belyst som en viktig del för att eftersträva en hållbar försäljningsutveckling i en cirkulär ekonomi. Vi finner att detta genererar positiva miljöeffekter i form av minskat avfall och därmed minskat inköp av nya klädesplagg. Resultatet av att företag arbetar med reparationer bidrar därmed till minskad resursanvändning inom klädbranschen genom minskat behov av nytillverkning. Av denna anledning finner vi det negativt att det i den empiriska datan framkommit att endast en av sju företag i studien uttryckligen erbjudit konsumenter möjlighet till reparation. Detta då vi ser att om fler erbjuder konsumenten att förlänga produktens livslängd i form av reparation eller liknande bidrar arbetet till en större positiv miljöeffekt.

6.4.1 Försäljning sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

I den presenterade empirin framgår det att de deltagande företagen arbetar i linje med *Den cirkulära slow fashion modellen*. Detta genom att de arbetar med hållbara alternativa sätt för att möta kundens efterfrågan såsom uthyrning av klädesplagg, rättvisande prissättning, låg lagerhållning och minimal utförsäljning av produkter till ett nedsatt pris. Den aspekt vi finner bör förbättras, och anses viktig inom cirkulär ekonomi (European Environment Agency, 2016, s.9) är konsumentens möjlighet till reparation av klädesplagg. Genom att utöka arbetet med reparationer, för att ytterligare bidra till att sakta ner konsumtionstakten, har samtliga deltagande företag möjlighet att uppfylla alla de aspekter som ingår i *Den cirkulära slow fashion modeller*. Med andra ord finner vi att denna sista punkt gällande reparation, som är av betydelse för att eftersträva ett cirkulärt arbetssätt, saknas för att samtliga verksamheter uppnått de kriterier som finns inom studiens framtagna modell.

6.5 Avfallshantering

Den sista delen i den cirkulära ekonomins kretslopp, vilket även anses vara en central aspekt, är återvinning av avfall (European Environment Agency, 2016, s.29) där återanvändning av resurser uppmuntras (Murray, 2015, s371). För att öka möjligheten till återvinning krävs det att det finns goda förutsättningar i form av anpassat klädmaterial och design, insamling av klädesplagg samt återanvändning (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.25). Som tidigare konstaterat har en bieffekt av materialvalet hos fyra av de deltagande företagen bidragit till goda förutsättningar för återvinning sett till dagens teknologi. Samtidigt var det enbart två av verksamheterna som i designprocessen aktivt tog hänsyn till klädesplaggets framtida separationsmöjligheter. Vidare arbetar två företag med insamling av klädesplagg samt återanvändning genom försäljning av second hand alternativt tillverkning av en ny produkt. Vad gäller återvinning av klädesplagg och material efter användning hos konsumenten fann vi att endast ett företag, by Dem, aktivt arbetade med detta. Konceptet kallar de som tidigare nämnt “Dust-to-Dust” där produkten efter tre användningsområden komposteras till jorden. Då företagets återvinningsprocess inte innefattar “fibre-to-fibre” (Naturvårdsverket, 2014,

s.26) utan istället komponerar nya produkter av existerande produkter, ser vi att metoden är en "down-cycling"-återvinning.

Med ovan sammanställd empiri framgår det att arbetet inom området avfallshantering är väldigt lågt trots att vi ser goda exempel och initiativ från flertalet företag. Det som dock brister är att det endast är ett fåtal företag som arbetar med några utav de nämnda delarna i avfallshanteringen. Det är även flertalet verksamheter som inte aktivt arbetar med någon aspekt inom avfallshantering, vilket gör att arbetet inom området är bristfälligt. Detta finner vi negativt då detta skapar ett ökat beroende av utvinning och tillförsel av nya råvaror inom det cirkulära kretsloppet (European Environment Agency, 2016, s.9-10). Vi ser dock att en bidragande faktor till företagens bristande arbete med avfallshantering kan vara att flertalet av dem är relativt småskaliga och saknar extra resurser för att arbeta med väl implementerad avfallshantering. I datamaterialet framgår det att samtliga företag har goda ambitionsnivåer för att i framtiden, när resurser finns tillgängliga, utöka företagets arbete inom området. Tills dess uppmuntrar och informerar företaget konsumenten om hur denne själv kan skapa nya användningsområden alternativt återvinna produkten.

Utöver företagens egna bristande resurser kring avfallshantering poängterar Franco (2017, s.841) att det är en problematik hela marknaden står inför. Detta då dagens separering- och återvinningsprocessen för "fibre-to-fibre" är under utveckling och det endast är mindre än 1 % av återvunna material som används till nya klädesplagg (Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.37). För att förbättra återviningsteknologin menar Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) att en gemensam innovationsinsats krävs för att öka standarden av processerna. Med detta sagt understryker vi att det är en svår utmaning för de deltagande *slow fashion*-verksamheterna, delvis sett till företagens storlek inom branschen, att ensamma arbeta för förändring och utveckling av återvinningsteknologin. Detta är med andra ord en utmaning hela modeindustrin står inför, varav en gemensam insats krävs. Utöver återvinningsteknologin ser vi även att det krävs en gemensam insats för att samla in klädesplagg då det, i vår mening, är orimligt att varje enskilt företag ska ansvara för en egen insamling från konsumenter. Det är trots allt konsumenter som lämnar in använda klädesplagg och vi ser därav att det är ohållbart i längden att varje enskild konsument ska återlämna klädesplagg till alla olika företag denne inhandlat kläder från. Ansvaret med att lämna in klädesplagg ligger därmed på konsumenterna och är något som, till viss del, är utanför företagets kontroll. Av denna anledning anser vi att det krävs ett gemensamt initiativ av klädinsamling samt att konsumenter uppmuntras att återvinna klädesplagg. Detta för att företag verksamma inom modebranschen istället ska kunna fokusera på att utveckla klädesplaggets design och materialval för att således underlätta dess återvinningsprocess.

Naturvårdsverket (2014, s.91) förklarar att syntetiska fibrer bibehåller samma kvalité i återvinningsprocessen som ett nyproducerat fibrer, något som inte är fallet för natur- och regenatfibrer. Detta har flertalet företag påpekat influerat deras val av att använda återvunnet naturmaterial. Det upplever vi är ett problem då cirkulär ekonomi eftersträvar att öka det biologiska materialet inom kretsloppet (European Environment Agency, 2016, s.9), med andra ord natur- eller regenatfibrer. Trots att den cirkulära ekonomin uppmuntrar till återanvändning samt användningen av biologiska och förnybara resurser ser vi att nyttjandet av syntetiska fibrer inte behöver vara fullt negativt. Detta då det är ett fibrer som genom återvinningsprocessen kan omvandlas och bibehålla samma kvalité som ett nytt material. Ett materials värde ökar desto fler gånger det återanvänds och av denna anledning ser vi att

återvinning och återanvändning av syntetiska material är något positivt. Med andra ord ser vi att syntetiskt material, som klassas som tekniskt material, bör återvinnas och stanna i kretsloppet men inte föras in på nytt. Detta då syntetiskt material bidrar till bland annat utsöndring av mikroplaster i naturen (Naturskyddsföreningen, 2018) och användning av icke-förnybara resurser anses negativt för miljön då de inte går att återföras till naturens system (Ellen MacArthur Foundation, 2013, s.26). Därmed ser vi att vid ny materialtillförsel är biologiskt material att föredra.

6.5.1 Avfallshantering sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

Som tidigare nämnt arbetar de deltagande *slow fashion*-företagen aktivt för att förlänga produktens livslängd. Företagen syftar därmed till förlängd användning av en produkt under en produkts livstid, istället för att förlänga livslängden genom kontinuerlig återvinning och återanvändning över livscykler. Då den sistnämnda metoden ligger i linje med cirkulär ekonomi finner vi att de deltagande företagens arbete brister ur detta perspektiv inom området för avfallshantering. I dagsläget arbetar ett fåtal verksamheter aktivt med detta och hos övriga deltagare finns eventuella ambitioner om arbete med avfallshantering i framtiden. Det sammantagna arbetet finner vi dock inte tillräcklig för att uppfylla kriteriet om avfallshantering inom *Den cirkulära slow fashion modellen.*

6.6 Kommunikation

Utvecklingen av en hållbar produkt menar Franco (2017, s.839) görs bäst genom ett innovationssamarbete med olika partners inom värdekedjan där det finns en delad vision och tilltro sinsemellan. För att uppnå detta ser vi att kommunikation mellan parterna är en viktig aspekt. Utefter det presenterade datamaterialet framgår det att samtliga verksamheter aktivt kommunicerar med både företagets leverantörer samt konsumenter. Gentemot leverantörerna framgick det att företagen eftersträvar långsiktiga relationer och att de besöker leverantörerna kontinuerligt. Detta i syfte om att lära känna varandra och skapa goda förutsättningar för ett gott och långsiktigt samarbete. Vid kommunikation mot konsumenter har transparens varit en viktig aspekt där bland annat val av material, leverantörer och tillverkningsprocesser presenteras. Detta grundar sig i företagens vilja att informera samt uppmärksamma konsumenten till *slow fashions* konsumtionsfilosofi.

