

Vejen til et tøjforbrug med mindre miljø- og klimaaftryk

salling fondene

 **NORION**
CONSULT

FORBRUGERRÅDET
 **tænk**

Rapporten er udarbejdet på baggrund af projektet 'Sammen mod tøjspild - vejen til et tøjforbrug med mindre miljø- og klimaaftryk' i december 2022. Projektet er støttet af Salling Fondene.

Projektets advisory board har bestået af:

- **Betina Simonsen**, Lifestyle & Design Cluster
- **Charlotte Louise Jensen**, Adfærdsanalytiker, CONCITO
- **Else Skjold**, Det Kongelige Akademi
- **Jette Radich**, Salling Group
- **Julie Bundgaard**, SDU
- **Marie Busck**, Dansk Mode & Textil
- **Marie Josephine Mustelin**, Dansk Erhverv
- **Markus Hatting**, Tekstilrevolutionen
- **Tanja Gotthardsen**, Continual
- **Signe Vallebo**, Miljøministeriet, Cirkulær Økonomi

Rapportens analyser, modeller og grafik er udarbejdet af NORION Consult for Forbrugerrådet Tænk.

Rapporten må citeres med tydelig henvisning til Forbrugerrådet Tænk.

YouGov har gennemført spørgeskemaundersøgelsen, der ligger til grund for den kvantitative analyse og skal angives som kilde ved offentliggørelse af kvantitativ data. Ved pressemeddelelser skal dette ske i henhold til reglerne fra ESOMAR, hvorfor en tekst som følger skal inkluderes: "Undersøgelsen er gennemført af analyseinstituttet YouGov. Der er i alt gennemført 2004 CAWI-interview med danskere i alderen 25-50 år, i perioden 20. maj - 1. juni 2022".



Når forbrugerne køber, bruger og bortskaffer tøj, har det indflydelse på klima, miljø og biodiversitet. Forbrugerrådet Tænk har i flere år sat fokus på tøjspild, som er alt det tøj, der ikke bliver brugt fuldt ud. I 2022 intensiverede vi indsatsen med et nyt projekt, der samler aktører i tekstilsektoren om at sætte endnu mere fokus på tøjspild hos forbrugerne, tekstilbranchen og myndighederne.

Projektet Sammen Mod Tøjspild, venligst finansieret af Salling Fondene, har analyseret barriererne for at gøre tøjspildet mindre og set på løsninger, der gør det nemmere for forbrugeren at mindske deres tøjspild. Forbrugerrådet Tænk har indsamlet viden i samarbejde med NORION Consult, der har gennemført kvantitative og kvalitative analyser, samt med et advisory board.

Et advisory board bestående af førende eksperter på området har været med til at tilrettelægge analyserne og kvalificere

resultaterne, ligesom de har givet input til anbefalingerne. Stor tak til alle medlemmerne af advisory boardet for utrolig kompetent sparring og hjælp undervejs i projektet.

Projektets analyser viser, at størstedelen af de danske forbrugere er bekymrede for miljøet og klimaet og fortæller, at de tager hensyn til det i deres forbrug. Viljen er der altså. Men på samme tid oplever forbrugerne også mange barrierer, der gør, at de har svært ved at undgå tøjspild.

Forbrugerne kan og skal ikke redde verden alene – heller ikke når det kommer til tøjspild. Men vi forbrugere er med vores daglige valg med til at skubbe til den forandring, der skal skabe den grønne omstilling. Derfor er forbrugeroplysning vigtig. Vejledning og oplysning skal dog ikke have karakter af løftede og udskammende pegefingre, men hjælpe til, at det bliver nemt og attraktivt at bidrage til den grønne omstilling. Derfor er det

vigtigt, at initiativer til at mindske tøjspild tager udgangspunkt i forbrugernes virkelighed. Forbrugerne vil gerne gå i en mere bæredygtig retning, men rammerne skal skabes politisk, og løsninger skal skabes på tværs af aktører. Allerede i design og produktudvikling lægges der for eksempel afgørende parametre for tøjets livscyklus, brug og mulighed for genanvendelse.

