

## **Förslag på tjänster utifrån resultatet från förstudien Hållbara affärsmodeller i klädhandeln**

Utifrån det material som samlats in inom ramen för förstudien Hållbara affärsmodeller i klädhandeln, och via en workshop som tidigare gjorts i projektet Karlstad delar föreslås i det här dokumentet frö till tjänster och koncept som skulle kunna öka andelen hållbara affärsmodeller.

De sammanhang som ingår i denna sammanställning är:

- **Workshop med skräddare, februari 2020**  
Inbjudna var lokala skräddare, personer som är intresserade av sömnad och återbruk, entreprenörer och andra intresserade. Totalt närvarade 18 personer.  
Syfte var att kartlägga vilka utmaningar och möjligheter deltagarna ser för att få fler att laga och reparera sina kläder.
- **Konsumentundersökning, 2021**  
12 intervjuer (nio kvinnor, tre män), Ca 15-65 år, från Karlstad, Hammarö, Forshaga och Grums.  
Syftet var att få en inblick i några konsumenters konsumtionsvanor, beteenden och attityder gällande kläder.
- **Workshoppar, mars 2021**  
Inbjudna var tjänstepersoner som jobbar med näringslivsutveckling eller miljöfrågor, skräddare, secondhand-aktörer, klädbutiksanställda och personer som driver cirkulära tjänster. Totalt närvarade 14 inbjudna personer: 8 personer på workshopen för Forshaga, Hammarö och Grums och 6 personer för workshopen för Karlstad.  
Syftet var att diskutera hur deltagarna vill att klädhandeln och cirkulära affärsmodeller ser ut i framtiden och vad som skulle behövas för att nå till den framtidsvisionen.
- **F/ACT Movement, september 2020-maj 2021**  
Nio deltagare från Karlstads kommun med omnejd deltog i det nationella projektet F/ACT Movement, som handlar om hållbart mode. Deltagarna hade köpstopp på nyproducerade kläder under nio månader för att istället testa second hand, hyra, byta, låna, reparera, men framför allt att aktivera sin egen garderob. Erfarenheter och reflektioner från träffar och gruppdiskussioner har använts som input till förstudien. En workshop hölls, där hinder som deltagarna upplevde finns för att fler ska handla mer

second hand, använda fler delningstjänster och laga mer hos skräddare diskuterades, samt även tjänster de testat.

- **Workshop med utgångspunkt från sammanställningen av insamlat material**

I maj 2020 hölls en workshop med inbjudna deltagare från Karlstads universitet, Konsumentverket, Innovation Park, och några inbjudna aktörer från klädhandeln och en delningstjänst. Under workshopen gick det material som hittills samlats in i förstudien igenom och låg sedan till grund för diskussioner om det fortsatta arbetet, och frö till förslag på tjänster togs fram.

## **Bakgrund**

Det finns en positiv attityd till cirkulära affärsmodeller men det behöver bli enklare att vara en cirkulär klädkonsument. Det finns i dagsläget många hinder, så som att det behövs ökad synlighet och tillgänglighet för de hållbara alternativ som finns. Särskilt skräddare upplevs särskilt osynliga. Det finns en efterfrågan på ett mer nischat och fräschare second hand-utbud och särskilda butiker för just kläder, där det är mer handplockade och utvalda kläder så som det finns i andra, ofta större städer. Att bli av med kläder som inte längre används upplevs ofta som krångligt.

Även de rådande normerna kring klädkonsumtion anses vara ett hinder. Det finns en önskan om att förändrade normer som förespråkar att laga plagg, använda delningstjänster och att köpa begagnat istället för att köpa fast fashion och att överkonsumera. Det anses också vara bra om statusen för skräddare, återbruk och remake höjs. Genom att utforma mer tillgängliga och attraktiva tjänster och koncept som fler använder kan både normer och status påverkas.

En röd tråd i det insamlade materialet är att olika typer av samarbeten anses vara en framgångsfaktor. Att företag och aktörer samarbetar med varandra skulle kunna ge lägre hyror, ett bredare utbud och bättre service. Det ses också behov av arenor där aktörer kan mötas för att diskutera utmaningar och lösningar, som till exempel nätverk, men också att de har någon slags gemensam plattform utåt.