Trots att samtliga verksamheter arbetar för en god kommunikation med leverantörer och konsumenter ser vi att en delad vision mellan verksamheterna och leverantörerna inte alltid uppfylls. Det framgår att parterna till stor del har samma värdegrund vad gäller produkternas kvalitet, dock finner vi att en delad vision om hållbarhet och *slow fashion* inte alltid uppfylls. Med tanke vad vad Franco (2017, s.839) presenterat samt att Ellen MacArthur Foundation (2017, s.25) belyst att det bör finnas gemensamma visioner, ser vi att detta kan vara problematiskt. En gemensam vision mellan parterna kan bidra till en bättre förutsättning vad gäller en hållbar utveckling på marknaden. Trots att vi identifierat denna brist finner vi inte nödvändigtvis att den är avgörande för att kriteriet om delad vision inte uppfylls. Detta då samtliga respondenter uttryckt att parterna har en delad vision vad gäller produktens standard, något vi anser kan vara tillräckligt för att uppnå ett hållbart arbete från företagets sida. Mycket ansvar kring *slow fashion* samt cirkulär ekonomi ser vi ligger i företagens egna arbete kring hur produkten designas, vilket material företaget väljer att arbeta med samt hur produkten säljs och marknadsförs. Leverantören besitter en viktig roll vad gäller tillverkningsprocessen och ansvaret att produkten håller god kvalité, vilket vi ser företagen har utgått från vid val av leverantör. De övriga aspekterna som *slow fashion*-metodiken ser

till behöver nödvändigtvis inte beröra leverantörens hållbarhetsvision utan snarare företagets egna vision och arbetssätt. Det finns dock fördelar med att leverantören delar samma vision vad gäller *slow fashion* och cirkulär ekonomi för att bidra till innovationsutveckling (Franco, 2017, s.839). Vi kan dock urskilja från empirin att det redan idag till viss del finns ett implementerat tänk och därmed delad vision mellan de deltagande företagen och dess leverantörer, vilket därmed innebär att innovationsutvecklingen kan komma att ske ändå.

6.6.1 Kommunikation sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

Både inom *slow fashion* och cirkulär ekonomi genomsyras vikten av kommunikation i företagets arbete. Dock har kommunikation inte haft en konkret plats inom de olika områdena, något som vi med *Den cirkulära slow fashion modellen* ville förändra. Som konstaterat ovan för samtliga verksamheter finns en god kommunikation med både företagets leverantörer och konsumenter. Vi har dock identifierat att parterna inte alltid har en delad vision kring *slow fashion* och cirkulär ekonomi, något som dock nödvändigtvis inte behöver betyda att leverantören inte bryr sig om de berörda områdena. Det kan likväl grundats i andra anledningar såsom kunskaps- eller resursbrist. Då parterna båda eftersträvar god produktkvalité, samt att vi menar att förutsättningarna för hållbara produkter till stor del ligger hos företaget själva, ser vi inte att en fullt utveckla delad vision är avgörande för ett gott kommunikationsarbete inom *Den cirkulära slow fashion modellen*. Samtliga verksamheter uppfyller därmed alla kriterier för denna del.

6.7 Livslängd

Murray (2015, s.371) menar att ökad livslängd och återanvändning är en viktig princip för cirkulär ekonomi, detta för att minska belastningen på naturens resurser. De deltagande företagen arbetar alla aktivt med att öka produktens livslängd genom både hållbar kvalité och tidlös design. För att ytterligare förlänga livslängden belyser respondenterna även att de informerar konsumenten om hur klädesplagget ska vårdas på korrekt sätt. Samtliga verksamheters arbetssätt stämmer därmed överens med Goldsworthys (2017, s.1961) resonemang kring *product longlivity.* Författaren belyser vikten av produktens förlängda livstid genom både fysiska och emotionella åtgärder i produktdesignen. De emotionella åtgärderna, även kallat *emotional durability,* handlar om konsumentens koppling till produkten och hur länge individen vill använda den (Goldsworthy, 2017, s.1961). De åtgärder de deltagande företagen har åtagit identifieras ligga i prissättning, kvalitet samt klassisk design som inte går ur tiden. Exempelvis uttryckte Starry Eyes och by Dem att ett högre och rättvisande pris medför att köpprocessen blir mer genomtänkt samt att konsumenten blir mer benägen att vårda klädesplagget. Detta ser vi ökar konsumentens *emotional durability* då de intervjuade företagens olika åtgärder bidrar till ett långsiktigt användande hos kunden. De identifierade åtgärderna återfinns inom *slow fashions* principer där produktens värde ökar för konsumenten (Clark, 2008, s.428).

Trots att företagen eftersträvar att stärka konsumentens *emotional durability* ser vi det inte rimligt att varje enskild konsument påverkas av åtgärderna på samma sätt. Vi finner att skillnader kan finnas i konsumenters olika demografi, ekonomiska förutsättningar, levnadssätt samt tidigare värderingar kring klädkonsumtion. Av denna anledning menar vi att olika individer kommer ha olika lång *emotional durability* oavsett företagets arbetsmetoder. Något som däremot ökar klädesplaggets livslängd, trots olika långa *emotional durability* hos konsumenten, är företagets arbetsmetoder för att underlätta *product longlivity.* Detta genom att klädesplagget håller hög kvalitet för att på sätt möjliggöra för vidare användning av en

annan individ. Förslagsvis kan detta göras genom second hand-försäljning eller att klädesplagget ärvs vidare. Som presenterat i empirin har majoriteten av de deltagande verksamheterna aktivt arbetat med hög kvalité för att underlätta klädesplaggets fortsatta användande.

Goldsworthy (2017, s.1961) poängterar även vikten av att produkten ska anpassas till konsumentens verkliga nyttjandelängd. Författaren menar att det blir problematiskt att designa produkter för lång livslängd, vilket kan innebära onödigt resursanvändande i tillverkningen om produkten sedan inte används i den utsträckning som den är anpassad för. Då de deltagande verksamheterna menar att det inte finns någon skillnad mellan företagens produkters livslängd anser vi att de bortser från eventuella skillnader i olika produktens användningsområde. Företagen är dock medvetna om att olikheter existerar i livslängd mellan olika klädesplagg, såsom en regnjacka och en t-shirt. Det vi belyser som problematiskt ur Goldsworthys (2017, s.1961) resonemang är att alla klädesplagg, oavsett typ, eftersträvar längsta möjliga livslängd utan att ta hänsyn till konsumentens verkliga användningslängd. Vad vi dock finner till fördel för verksamheterna är att de aktivt arbetar med att stärka konsumentens *emotional durability*, vilket resulterar i att klädesplagget får ett ökat värde för konsumenten. På sådant sätt ser vi att livslängden kan förlängas och därav är det också till fördel att klädesplagget är anpassat till ett längre användande.