Nærværende analyse sætter tal og ord på en del af de barrierer og den virkelighed forbrugerne oplever. God læselyst!

Anja Philip,
formand for Forbrugerrådet Tænk



Indhold

- 5. Om projektet 'Sammen mod tøjspild'
- 10. Metode
- 18. Den ideelle adfærd
- 20. Mønstre i informanternes forhold til tøj
- 28. Køb af nyt tøj
- 40. Køb af brugt tøj fremfor nyt
- 47. Yndlingstøj som passer godt og holder længe
- 60. Lån og leje af tøj
- 63. Brug af det tøj, vi har
- 74. Vask og vedligeholdelse
- 80. Reklamere, reparere og tilpasse
- 86. Videregiv og bortskaf ansvarligt
- 99. Sælg eller giv tøjet videre
- 102. Genbrug og genanvendelse
- 107. Opsummering

Om projektet 'Sammen mod tøjspild'

Inden for europæisk husholdning repræsenterer tekstilproduktionen det fjerdestørste forbrug af råmaterialer og er på top fem over sektorer, der udleder flest drivhusgasser. Siden 1975 er den globale produktion af tekstilfibre tredoblet og forbruget af tøj og sko forventes at stige med yderligere 63 procent frem til år 2030.

Tallene taler altså deres tydelige sprog, og det er bydende nødvendigt, at vi alle tager et opgør med den voldsomme og stigende overproduktion- og forbrug af tøj, der bidrager negativt til miljø- og klimaændringer.

Overproduktion af tøj skyldes flere faktorer: Fast fashion med talrige årlige kollektioner, at tøj sælges billigt grundet produktion uden for EU, tøjets kvalitet og holdbarhed er blevet ringere og så er velstanden øget hos forbrugeren. Prisen på tøj er faldet med 30 procent siden 1996 i forhold til inflationen, og forbruget er i samme periode steget 40 procent.¹

Der skal fortsat produceres og sælges nyt tøj, og vi skal fortsat kunne glæde os over nye trends og tendenser. Men der er brug for at bremse tøjspildet. Tøjet skal bruges længere tid af forbrugerne, og materialerne skal i langt højere grad recirkuleres. På trods af et stigende fokus de senere år på tekstilproduktionen og dens følger, har tøjspild og overproduktion ikke stået højt på dagsordenen.

Der er dog momentum i øjeblikket til at gentænke tøjforbrug – både blandt forbrugere, politikere, vidensinstitutioner og erhvervslivet.

EU har i 2022 vedtaget en strategi for bæredygtige og cirkulære tekstiler, ligesom der er regler og retningslinjer på vej om krav til dokumentation af grønne påstande.²

Langt størstedelen af de danske forbrugere udtrykker, at de går op i bæredygtighed og tager hensyn til bæredygtighed i deres købsbeslutningsproces³. For at opnå et mere bæredygtigt tøjforbrug er der behov for, at

forbrugerne får en bedre forståelse af, hvordan de kan reducere deres forbrug, forlænge tøjets brugsfase og vedligeholde tøjet bedre.⁴

Der mangler dog fokus på initiativer der hjælper forbrugere med at reducere tøjspild, og der er ligeledes meget lidt viden om forbrugeradfærd og tøj, såvel i Danmark som i resten af verden. Det er derfor tydeligt, at der er behov for mere fokus på at engagere forbrugere i tøjspildsdagsordenen og give forbrugeren redskaber, kompetencer og handlemuligheder, der reducerer tøjspild.

¹ European Environmental Agency, Textiles in Europe's circular economy, 2019

² [EU strategy for sustainable and circular textiles](#) og [Initiative on substantiating green claims](#)

³ Sustainable Brand Index 2022: DK Official Report

⁴ European Environmental Agency 2019: Textiles in Europe's circular economy

Forbrugeren af tøj og tøjets negative belastninger kan blive mere bevidst, men forbrugernes indsats kan og skal ikke stå alene. Der er behov for strukturelle rammer, der gør det nemmere at reducere tøjspild.