Många förslag och synpunkter har framkommit under arbetet med förstudien, men två koncept utkristalliserar sig särskilt tydligt i det insamlade materialet när det gäller vad som efterfrågas. Dessa koncept innebär att ta in cirkulära affärsmodeller i de vanliga klädbutikerna och att samla cirkulära alternativ i en återbruksgalleria, och presenteras närmare nedan. Båda koncepten skulle kunna innebära möjligheter som gör att flera av de hinder som angetts i det insamlade materialet minskar eller försvinner.

## **Cirkulärt utbud i klädbutiker**

Utifrån beskrivningar av hinder för cirkulär konsumtion, lyfter många möjligheten att klädbutiker som säljer nyproducerade kläder även kan erbjuda second hand-plagg, hyrtjänster eller reparationer som komplement till det ordinarie sortimentet. Några stora klädkedjor har redan eller har testat

olika varianter av att ta in ta in cirkulära alternativ i sitt koncept, men i fristående mindre butiker är det inte så vanligt. Det kan vara ett smidigt sätt för handlare att bredda sin service och samtidigt testa cirkulära affärsmodeller, och det kan dessutom synliggöra hållbara konsumtionsalternativ och tjänster. Det finns ett behov av att ställa om klädhandeln, och detta kan vara en väg till att anpassa sig till ökade krav på hållbarhet.

Förslag på upplägg som inkommit är att butiker kan ta emot begagnade kläder för försäljning på kommission vilket dessutom skulle underlätta för konsumenter att cirkulera plagg de inte längre använder. Det skulle också kunna vara att samarbeta med en secondhand-butik och få utvalda kläder och sälja i ett särskilt sortiment, så som till exempel MQ Marqet har redan idag. Det skulle göra cirkulär konsumtion mer lättillgängligt för de som redan brukar handla second hand men också sänka tröskeln för att nya målgrupper ska ges tillfälle att prova dessa alternativ.

Att hyra ut kläder kan bli ett sätt för främst plagg för lite finare tillfällen som inte används så ofta att kunna utnyttjas av flera olika konsumenter. När det gäller att förlänga livslängden på plagg skulle samarbeten med skräddare kunna vara ett alternativ. Ett förslag som nämns är att en skräddare kommer till butiken en viss dag för att hjälpa kunder.

## **Återbruksgalleria**

Många förslag på samarbeten har diskuterats, vilket till exempel varit att dela lokaler som ett sätt att möta dyra hyror, eller att aktörer med cirkulära affärsmodeller ska ligga nära för att dra nytta av varandra och underlätta för konsumenterna.

En återbruksgalleria har nämnts av flera och var också ett av förslagen från den sista workshopen där det insamlade materialet från förstudien bearbetades. Där skulle nischade secondhand hand butiker kunna samlas och reparatörer av olika slag finnas tillgängliga.

Att placera en återbruksgalleria centralt skulle också kunna bidra till att höja statusen för cirkulära affärsmodeller vilket i sin tur kan påverka konsumtionsnormer, och få second hand-köp, remake och reparationer att bli ett vanligare förekommande beteende hos konsumenterna. Det finns också en fördel med att det lättare går att nå nya målgrupper. Om en återbruksgalleria skulle ligga allt för avsides riskerar det i störst utsträckning locka de som redan vana cirkulära konsumenter. Det kan också leda till att många åker bil dit, vilket äter upp delar av den minskade klimatpåverkan som cirkulär konsumtion innebär.

En återbruksgalleria skulle också bli en gemensam fysisk mötesplats med stora möjligheter för samarbeten och samverkan, vilket skulle kunna öka cirkulära aktörers konkurrenskraft. Genom detta skulle cirkulära aktörer jobba mer tillsammans i ett ekosystem istället för som solitärer. Det kan bli en tillgänglig mötesplats där nya beteenden kan boostas. En galleria skulle också kunna ha mötesplatser med möjlighet att hålla kurser och workshops och tillhandahålla utrustning för att konsumenter kan

lära sig att laga eller remakea. På så sätt kan de ska öka sin kunskap och förståelse för möjligheterna för och vikten av att förlänga plaggs livslängd.

Gallerian kan också bli en del av ett levande centrum, där Karlstad har möjlighet att vara en förebild som visar på framtidens mer hållbara konsumtion, men det blir viktigt hur det förpackas så att det känns coolt, snyggt, trendigt. Även att ta in andra typer av service som till exempel ett fik för att göra besöket mer till en upplevelse nämns också.