Väljer vi att studera de deltagande företagens arbetsprocess ur ett cirkulärt perspektiv ser vi att arbetet med *product longlivity* sträcker sig bortom användandet av enbart en individ. Detta skiljer sig från Goldsworthys (2017, s.1961) resonemang som snarare fokuserar på att ett klädesplagg används av en enskild individ. Då studiens deltagande företag arbetar för att produkter ska hålla över lång tid och gärna ärvas vidare, ser vi att företagen har ett bredare och mer långsiktigt perspektiv på *product longlivity* än Goldsworthys resonemang. Av denna anledning ser vi även att de aktivt arbetar med att minimera resursanvändningen i klädesplaggets tillverkning. Detta då eftersträvan av längre användning av de tillverkade produkterna resulterar i ett minskat produktionsbehov då efterfrågan av att konsumera nya klädesplagg minskar. Genom minskat behov av att byta ut produkter minskar även belastningen på naturens resurser (Murray, 2015, s.371). Detta ser vi som nödvändigt då tillverkning av kläder är en resurskrävande industri som har stora negativa effekter på miljön (Kant, 2012, s.22; United Nations, u.å). Vi finner därmed att de deltagande företagen bidrar till en positiv miljöeffekt, trots att de inte minimerade resurser i enlighet med Goldsworthys (2017, s.1961) resonemang om det verkliga produktanvändandet hos den enskilde individen. Detta då de har ett bredare användarperspektiv än Goldsworthy och ser till att ett klädesplagg kan användas av flera konsumenter. Hade företagens produkter varit av annan typ, såsom underkläder som är en mer personlig tillhörighet alternativt en vara med kortare hållbarhet, ser vi att Goldsworthys (2017, s.1961) resonemang hade varit mer passande. Då verksamheterna är inriktade på att erbjuda klädesplagg med hög kvalitet som är tidlösa ser vi dock att vidare användning av klädesplagget av en annan individ är möjlig.

6.7.1 Livslängd sett till *Den cirkulära slow fashion modellen*

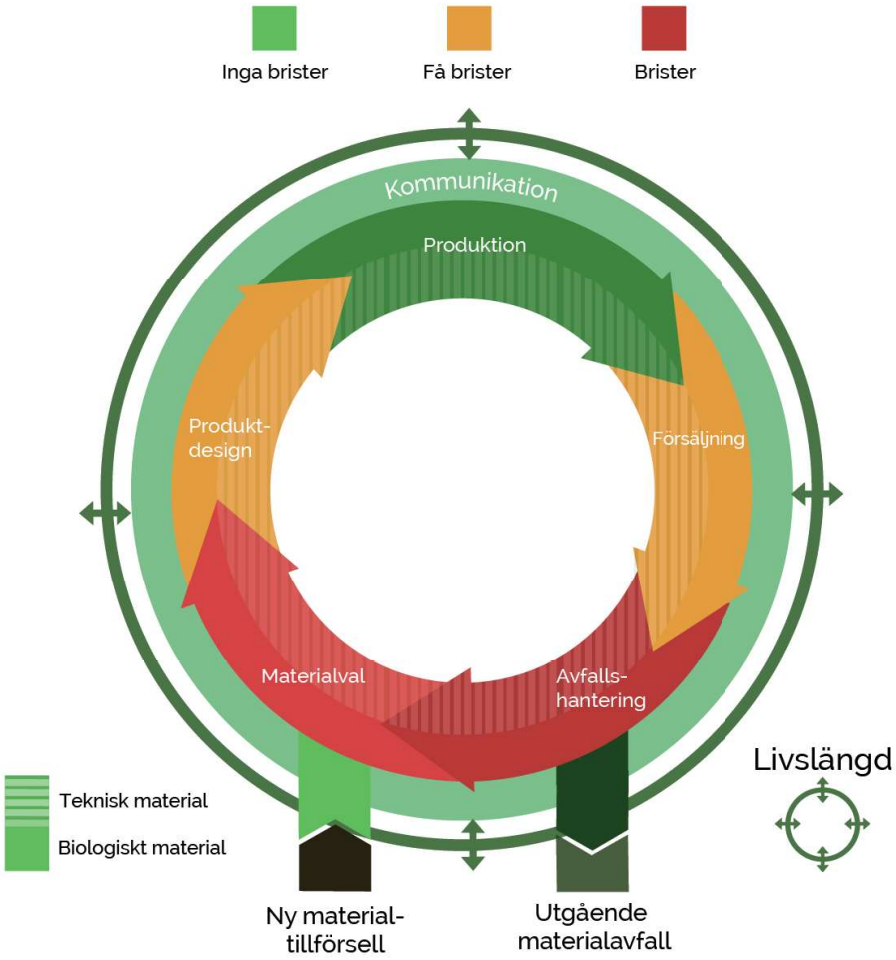
Sett till ovanstående analys kan vi konstatera att samtliga företag som deltagit i studien uppfyller ett breddat perspektiv av de principer som Goldsworthy (2017, s.1961) presenterat. Detta genom att förlänga produkters livslängd i form av rättvisande priser, hög kvalité samt säsongsneutralitet vilket bidrar till en minskad konsumtionstakt. Med detta synsätt framgår det att de deltagande verksamheterna alla eftersträvar *product longlivity* och aktivt arbetar

med att stärka konsumentens *emotional durability* till produkten. Vidare ser verksamheterna att klädesplaggen har möjlighet till vidare användning av andra individer. Dessa tre aspekter menar vi bidrar till att produktens livslängd förlängs, vilket vi ser som positivt då nytillverkning av produkter minskar. Detta är något som den cirkulära ekonomin försöker eftersträva (European Environment Agency, 2016, s.9).

Trots att verksamheterna inte aktivt tar hänsyn till att livslängden mellan klädesplaggen kan skilja sig åt, något som Goldsworthy (2017, s.1961) belyser som viktigt, finner vi deras arbete ändå uppfyller det det syfte författaren vill poängtera. Genom att bredda perspektivet från endast en användande individ till att istället se till flertalet användare anser vi att de uppfyller kriterierna för att minimera resursförbrukning. Det är absolut viktigt att belysa möjligheten att några individer inte väljer att föra ett klädesplagg vidare, vilket därmed skapar ett glapp i produktens livslängd med den verkliga livslängden hos konsumenten. Företagen arbetar dock med att stärka kundens *emotional durability* till klädesplagget som bidrar till ett förlängt användande. Av denna anledning ser vi ändå att de deltagande företagen i studien arbetar framgångsrikt med de aspekter som Goldsworthy (2017, s.1961) menar är av vikt för produktens livslängd. Därav ser vi att företagen uppfyller kriterierna för *Den cirkulära slow fashion modellen.*

6.8 Sammanställning av verksamheternas arbetsmetod utefter *Den cirkulära slow fashion modellen*

Nedanstående illustration påvisar i vilka aspekter utefter *Den cirkulära slow fashion modellen* de deltagande verksamheterna brister i sitt arbete såväl som uppfyller modellens kriterier. Utefter samtliga företags arbete har vi valt att belysa de delar i modellen med olika färger. De områden i modellen verksamheterna uppfyller kriterierna har vi valt att markera med grönt. Där förbättringspotential har identifierats har området markerats med orange alternativt rött. En orange markering innebär att alla kriterier förutom en är uppfyllda inom det specifika området i modellen. Verksamheterna har därmed enbart mindre brister att åtgärda för att framgångsrikt arbeta utefter *Den cirkulära slow fashion modellen*. De områden som är markerat med rött illustrerar att företagen har större eller fler brister att arbeta med för att således uppnå kriterierna i modellen. Nedan presenteras företagens sammantagna arbete i modellens olika arbetsområden.



Figur 6. Illustration av de deltagande företagens arbete sett till Den cirkulära slow fashion modellen.

Vad gäller de deltagande företagens materialval framgår det att flertalet av verksamheterna använder biologiskt material i form av exempelvis ull, bomull, tencel och viskos. Några av dem nyttjar syntetiskt material vilket är en icke-förnybar resurs. Till skillnad från biologiskt material som önskas i cykeln bör det syntetiska material företagen använder således vara återvunnet för att inte införa ytterligare tekniskt material i kretsloppet. Detta uppfylls enbart i liten utsträckning av de som nyttjar syntetiskt material. Generellt är användningen av återvunnet material lågt bland verksamheterna där majoriteten av företagen har en blandad sammansättning av material – något som i senare skede försvårar återvinningsprocessen. Dessa sammantagna brister resulterar i att området i modellen har markerats med rött.