Forbrugerrådet Tænk har igangsat flere initiativer mod tøjspild. I efteråret 2020 lancerede Forbrugerrådet Tænk kampagnen Tøjet længe leve. Her samlede Forbrugerrådet Tænk en alliance, hvor mere end 30 aktører gik sammen om at opfordre miljøministeren til at komme med en national handlingsplan for mindre tøjspild. Blandt andet bakkede modebranchen, forskere, organisationer og aktører op om initiativet. Kampagnen havde gode resultater med at engagere forbrugere på Facebook og Instagram.

Forandringer skabes, når der løftes i flok. Der er et stigende fokus på nødvendigheden af at nedsætte aftrykket fra forbruget af tøj og sko, blandt politikere og i civilsamfundet. Vi hører fra tøjbranchen, at de gerne vil gøre en indsats, og vi ved, at forbrugere også er ved at blive mere bevidste om belastningen fra tøjforbrug, men det er en dagsorden, der kalder på øget synlighed og handling. Der er imidlertid behov for mere viden, for at der kan laves rigtige og målrettede adfærdsændrende indsatser, der bidrager til at minimere tøjspildet til gavn for klimaet og miljøet.

Det er baggrunden for, at Forbrugerrådet Tænk søsatte projektet 'Sammen mod tøjspild' støttet af Salling Fondene.

Projekt 'Sammen mod tøjspild – vejen til et tøjforbrug med mindre miljø- og klimaaftryk' skal skabe fundamentet for, at Forbrugerrådet Tænk kan igangsætte konkrete adfærdsændrende tiltag samt engagere og inspirere virksomheder og andre organisationer til at igangsætte tiltag, der gør det nemmere for forbrugere at reducere miljø- og klimaaftrykket af deres tøjforbrug.

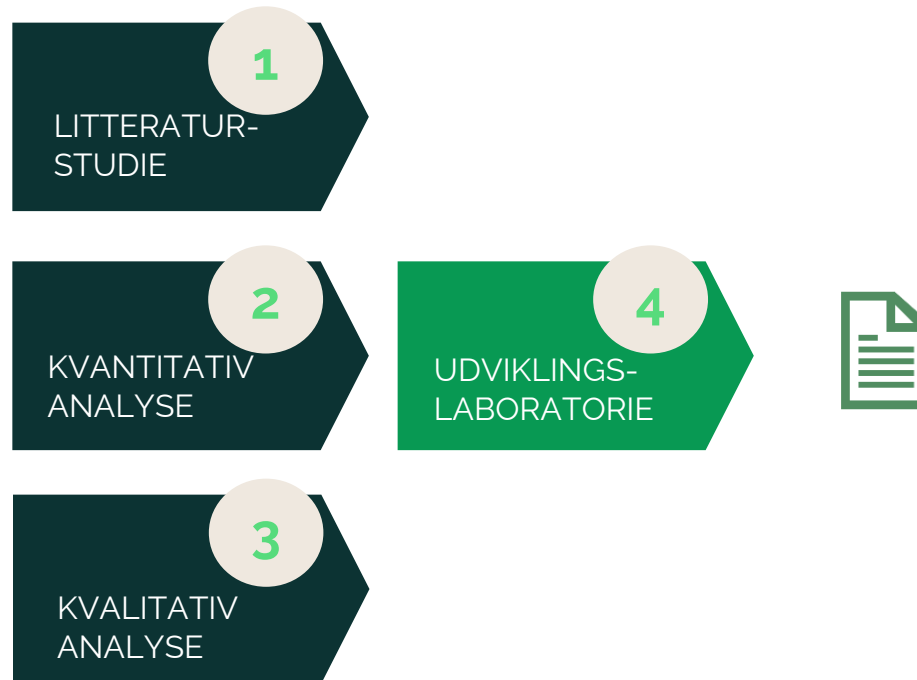
Projektaktiviteter

Projektet består af følgende tre dele:

- 1. Analyse og indsamling af viden:** Dybdegående analyse af væsentligste barrierer for at fremme en adfærd blandt forbrugere, der mindsker tøjspild. Analyserne afdækker forbrugernes motivation, evner og muligheder for at reducere tøjspild. De skaber dermed grundlag for at udvikle de indsatser, der giver det største udbytte. Der er gennemført et litteraturstudie, en kvantitativ analyse og en kvalitativ analyse. I denne opsamlende rapport præsenteres resultaterne fra analyserne.
- 2. Udviklingslaboratorie:** På et udviklingslaboratorie har resultaterne fra analyserne ligget til grund for øvelser, hvor branche, civilsamfund og andre relevante aktører sammen har udviklet anbefalinger og ideer til nye indsatser, der gør det nemmere for forbrugere at reducere tøjspild.
- 3. Formidling:** Formålet er at formidle de indsigter, ideer og anbefalinger, som er skabt i projektet samt sætte

samfundsdagsordenen for, hvordan man kan arbejde med at reducere tøjspild. Analyseresultater og anbefalinger præsenteres på en konference den 23. februar 2023.

Undervejs har advisory boarded kommet med gode input til at kvalificere analyse og anbefalinger.



Målgruppe

For at sikre, at analysen giver dybdegående valide indsigter i de væsentligste barrierer for at mindske tøjspild, har det været nødvendigt at afgrænse målgruppen. Der er derfor fokuseret på følgende to livsfaser:

Voksne efter endt uddannelse: Gruppen har en vis erfaring med at købe tøj allerede, og livsførelsen vil overordnet være relativt stabil. Forbruget af tøj knytter sig i denne målgruppe ofte til at tilpasse garderoben til et nyt job, måske ny kæreste og relationer.

Voksne med hjemmeboende børn:

Tøjforbruget for voksne med hjemmeboende børn omfatter ofte også børnenes tøjforbrug. Endvidere har det at have hjemmeboende børn en stor påvirkning på forbrugsadfærden, da det for manges vedkommende udfordrer ønsket om at tage sig tid til at træffe det bevidste forbrugsvalg.

Målgruppen har været danskere i alderen 25-50 år med og uden børn.



Voksne efter
endt uddannelse



Voksne med
hjemmeboende
børn

Metode

Analyse 1: Litteraturstudiet

Den nyeste viden om henholdsvis danskernes tøjforbrug samt tekstilforbrugets miljømæssige påvirkning blevet afdækket gennem et litteraturstudie. Denne viden danner grundlaget for de kvantitative og kvalitative analyser. Udvalgte indsigter fra litteraturstudiet er angivet i denne rapport.

Kilder anvendt i litteraturstudiet

Kilder med hovedfokus på anskaffelsesfasen

- **Angharad McLarena, Helen Goworekb, Tim Coopera, Lynn Oxborrowa, Helen Hilla:** The effect of consumer attitudes on design for product longevity: The case of the fashion industry (2016)
- **Concito:** Deleøkonomiens klimapotentiale (2015)
- **Dansk Mode & Tekstil:** Bæredygtighed blandt forbrugerne i modebranchen (2022)
- **European Environment Agency:** Textiles and the environment: the role of design in Europe's circular economy (2022)
- **European Environment Agency:** Textiles in Europe's circular economy (2019)
- **Ellen Macarthur Foundation:** A New Textiles Economy: Redesigning Future Fashion (2018)
- **Else Skjold & Johanne Stenstrup:** Klæd dig bedre (2020)
- **Else Skjold et al:** Take-back of Textiles – Design for Circularity in Denmark (2021)
- **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:** His mother's dress - Growth in the number of clothes (2015)
- **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:** Billige og dårlige klær - få klager (2017)
- **Köhler A., Watson D., Trzepacz S., Löw C., Liu R., Danneck J., Konstantas A., Donatello S. & Faraca G.:** Circular Economy Perspectives in the EU Textile sector. (2021)
- **M. G. McEachern, D. Middleton & T. Cassidy:** Encouraging Sustainable Behaviour Change via a Social Practice Approach (2020)
- **Sunday C. Eze & Adenike O. Bello:** Factors Influencing Consumers Buying Behaviour within the Clothing Industry (2016)

Metoden er udviklet af NORION Consult for Forbrugerrådet Tænk med input fra Sammen mod tøjspild advisory board.