Sett till verksamheternas produktdesign uppfyller företagen de allra flesta kriterier i modellen. Detta då klädesplaggen är säsongsneutrala, antalet kollektioner är få samt att designen eftersträvas att vara tidlös. Nämnda faktorer bidrar till att förlänga klädesplaggets livslängd. Den brist som identifierats är att mindre hänsyn tas till produktens återvinningsmöjlighet i designprocessen. Ett fåtal av verksamheterna kan dock genom klädesplaggets konstruktion förenkla både återvinning- och nedbrytningsprocessen, något som dock varit en bieffekt utefter företagens materialval. Eftersom samtliga verksamheter

arbetar framgångsrikt med flertalet aspekter, men har förbättringspotential sett till klädesplaggets design att återvinnas, har området produktdesign markerats med orange.

De deltagande företagen arbetar med relativt lokala produktionsanläggningar där materialanskaffningen sker i närområdet samt med småskalig produktion. Nämnda aspekter genomsyrar de olika verksamheternas produktion på olika sätt. Sett till resursminimering i produktionen arbetar samtliga deltagande företag aktivt med leverantörerna, dels genom certifieringar, avtal eller goda standarder. Trots att inte alla leverantörer innehar certifieringar arbetar samtliga med åtgärder i produktionen som bidrar till en minimerad negativ miljöeffekt. Av dessa anledningar uppfyller verksamheterna kriterierna om produktion för *Den cirkulära slow fashion modellen* och har därav markerats med grönt.

Företagens arbete inom försäljningsområdet uppfylls med endast en mindre brist. Verksamheterna arbetar aktivt med en rättvisande prisbild, minimerade lagernivåer samt en avtagande inställning till realisation och utförsäljning. Vidare har flertalet företag arbetat med alternativa försäljningsmetoder, däribland uthyrning och second-hand försäljning. Den enda identifierade bristen är att endast ett företag aktivt arbetar med reparationsmöjligheter, vilket belysts som en väsentlig del inom den cirkulära ekonomin. Av denna anledning anses området försäljning att vara orange sett till studiens framtagna modell.

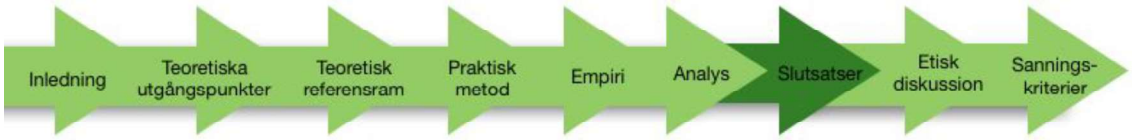
Vad gäller avfallshantering arbetar verksamheterna, som tidigare nämnt, aktivt med att förlänga produktens livslängd. De flesta brister dock i arbete som underlättar avfallshantering såsom insamling och återvinning av använda klädesplagg. I dagsläget möter detta arbete en rad utmaningar i form av otillräckligt utvecklad separationsteknik och etablerad insamling. Det är dock fortfarande av vikt att bedriva arbetet i ett tidigt stadie för att bidra till en ökad utvecklingstakt. Detta resulterar i att verksamheterna sammantaget brister i avfallshanteringen sett till *Den cirkulära slow fashion modellen* och området har därmed markeras med rött.

Genom transparens, god kommunikation med externa parter samt delad vision med leverantörer uppfyller verksamheterna kriterierna kring modellens kommunikationsområde. Trots att den delade visionen inte grundats i alla *slow fashions* aspekter har fortfarande en gemensam vision funnits gällande god kvalité, hållbar tillverkning samt goda produktionsförhållanden. Av denna anledning arbetar verksamheterna framgångsrikt med kommunikationsområdet och markerades således med grönt.

Samtliga deltagare i studien anpassar både materialval, design samt hållbarhet för att förlänga klädesplaggets livslängd. Vidare arbetar de aktivt med att påverka kundens *emotional durability* för att således öka konsumentens användningslängd av produkten. Det har även identifierats ett breddat perspektiv kring Goldsworthys resonemang om livslängd där fler individer antas använda ett klädesplagg Av denna anledning uppfyller företagen arbetsområdet livslängd och har därmed markerats med grönt.

7. Slutsatser

Följande kapitel presenterar studiens slutsatser samt de praktiska rekommendationer de deltagande företagen kan arbeta med i framtiden. Därefter framförs studiens teoretiska bidrag och de framtida möjliga forskningsområden.



7.1 Slutsats

Denna studie har undersökt *slow fashion*-företags arbetssätt för att således identifiera arbetsområden med möjlig förbättringspotential för att utvecklas i linje med cirkulära ekonomins principer. Detta för att eftersträva ett arbetssätt hos företag inom klädindustrin som bidrar till minskad miljöpåverkan. Av denna anledning har studien undersökt följande frågeställning; *"Hur kan slow fashion-företag utvecklas i linje med cirkulär ekonomi och därmed minimera modeindustrins negativa påverkan på miljön"*.

I det teoretiska avsnittet har vi utgått från vetenskapligt förankrad teori för att således utveckla en modell anpassad till studiens syfte. Denna modell, även kallad *Den cirkulära slow fashion modellen*, har vidare varit studiens utgångspunkt för insamlad empiri, analys samt slutsats. För att genomföra undersökningen har en kvalitativ forskningsstrategi valts där sju företag deltagit i studien. Genom djupintervjuer har vi studerat de deltagande företagens arbetssätt och därefter analyserat verksamheternas tillvägagångssätt utefter *Den cirkulära slow fashion modellen*.

De områden som de deltagande *slow fashion*-företagen identifierats uppfylla utefter modellens kriterier är produktion, kommunikation samt livslängd. Detta då det framgått att verksamheterna aktivt arbetar med en produktion som minimerar resursförbrukning, transparent kommunikation med både konsumenter samt leverantörer samt förlängd livslängd av klädesplaggen. Med en klädproduktion som minimerar resursförbrukning innebär det att verksamheterna bidrar till en minskad miljöpåverkan vid tillverkning. Detta i form av att minimera användningen av vatten samt kemikalier, något som båda konstaterats vara två problemområden vid produktion av kläder. En transparent kommunikation mellan verksamheterna och leverantörer är en viktig aspekt då det medför till gemensamma standarder och visioner sinsemellan. Detta har resulterat i en delad värdegrund vad gäller produktens kvalité och hållbara produktionstekniker. Kommunikationen gentemot företagens konsumenter bidrar till att informera kunden om verksamheternas arbete. På sådant sätt ökas medvetenheten av problematiken modebranschen står inför samt presenteras alternativa och mer hållbara metoder på hur dessa kan minimeras. Slutligen bidrar samtliga verksamheters arbete med en förlängd livsläng av produkten till att fler individer tas hänsyn till i användandet av produkten. Genom att öka antalet användningar av ett klädesplagg minimeras därmed resursåtgången vid produktionen då behovet av nytillverkning minskar.

Produktdesign samt försäljning är de två delarna inom *Den cirkulära slow fashion modellen* som de deltagande verksamheterna anses brista någorlunda inom. Vi kan konstatera att företagen arbetat framgångsrikt med produktdesignen för att förlänga produktens livslängd. De ser däremot inte till en kontinuerligt livscykel av produkten. Det innebär att produktens design inte tagit hänsyn till dess möjlighet att återvinnas för att därmed återinföras in i kretsloppet. Vad gäller verksamheternas försäljning arbetar de framgångsrikt med alternativa försäljningssätt som möjliggör för ett förändrat konsumtions- och användarmönster, rättvisande prissättning samt minimering av lager, realisation samt utförsäljning. Den identifierade bristen inom företagens försäljningsmodell är avsaknaden av konsumentens möjlighet till reparationstjänster. Då denna aspekt är väsentlig inom studiens framtagna modell konstateras det att detta är ett område verksamheterna överlag brister inom. Verksamheter bör därmed utveckla möjligheten till reparationstjänster samt en produktdesign som tar hänsyn till återvinning för att uppfylla modellens kriterier.

De områden studiens deltagare brister inom sett till den framtagna modellen har identifierats vara materialval samt avfallshantering. Vad gäller materialval framgår det att företagen till stor del bortser från användandet av endast en materialsort vilket innebär att separeringsprocessen vid återvinning försvåras. Den bakomliggande orsaken till detta har poängterats vara att klädesplaggets funktionalitet ska överensstämma med det tilltänkta användningsområdet. Nyttjandet av återvunnet material har även konstaterats ske i låg utsträckning vilket innebär att företagen till stor del kontinuerligt tillför nya material i kretsloppet. Dessa material är dock i stor utsträckning av biologisk härkomst vilket sett till modellen är att föredra då dessa efter användning kan återföras till naturen. Det som fortfarande är problematiskt är att framställningen av ett material är resurskrävande, varav ett återinförande av material är att föredra. Tillgången till återvunna material med hög kvalité har dock konstaterats vara låg, vilket varit en bidragande orsak till verksamheternas anledning till att använda nytillverkat material. Återvunnet syntetiskt material har dock påvisats bibehålla samma höga kvalitet som ett nytillverkat material. Då de verksamheter som använder syntetiskt material endast använder detta av återvunnen härkomst i låg utsträckning ser vi det som ytterligare en brist sett till studiens framtagna modell. Detta då användningen av återvunnet material, om möjlig, är att föredra.

I samband med verksamheternas avfallshantering har det framgått att företagen, likt vid produktdesignen, fokuserar på klädesplaggets livslängd. Därmed bortser de från att aktivt arbeta med återföring av produkten i kretsloppet genom återvinning. Orsaken till detta har härletts till företagens småskalighet samt avsaknad av extra resurser. Det har genomgående belysts i studien att återvinningsprocessen samt separationstekniken som krävs för att framgångsrikt separera blandmaterial är under utveckling. Arbetet med avfallshantering har poängterats vara för omfattande för den enskilda verksamheten att ensam genomföra, vilket innebär att gemensamma insatser krävs av hela marknaden. Det är dock fortfarande av vikt att den enskilda verksamheten tar sitt ansvar och bidrar till det gemensamma arbetet för att utvecklingen ska gå framåt. Företagen brister som uppmärksammats i materialval samt avfallshantering vilket innebär att åtgärder måste vidtas för att uppfylla *Den cirkulära slow fashion modellens* kriterier.

Från studiens undersökning kan det konstateras att det identifierats arbetsområden med förbättringspotential hos *slow fashion*-företag för att utvecklas i linje med cirkulär ekonomi. Den sammantagna slutsats som kan tas är att det finns potential för företag som är

verksamma inom *slow fashion* att utveckla sina arbetsprocesser och därmed uppfylla *Den cirkulära slow fashion modellens* kriterier. Vi har därmed identifierat att modeindustrins negativa miljöpåverkan går att motverka genom en kombinerad metod av *slow fashion* och cirkulär ekonomi.

7.2 Praktiska rekommendationer

Studiens praktiska rekommendationer baseras på de brister som identifierats enligt verksamheternas arbetsmetoder utefter *Den cirkulära slow fashion modellen*. Detta innebär att rekommendationerna som presenteras nedan är riktat mot materialval, produktdesign, försäljning samt avfallshantering.

Sett till materialval ser vi att företagen bör utöka användningen av återvunnet material. Eftersom att återvinningstekniken inte är fullt utvecklad bibehåller återvunnet biologiskt material inte lika hög kvalité som vid ursprungligt skick. Då det dock påvisats att syntetiska fiber bibehåller samma kvalité efter återvinning uppmanar vi verksamheter som nyttjar syntetiska material att istället öka användandet av återvunnet material. Vi uppmuntrar däremot främst till en förändrad syn på materialval och därmed till ökad användning av material med biologiskt ursprung som naturligt kan brytas ner i naturen. Detta innebär att företag i den mån det är möjligt, utan att i för stor utsträckning påverka klädesplaggets funktionalitet, ersätter användningen av syntetfiber med naturfiber.

I produktdesignen rekommenderar vi företagen att ta hänsyn till klädesplaggets möjlighet att återvinnas. Detta kan uppnås genom att utforma enklare konstruktioner vid designade av kläder där en eller få olika materialtyper används för att underlätta separering. Vidare uppmanar vi att minimera designen av klädesplagg med onödiga dekorer i form av exempelvis knappar och dragkedjor. Dessa bidrar till ytterligare ett försvårat moment vid separering.

Vad gäller verksamheternas arbete inom området försäljning föreslår vi, för att möjliggöra för reparationstjänster, att någon eller några inom företaget genomgår en passande utbildning för att besitta kunskaper som krävs för att genomföra reparationer. Alternativet kan istället vara att anställa någon som vid anställningstillfället redan innehar de kunskaper som behövs. Finns det dock en avsaknad av humankapital ser vi möjligheter i att ingå ett samarbete med en extern part som kan erbjuderna konsumenten möjlighet till reperation av klädesplagget. Befinner sig företagen i en situation där antingen ekonomiska resurser saknas alternativt både ekonomiska och humankapital brister ser vi möjlighet i att flertalet verksamheter samarbetar. Detta genom att de går tillsammans och erbjuder en reparationstjänst där de delar på de humana och ekonomiska resurser som krävs.

Slutligen rekommenderar vi verksamheterna att vid avfallshantering, även i denna aspekt, göra en gemensam insats. Både vad gäller insamling av återvinning samt återanvändning av kläder. Ett av alternativen är att verksamma företag inom branschen tillsammans utvecklar arbetet med insamling av kläder som ska återvinnas alternativt återanvändas. Detta ser vi kräver en gemensam ambition, resurser samt god kommunikation sinsemellan. Ytterligare ett alternativ kan även vara att etablera en extern organisation som arbetar självständigt alternativt med stöd från exempelvis offentlig sektor. Denna organisation skulle verka för att öka insamlingen av klädesplagg och textilmaterial som ska återvinnas alternativt användas vidare i form av lättillgängliga insamlingsstationer. Vi ser även vikt i att öka kunskapen hos

konsumenten kring betydelsen av att både återanvända samt återvinna klädesplagg och textilier. Detta då det, trots ambitioner från företag, slutligen är kundens ansvar att lämna in klädesplagg efter användande. Vi ser även möjligheten i att skapa ytterligare en försäljningskanal för *slow fashion*-företag genom att, som två av de deltagande verksamheterna i studiens gör, sälja produkter second hand. Genom att uppmuntra till insamling av produkter från användare av klädesplagg, av egna alternativt externa märken, ser vi att utbudet av kläder att återanvända utökar. Detta menar vi även skulle bidra till att klädernas livslängd förlängs och ökad möjlighet att återvinning dem när klädesplagget inte längre går att använda.

7.3 Teoretiskt bidrag

Vi kunde från vår litteratursökning urskilja ett gap inom *slow fashions* forskning samt identifiera ett behov av att utveckla den cirkulära ekonomins principer ur ett företagsperspektiv. Det framgick även att det fanns en avsaknad av forskning som undersöker en kombination av områdena och hur de tillsammans skulle kunna bidra till att minimera de negativa miljöeffekter modeindustrin genererar i dagens samhälle. Av denna anledning fann vi det av vikt att utforska möjligheten att kombinera de två metoderna, detta genom att forska kring hur *slow fashion*-företag kan utvecklas i linje med cirkulär ekonomi. Studien har uppfyllt sitt syfte genom att konkretisera potentiella förbättringsområden för *slow fashion* företag om hur de kan utveckla sitt arbete för att eftersträva den cirkulär ekonomins principer. Av denna anledning finner vi att vår studie bidrar med viktiga insikter samt lärdomar som möjliggör för en utveckling av *slow fashion*-företags arbetsmetodik inom hållbarhetsområdet. I vår mening kommer det i framtiden krävas att företag verksamma inom modeindustrin förändrar befintliga affärsmodeller mot ett hållbart företagande för att därigenom minimera de negativa miljöeffekterna. Således finner vi det relevant att bidra till utveckling av forskning inom *slow fashion* samt cirkulär ekonomi för att på sådant sätt stödja processen att utveckla hållbara arbetssätt.

7.4 Framtida forskning

Studien har baserats på en kvalitativ intervjustudie varav enbart ett urval av olika *slow fashion*-aktörer inom modeindustrin deltagit, således har enbart ett fåtal verksamheter blivit representerade. Av denna anledning är det av intresse att i framtiden genomföra en kvantitativ studie. På sådant sätt skulle, i större utsträckning, trender bland företagens arbetsmetoder identifieras. Detta ser vi skulle öka sannolikheten att säkerställa generella problem, utmaningar samt metoder bland verksamheter på marknaden – något som därav resulterar i en förbättrad modell sett till dess applicerbarhet hos företagen genom en ökad kartläggning av området.