Kilder med hovedfokus på brugsfasen:

- **Jensen, C.L. og Friis, F.:** Eksperimenter med at reducere vores hverdagsforbrug - Erfaringer med at udfordre vaske- og varmekonsum i hjemmet (2019)
- **Kate Fletcher & Ingun Grimstad Klepp:** Opening Up the Wardrobe (2017)
- **Kirsi Laitala & Casper Boks: Sustainable clothing design:** Use matters (2012)
- **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:** Klesforbruk i Norge (2016)
- **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:** Shared use and owning of clothes: borrow, steal or inherit (2018)
- **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:** Klær og miljø: Innkjøp, gjenbruk og vask (2020)
- **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:** Clothing Longevity: The Relationship

Between The Number of Users, How Long and How Many Times Garments are Used (2021)

- **Kirsi Laitala, Ingun Grimstad Klepp, Vilde Haugrønning, Harald Throne-Holst & Pål Strandbakken:** Increasing repair of household appliances, mobile phones and clothing: Experiences from consumers and the repair industry (2021)
- **Kruschwitz, A.;** Karle, A.; Schmitz, A.; Stamminger, R.: Consumer laundry practices in Germany (2014)
- **Sophie Woodward:** Why women wear what they wear (2007)
- **UK WRAP:** Clothing Behaviours During COVID-19 Lockdown (2020)

Kilder med hovedfokus på bortskaffelsesfasen:

- **David Watson, Steffen Trzepacz og Ole Gravgård Pedersen:** Kortlægning af tekstilflows i Danmark (2018)
- **Morley, N., Bartlett, C., & McGill, I.:** Maximising Reuse and Recycling of UK Clothing and Textiles (2009)
- **UK WRAP:** Consumer Research for ECAP 2016-2019 (2019)
- **UK WRAP:** Valuing our clothes: The true cost of how we design, use and dispose of clothing (2012)

Analyse 2: Den kvantitative undersøgelse

Den kvantitative undersøgelse består af et spørgeskema på 25 spørgsmål. YouGov har stået for at udsende spørgeskemaet og indhente besvarelser. Undersøgelsen er besvaret af over 2.000 respondenter, som på tværs af en række baggrundsvariable (se liste til højre) er repræsentative for danskere i alderen 25-50 år jævnfør Danmarks Statistiks ideal.

I undersøgelsen er der spurgt til tematikker inden for både anskaffelses-, brugs- og videregivelsesfasen. Resultater fra den kvantitative analyse fremgår i denne rapport. Hvor det er relevant, sammenholdes resultaterne med andre undersøgelser identificeret i litteraturstudiet.

BAGGRUNDSVARIABLER

- Køn
- Alder
- Region
- Urbaniseringsgrad
- Personlig indkomst
- Husstandens indkomst
- Beskæftigelse
- Uddannelse
- Sociale medier
- Familiens livscyklus
 - Før familie (uden børn)
 - Ung familie (yngste barn 0-6 år)
 - Voksen familie (yngste barn 7 år eller ældre)
 - Erhvervsaktive uden hjemmeboende børn (fra 46 år)
 - Pensionister/ikke-erhvervsaktive uden hjemmeboende børn (fra 46 år)

Analyse 3: Den kvalitative analyse

I den kvalitative undersøgelse afholdtes to timers feltbesøg og dybdegående interview hjemme hos 15 forskellige informanter (udvalgt blandt 130 interesserede).

De 15 informanter er udvalgt ud fra en fordeling i køn (7 mænd og 8 kvinder), alder (27-52 år), med og uden hjemmeboende børn, fra en kommune på Sjælland, samt rekrutteret på baggrund af at være 'hyppige shoppere' (det vil sige minimum køb af 1 stykke tøj per måned i gennemsnit) ud fra en formodning om, at der blandt hyppige shoppere er mere tøjspild, og at besøg blandt dem ville give mere indsigt herom.

Formålet med feltbesøgene var at få indsigt i de største barrierer og hverdagsdilemmaer i forhold til at anskaffe med omtanke, bruge og vedligeholde tøj og bortskaffe/videregive ansvarligt. Feltbesøgene var struktureret ud fra en feltguide med et indledningsvist interview om informanten og dennes forhold til tøj, efterfulgt af en 'grand tour' tøjagt. Under

tøjagten blev informanten stillet en række garderobeøvelser og uddybende spørgsmål.

Gennem garderobeøvelserne blev de 15 informanters klædeskab gennemgået: de fandt deres yndlingstøj frem, fik 3 minutter til at finde tøj de ikke bruger, kategoriserede strandet tøj mm. Slutteligt for feltbesøget var en snak om potentialer for mere ideel tøjadfærd. Med en række hvad-nu-hvis-kort prioriterede og reflekterede informanterne over potentialer for at ændre deres tøjadfærd på forskellige punkter. Det gjaldt eksempelvis "Hvad-nu-hvis du forærede det tøj væk, du ikke bruger, for eksempel til venner eller familier? Eller gav det til genbrug?". Disse kort gav indsigt i, hvilke barrierer og potentialer der er på forskellige punkter for ideel tøjadfærd.



RAMMESÆTNING UNDER INTERVIEW: FORSØG PÅ AT IMØDEKOMME TØJSKAM OG BIAS

I introduktionen til interviewet blev der over for informanterne gjort meget ud af ikke at gøre det skamfuldt eller svært at vise og tale om tøj. Dette for at gøre interviewsituationen afslappet og mindske eventuel tøjskam og ubehag samt forebygge et underliggende ønske om at fremstå på særlige måder.

Uddrag fra feltguide: introduktion til interview:

"Vi håber, du vil svare så ærligt som muligt; vi og Forbrugerrådet Tænk vil gerne høre det frit fra leveren, og du kan ikke sige noget forkert.

Jeg kan afsløre, at jeg selv blev lidt overrasket, da jeg derhjemme i min egen garderobe med inspiration i det her projekt opdagede, hvor meget tøj jeg har liggende, som jeg aldrig bruger....

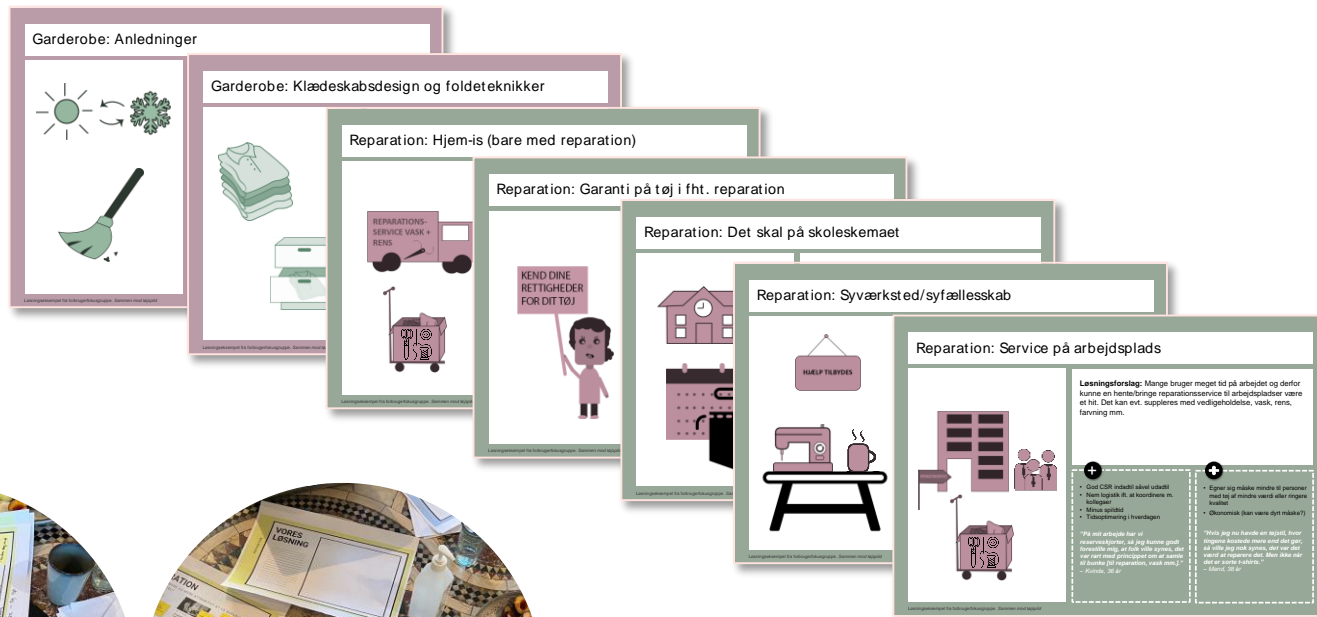
Det er relevant at nævne, at informanternes beskrevne købsadfærd er baseret på deres egen oplevelse af, hvor tit og hvor meget tøj, de køber. De kan givetvis have et større (eller mindre) tøjforbrug i virkeligheden.