För att ytterligare undersöka applicerbarheten av studiens resultat samt utveckla området vidare vore en undersökning som riktar sig till andra aktörer vara av relevans. Detta ser vi skulle kunna vara exempelvis producenter, inköpande företag, konsumenter eller aktörer som arbetar med återvinning av klädtillverkning. Genom att utvidga förståelsen, möjligheterna samt utmaningarna som andra verksamhetsområden har sett till *Den cirkulära slow fashion modellen* förbättras modellens applicerbarhet.

Vidare vore det även av relevans att undersöka om *slow fashion*-företags storlek är något som påverkar dess förmåga att framgångsrikt arbeta med kriterierna inom slow fashion, alternativt *Den cirkulära slow fashion modellen*. Vi menar att det är av intresse att vidareutveckla den

STU19-0015 (88/102)
Sida 89 av 105

förståelse om huruvida verksamhetens storlek kan komma att påverka de belysta attributen som är associerade med ett *slow fashion*-företag. Detta för att således ges verktyg till att utveckla modellen ytterligare.

Vi ser även att framtida forskning kan utveckla *Den cirkulära slow fashion modellen* genom att undersöka de praktiska rekommendationer vi presenterat för *slow fashion*-företag för att arbeta utefter cirkulära arbetsmetoder. Detta för att säkerställa huruvida de är möjliga att genomföra i praktiken och hur det i sådant fall skulle påverka företagens nuvarande arbete.

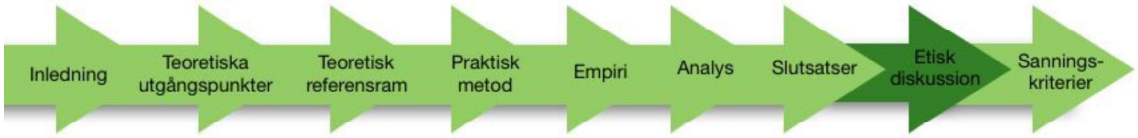
Modellens potential att utvecklas ytterligare ser vi kan ske genom att ta i beaktning de sociala samt ekonomiska faktorerna som begreppet hållbarhet även innefattar. Detta är något som vi bortsett från i vår studie men som vi anser vore intressant att ta hänsyn till då, framförallt social hållbarhet, även ses vara ett problemområde inom modeindustrin. På sådant sätt anser vi att modellens applicerbarhet blir mer tillförlitlig då den tar hänsyn till fler aspekter som verksamheter tvingas ta ställning till samt arbetar med.

Det vore även av relevans att forska kring hur *fast fashion* företag kan, med konkreta verktyg och metoder, övergå till arbetsmetoder samt visioner som ligger i linje med *slow fashions* tillvägagångssätt och studiens framtagna modell. Detta då *fast fashion* utgör en betydande del av dagens modeindustri och genom att konkretisera tydliga riktlinjer för denna övergång ser vi stor utvecklingspotential av en mer hållbar bransch. Denna övergång och utveckling finner vi har stor betydelse för att minimera de negativa miljöeffekter som presenterats i studien, även för andra problemområden som är relaterat till modeindustrin som inte belysts.

Vidare ser vi möjlighet i att vidare forska kring hur verksamheter som uttalat arbetar med cirkulär ekonomi inom modeindustrin kan utveckla arbetet i linje med *slow fashion*. Detta då vi finner en möjlig utvecklingspotential inom modeindustrin genom att kombinera de två arbetsmetoderna. Därav är det av intresse att se möjligheten att inkorporera *slow fashions* principer inom företag som redan arbetar cirkulärt.

8. Etisk diskussion

I nedanstående kapitel belyser vi studiens potentiella risker och för en etisk diskussion kring undersökningens val av ämnesområde och dess påverkan på studiens innehåll.

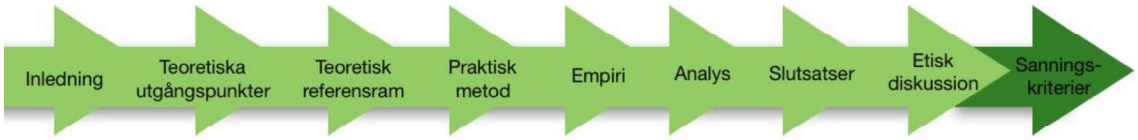


Då mode- och textilindustrin identifierats ha stor påverkan på miljön ser vi att företag som arbetar med hållbarhetsfrågor inom området har stor vinning sett till bland annat kunduppfattning. Av denna anledning ser vi en risk i att företag generellt kan sträva efter att uppfattas miljömässigt hållbara utan att faktiskt uppfylla kraven inom exempelvis *slow fashion* eller cirkulär ekonomi. Vi ser det därmed problematiskt att, genom missvisande hållbarhetskommunikation, konsumenter på marknaden har svårt att identifiera de företag som genomgående arbetar med det fullt ut. En verklig transparens inom samtliga företag ser vi därav är av vikt för att ge konsumenten en rättvisande uppfattning av företagen på marknaden. Vidare finner vi även att en verklig uppfattning av marknadens miljömässiga påverkan är en förutsättning för att ta fram relevanta åtgärder och arbetssätt för att minimera branschens miljöpåverkan.

I denna kvalitativa studie undersöks miljöaspekter inom modeindustrin sett ur ett företagsperspektiv och har därav inkluderat intervjuer med företagsrepresentanter. Av samma anledning som presenterats ovan ser vi att även dessa företag kan besitta incitament för att försköna företagets verkliga arbetssätt för således uppfattas positivt av omgivningen. Då området möjligen kan uppfattas som känsligt har vi vidtagit en neutral inställning vid integration med respondenterna för att inte lägga värdering inom det undersökta området. Om företagen ändå inte valt att svara sanningsenligt kan vi varken uttala oss om eller förändra. Företagen har dock själva, som tidigare nämnt, uttryckt vikten av transparens inom verksamheten, något som även har påvisats i studiens resultat där företagen själva belyst brister inom företagets arbetsprocesser. Då studien dock ämnar att undersöka en egen framtagen modell som grundats inom både cirkulär ekonomi och *slow fashion* ser vi ett möjligt etiskt dilemma då vi undersöker företag utifrån en, för dem, okänd modell. De slutsatser och rekommendationer som studien kommer fram till ser vi därmed kan framställa ett företag som arbetar exemplariskt utifrån *slow fashions* principer i sämre dager. Detta då de kritiseras för att inte arbetat med delar som härstammar från cirkulär ekonomi. Då studiens syfte dock är att att se utvecklingspotential inom ett företag som redan åtagit sig ett miljömässigt hållbarhetsarbete ser vi att de deltagande företagen bör se rekommendationerna som möjlighet till ett utökat hållbarhetsarbete som ytterligare kan stärka företagets uppfattning av omgivningen.

9. Sanningskriterier

I följande kapitel avser vi att utvärdera studiens tillförlitlighet och äkthet för att således avgöra den genomförda undersökningens sanningshalt.



9.1 Tillförlitlighet

Genom att vi i samband med empirins sammanställning givit respondenterna möjlighet att ta del av materialet anser vi att vi uppfyllt kriteriet om trovärdighet i studien utefter Bryman och Bells (2013, s. 403) beskrivning. Detta har bidragit till att de deltagande företagen fått chans att korrigera eventuella misstolkningar i vår datasammanställning, något som fyra av sju verksamheter gjort. Trots att korrigeringarna varit av liten karaktär där det vanligtvis rört sig om förtydligande i information, anser vi att detta bidragit till att stärka studiens trovärdighet. Detta genom att säkerställa att det insamlade materialet är korrekt tolkat och presenterat.

Studiens generaliserbarhet gentemot övriga *slow fashion*-företag inom branschen begränsas av att en kvantitativ undersökningsmetod har valts att genomföras (Bryman & Bell, 2013, s.421). Dock finner vi att *slow fashion* inom klädindustrin är en relativt homogen bransch vilket därmed underlättar en generalisering av studiens resultat gentemot en större population. Vidare är forskningsområdet relativt nytt och utgör en mindre andel av modeindustrin, något som gör att applicerbarheten av studiens resultat ökar. Vi ser dock att ett utökat antal deltagande respondenter samt fler undersökningar inom området behövs för att kunna säkerställa ett generaliserbart resultat gentemot hela *slow fashion*-industrin. Studiens syfte grundas i möjligheten att, genom djupgående datainsamling, berika modeindustrin med insikter om förbättringsåtgärder sett till ett miljöperspektiv. Då studiens undersökningssyfte uppfyllts ser vi möjligheter i att studiens resultat och insikter inom *slow fashion* kan överföras till den större modeindustrin. Sett till det faktum att modebranschen är en global industri där, som tidigare nämnt, homogena karaktärsdrag finns mellan *slow fashion* företag ser vi även en möjlig överförbarhet även utanför Sverige. Detta trots att undersökningen gjorts på ett svenskt företagsurval.