Dette har dog ikke væsentlig betydning for analysen, og der er taget forbehold for sådanne bias i såvel interviewsituationen som analyseprocessen. Adfærdsforskning viser, at mennesker er notorisk dårlige til at forudsige og vurdere egen reel adfærd. Mennesker overvurderer generelt, hvor gode de er. Derfor blev interviewet tilrettelagt sådan, at der først blev spurgt om potentialer til allersidst, efter at have set informantens garderobe og tøj, dykket ned i eksempler på reel adfærd og spurgt uddybende ind til barrierer, erfaringer, holdninger osv. Barriererne for ideel adfærd har fået lov at fylde meget i såvel interview som analyse, hvorimod potentialerne særligt er blevet identificeret i samarbejde med advisory boardet og udviklingslaboratorierne, der blev afholdt d. 14. november 2022.

Den kvalitative analyse bygger oven på litteraturstudiet og den kvantitative analyse, der er foretaget tidligere i projektet.

Fokusgruppe og udvikling af forbrugerdesignede løsninger

Efter feltbesøgene deltog 5 af de besøgte informanter i et kvalitativt fokusgruppelinterview hos Forbrugerrådet Tænk. Formålet var at dykke dybere ned i potentialer for ideel tøjadfærd set fra forbrugernes eget perspektiv. Der blev arbejdet med potentialer indenfor reparation, favoritkøb og garderobevaner og -systemer med udgangspunkt i generative idéudviklingsmetoder. Input blev dokumenteret til brug for kvalificering af indsigter og videreudvikling af løsninger. De udviklede løsningsidéer blev blandt andet medbragt på udviklingslaboratoriet.



Udviklingslaboratorie



På et udviklingslaboratorie afholdt hos Forbrugerrådet Tænk den 14. november 2022 deltog mere end 40 aktører på tværs af branchen. Her blev indsigter fra projektet præsenteret, og sammen med aktørerne udvikledes idéer til anbefalinger og tiltag mod tøjspild.