För att bidra till studiens pålitlighet har vi åskådliggjort för läsaren de olika val samt strategier som valts under forskningsprocessen. Detta för att på sådant sätt öka transparensen gällande arbetets metoder för att således möjliggöra för läsaren att kritiskt granska forskningen. Utöver detta har även externa individer, i form av handledare och studiekollegor, kontinuerligt granskat samt utvärderat studien vilket vi anser stärkt forskningens pålitlighet.

Vidare har vi redogjort för vår tidigare förförståelse och dess möjliga påverkan på studiens utformande samt resultat. Vi har genomgående eftersträvat objektivitet genom att undvika personligt förankrade åsikter i studien. Då vi dock är en del av den sociala kontexten av den

inhämtade datan innebär det att vi, trots åtgärder, kan komma att påverka studien objektivitet. Vidare har metoder och teoretiska utgångspunkter med vetenskaplig förankring använts. Genom att grunda studien på en nyanserad bredd av författare inom olika teoretiska områden anser vi att studiens analys och slutsats stärks av en vetenskaplig förankring. Då studien forskningsdesign innebär insamling av datamaterial genom djupintervjuer med respondenter var det även av vikt att bibehålla en neutral ton. Detta för att minimera risken att empirin färgas av våra subjektiva värderingar och inte vägleda respondenten under intervjuförfarandet.

9.2 Äkthet

Studiens sammanställda resultat genererar konkreta förslag och förbättringsområden för de deltagande företagen. Vidare möjliggör studiens resultat vägledning för andra företag inom *slow fashion* branschen att implementera arbetssätt utifrån *Den cirkulära slow fashion modellen.* Då studien även innefattas av flertalet företag ges de deltagande verksamheterna möjligheten att få insikt i andra verksamheters arbetssätt, vilket därmed skapar en bättre förståelse för andra verksamheters uppfattning och arbete inom det undersökta området. Vidare ser vi att studien därmed bidrar till företags möjlighet att lära av varandra och inspireras till nya och förbättrade sätt att arbeta. Detta är något som Bryman (2012, s.393) menar är av vikt för kriteriet äkthet.

Då studien undersöker de deltagande företagens arbete inom *Den cirkulära slow fashion modellens* samtliga arbetsområden samt ger konkreta förbättringsåtgärder finner vi att forskningen skapat goda förutsättningar för att utveckla verksamheternas arbete. Studiens ingående analys och avslutande slutsats ser vi underlättar företagens insikt om hur deras arbetssätt förhåller sig till studiens framtagna modell och därmed även hur de kan utvecklas. På sådant sätt har vi skapat insikt och hjälpmedel kring vad och hur företagen kan förbättra sin verksamhet.

Slutligen har vi, genom studiens praktiska rekommendationer, skapat goda förutsättningar för de deltagande företagen att implementera föreslagna åtgärder för att på sådant sätt utveckla verksamheterna inom hållbarhetsområdet. Huruvida om och i vilken utsträckning de deltagande företagen väljer att arbeta med föreslagna åtgärder ser vi dock ligger i företagens egna ansvar. Vi ser det dock möjligt för samtliga företag att genomföra de föreslagna förbättringsåtgärderna.

Referenslista

Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok.* 1:a uppl. Stockholm: Liber AB

Backman, J. (2016). *Rapporter och uppsatser.* 3:e uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Berger, P,. & Luckman, T. (1996). The Social Construction of Reality. 1:a uppl. New York: Penguin Putnam Inc.

Bergner, A. (2013). *Tekniska textilier*. [Rapport] Mölndal: Swerea

Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Företags Ekonomiska Forskningsmetoder*. 3:e uppl. Stockholm: Liber.

Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2:a uppl. Stockholm: Liber AB

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder.* (2., [rev.] uppl. ed.). Malmö: Liber.

Cambridge Dictionary (2018a). Certificate. *Cambridge University Press*. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/certification. [Hämtad 2018-05-10]

Cambridge Dictionary (2018b). Pre-order. *Cambridge University Press*. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pre-order. [Hämtad 2018-05-10]

Cambridge Dictionary (2018c). Second hand. Cambridge University Press. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/second-hand. [Hämtad 2018-05-10]

Cataldi, C., Dickson, M., & C. Grover. (2013). Slow Fashion: Tailoring a Strategic Approach for Sustainability. Sustainability in Fashion and Textiles: Values, Design, Production and Consumption: 22–46.

Chaleca. (u.å). Tormenta – Cable Knit Sweater. Made to Order Only. *Chaleca*. http://chaleca.com/product/tormenta-cable-knit-sweater/. [Hämtad 2018-05-13]

Clark, H. (2008). Slow + Fashion—An Oxymoron—or a Promise for the Future ...?. Fashion Theory, Vol.12 (4): 427–446.

Collins, H (2018a). Collection. *HarperCollins Publishers* https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/collection. [Hämtad 2018-04-25]

Collins, H (2018b). Fashion. *HarperCollins Publishers* https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fashion. [Hämtad 2018-04-25]

Collins, H (2018c). Trend. *HarperCollins Publishers* https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/trend. [Hämtad 2018-04-25]

Earth Overshoot Day. (2017). Past Earth Overshoot Day. *Earth Overshoot Day*. https://www.overshootday.org/newsroom/past-earth-overshoot-days/. [Hämtad 2018-02-14]
EIA (2017). Non renewable Energy Explained. *U.S Energy Information Administration*. https://www.eia.gov/energyexplained/?page=nonrenewable_home. [Hämtad 2018-05-14]

Ellen MacArthur Foundation. (2013) *Towards the circular economy.* [Rapport]. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/TCE_Report-2013.pdf. [2018-03-16]

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future.* https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report_Updated_1-12-17.pdf. [Hämtad 2018-02-30]

European Environment Agency. (2016). *Circular economy in europe - Developing the knowledge base* [Rapport]. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Eurostat. (2018) Turnover and volume of sales in wholesale and retail trade - annual data *Eurostat.* http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/sts_trtu_. [Hämtad 2018-02-12]

Fletcher, K. (2007). Slow Fashion. *The Ecologist* 37 (5): 61

Fletcher, K. (2010). Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice* 2 (2): 259–266

Franco, M. (2017). Circular economy at the micro level: A dynamic view of incumbent's struggles and challenges in the textile industry. *Journal of Cleaner Production*, Vol.168: 833-845

Gardetti, M-A., & Torres, A-L., (2013). Sustainability in Fashion and Textiles: Values, Design, Production and Consumption. *Management of environmental quality* [1477-7835] vol: 24: 72 -77

Ghisellinia, P., Cialani, C., & Ulgiaticd, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production: Vol.114: 11-32*

Goldsworthy, K. (2017). The Speedcycle: a design-led framework for fast and slow circular fashion lifecycles, *The Design Journal*: 1756-3062

H&M. (2018). Stryckstickad tröja. *H&M*.http://www2.hm.com/sv_se/productpage.0574117001.html. [Hämtad 2018-05-13]

Hall, J. (2017) : Digital Kimono: Fast Fashion, Slow Fashion?, *Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture*: 1-25

Johansson-Lindfors, M.B. (1993). *Att utveckla kunskap: om metodologiska och andra vägval vid samhällsvetenskaplig kunskapsbildning*. 1:a uppl. Lund: Studentlitteratur

Joy, A., Sherry Jr, J., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands. *Fashion Theory* 16 (3): 273–295

Kant., R. (2012). Textile dyeing industry an environmental hazard. *Natural Science*, Vol.4, 22-26

Kobza, N,. & Schuster, A. (2016). Building a responsible Europe – the value of circular economy. *Journal of Dress Body and Culture*, *IFAC PapersOnLine*, Vol.49(29): 111-116

Kvale, S. (2007). *Doing interviews.* 1:a uppl. London: SAGE Publications Ltd.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing.* 2:a uppl. Thousand Oaks: SAGE Publications Ltd.

Kylén, J-A. (2004). *Att få svar: Intervju, enkät, observation.* 1:a uppl. Stockholm: Bonnier Utbildning AB

Kärrman, A., Schönlau, S,. & Engwall, M. (2016). Exposure and Effects of Microplastics on Wildlife. Örebro: Naturvårdsverket

Lenzing. (2018). Tencel. *Lenzing*. https://www.lenzing.com/en/products/tencel-tm/. [Hämtad 2018-05-02]

Lieder, M. & Rashid, A. (2016). Towards circular economy implementation. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 115: 36-51

McKinsey. (2016). The circular economy: Moving from theory to practice. [Rapport]. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/business%20functions/sustainability%20and%20resource%20productivity/our%20insights/the%20circular%20economy%20moving%20from%20theory%20to%20practice/the%20circular%20economy%20moving%20from%20theory%20to%20practice.ashx. [Hämtad 2018-04-10]

Murray, J. W. (1992). The oceans. In S. S. Butcher, R. J. Charlson, R. J. Orians, & G. V. Wolfe (Eds.), Global biogeochemical cycles (pp. 176–211). San Diego, CA: Academic Press.

Naturskyddsföreningen. (2018). Materialen i våra kläder. *Naturskyddsföreningen.* https://www.naturskyddsforeningen.se/vad-du-kan-gora/gron-guide/materialen-i-vara-klader. [Hämtad 2018-04-17]

Naturvårdsverket. (2014). *Textilåtervinning*. [Rapport]. Stockholm: Naturvårdsverket

Naturvårdsverket. (2017). Cirkulär ekonomi. *Naturvårdsverket*. https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/EU-och-internationellt/EUs-miljooarbete/Cirkular-ekonomi/. [Hämtad 2018-04-24]

Palm, D., et al,. (2014). Towards a new Nordic textile commitment : Collection, sorting, reuse and recycling. *TemaNord*:540

Parisi, M,L,. Fatatella, B,. Spinelli D,. Pogni, A,. & Basosi, R. (2015). Environmental impact assessment of an eco-efficient production for coloured textiles. *Journal of Cleaner Production,*, Vol.108 (2015): 514-524

Pookulangara, S,. & Shephard, A. (2013). Slow fashion movement: Understanding customer perceptions – An exploratory study. Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.20(2): 200-206

Remy, N., Speelman, E., Swarts, S. (2016). Style that's sustainable: A new fast-fashion formula. *McKinsey & Company* https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula [Hämtad 2018-03-06]

Resta, B., Gaiardelli, P., Pinto, R,. & Dotti, S. (2016). Enhancing environmental management in the textile sector: An Organizational-Life Cycle Assessment approach. *Journal of Cleaner Production*, Vol.135: 620-632

Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A., (2012). *Research methods for business students.* 6:e uppl. New York : Pearson

Steffen, W,. Richardson,K., Rockström, J., Cornell, S., Fetzer, I., Bennett, E. & et al. (2015). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Sciencemag,* Vol. 347. Issue: 6223

Sveriges Konsumenter. (u.å). Materialskolan. Sveriges Konsumenter. http://www.sverigeskonsumenter.se/stilmedveten/kategorier/fakta/materialskolan/. [Hämtad 2018-04-25]

Thurén, T,. (2013). *Källkritik.* 3:e uppl. Stockholm : Liber AB

Thurén, T. & Strachal, G. (2011). *Källa: Internet*. 1:a uppl. Malmö: Gleerups Utbildning AB

Trost, J. (2010). *Kvalitativa Intervjuer,* 4:e uppl. Lund, Studentlitteratur AB

United Nation. (u.å). Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns. *United Nation*. http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/. [Hämtad 2018-02-12]

United Nation Development Program. (2016). *From the MDGs to sustainable development for all* [Rapport]. New York: United Nations Development Program

Watson, M,Z., Yan, R-N. (2013). An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers, *Journal of Fashion Marketing and Management: An*

International Journal, Vol. 17 Issue: 2: 141-159

World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future. New York, NY: Oxford University Press.

World Economic Forum. (2014). Towards the Circular Economy. [Rapport]. Geneva: World Economic Forum

Yin, R. K. (2003). Case Study Research; Design and Methods. SAGE Publications, Thousand Oaks, CA.

Appendix 1 - Intervjuguiden

Intervjufråga		Koppling till litteratur
Inledande frågor		
1.	Kan du ge oss en introduktion till företaget, både vad ni gör, er vision, mission samt värderingar?	-
2.	Berätta mer om din position i företaget och dina arbetsuppgifter?	-
Materialval		
3.	Vilka typer av material använder ni till era produkter?	European Environment Agency, 2016, s.10
4.	Hur ser ni till användningen av nya material kontra återvunnet material i era produkter?	European Environment Agency, 2016, s.10
5.	Hur ser ni till användningen av naturliga material kontra konstgjorda material i era produkter?	European Environment Agency, 2016, s.10
6.	Vilken sammansättning av textilmaterial har era produkter?	Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24
7.	Är materialets kvalité en aspekt ni tar hänsyn till vad gäller produktens planerade livslängd och hållbarhet? Om ja, vilka kriterier ska materialet uppfylla? Om nej, varför inte?	Clark, 2008, s.428
Produktdesign		
8.	Vad tar ni hänsyn till när ni designar era produkter?	European Environment Agency, 2016, s.26
9.	Är produktdesignen en aspekt ni tar hänsyn till vad gäller produktens planerade livslängd och förmåga att återvinnas? Om ja, på vilket sätt designas produkten för dessa kriterier? Om nej, varför inte?	European Environment Agency, 2016, s.26
10.	Vad är ert ställningstagande till säsongsneutrala produkter?	Fletcher, 2010, s.264

11.	Hur många kollektioner designar ni per år?	Fletcher, 2010, s.264
Produktion		
12.	Hur stor kvantitet väljer ni att producera av varje kollektion? Varför?	Fletcher, 2010, s.264
13.	I vilken utsträckning tar ni hänsyn till kvalitet av produkten i tillverkningsprocessen?	Fletcher, 2010, s.264
14.	Hur arbetar ni med resurser i er produktionsprocess såsom avfall, vatten, kemikalieanvändning och andra områden?	Ellen MacArthur Foundation, 2017, s. 23
15.	Vart är produktionen belägen?	Fletcher, 2010, s.264
Försäljning		
16	Vilken typ av försäljningsmodell använder ni inom företaget?	Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24
17.	Öppnar ni upp för alternativa tjänster för att förlänga produktens livslängd och utöka produktens användning? (Såsom reparation och uthyrning)	Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.24; European Environment Agency 2016, s.9
18.	Vilken prisbild har era produkter? Varför?	Clark, 2008, s.428
19.	Vad har ni för inställning och strategi kring lagerhållning?	Clark, 2008, s.428
20.	Vad har ni för inställning och strategi kring utförsäljning av varor i samband med introduktion av nya kollektioner/plagg?	Clark, 2008, s.428
Avfallshantering		
21.	Arbetar ni med insamling av klädesplagg? Om ja, på vilket sätt? Om nej, varför?	European Environment Agency, 2016, s.29; Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.25
22.	Arbetar ni med återvinning av klädesplagg? Om ja, på vilket sätt? Om nej, varför?	European Environment Agency, 2016, s.29; Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.25
Kommunikation		
23.	Hur arbetar ni med kommunikation och transparens i er värdekedja?	Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.23
24.	Arbetar ni utefter samma visioner och standarder i er värdekedja? Om ja, vilka är dessa? Om nej, varför?	Ellen MacArthur Foundation, 2017, s.23

Livslängd		
24.	Ser ni att era produkter har olika livslängder? Om ja, hur påverkar detta ert arbete? Om nej, varför?	Goldsworthy, 2017, s.1967
25.	Anpassar ni produktens livslängd med konsumentens användningslängd av produkten? Om ja, hur då? Om nej, varför inte?	Goldsworthy, 2017, s.1967
Avslutande fråga		
26.	Slutligen, är det något du tycker vi har glömt att fråga men som du anser vara väsentligt att belysa vad gäller ert företags arbetsprocess?	-



HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET

Företagsekonomi 901 87 Umeå 090 786 50 00 www.usbe.umu.se