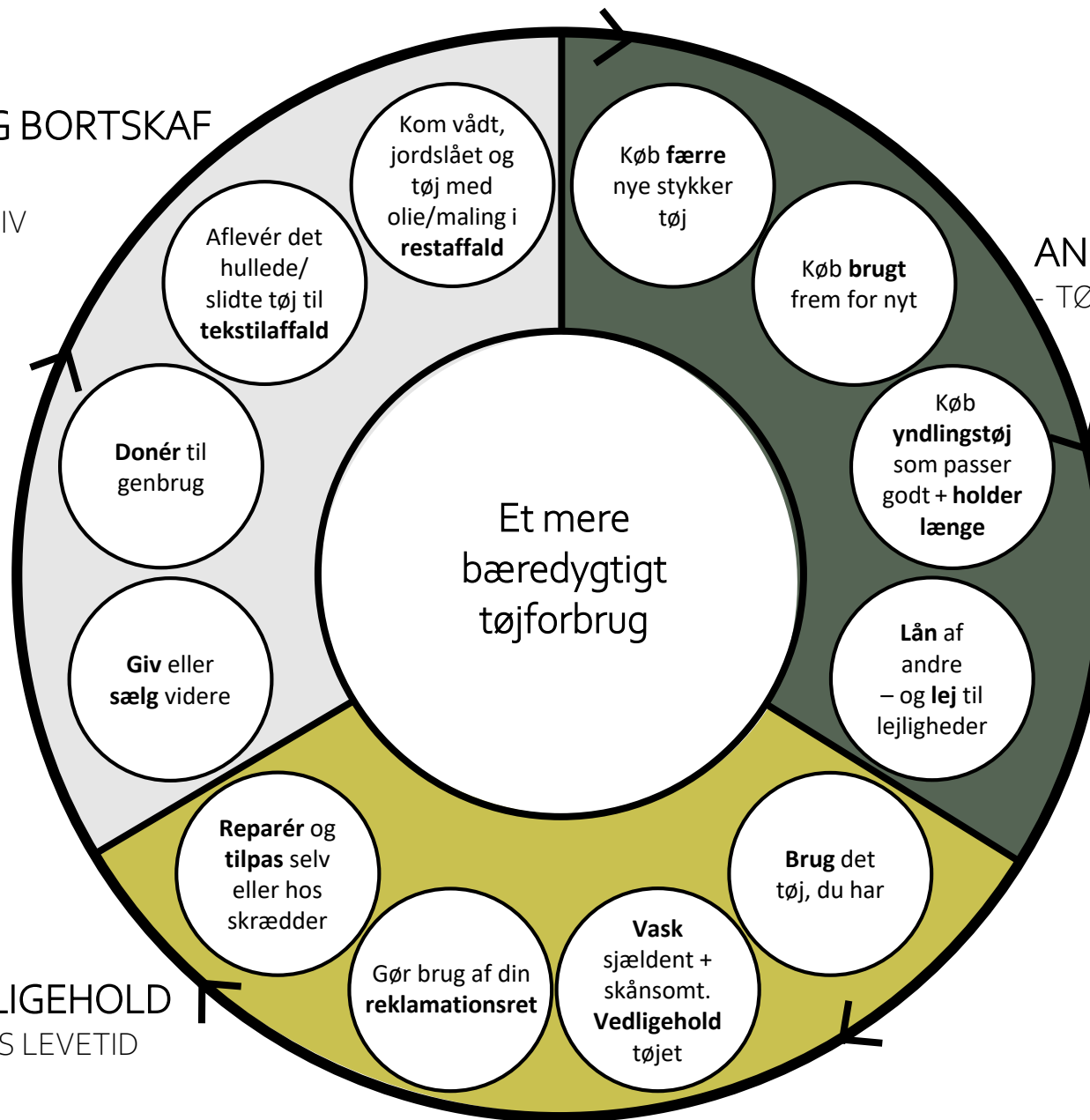


Den ideelle adfærd

Hvad er ideel adfærd for at mindske tøjspild?

VIDEREGIV OG BORTSKAF ANSVARLIGT

- GIV TØJET NYT LIV



ANSKAF MED OMTANKE

- TØJ, SOM GLÆDER LÆNGE

Det er denne adfærd, der er den ønskede og ideelle i forhold til at reducere tøjspild. Barrierer og potentialer for denne ønskede og ideelle adfærd har været fokus for analyserne i projektet.

Figur: NORION Consult

Mønstre i informanternes forhold til tøj

Fra den kvalitative analyse suppleret med data fra den kvantitative analyse

Tøj betyder noget meget forskelligt for forskellige informanter

Informanterne har forskellige tilgange til tøj; de er samlere eller minimalister, sentimentale eller pragmatiske, har stor tøjglæde eller -skam. Nogle har en meget funktionel tilgang til tøj, har svært ved at sætte ord på deres forhold til tøj og forholder sig meget sjældent aktivt til dét, de har på.

Informanternes købsadfærd er også meget forskellig i forhold til hyppighed, mængde, hvorvidt man køber genbrug, grad af onlineshopping mm.

På trods af at informanterne er udvalgt ud fra, at de shopper hyppigt (gennemsnitligt 1 gang per måned), er det altså meget forskelligt, hvad der driver dette tøjforbrug og hvilke følelser, betydninger og identiteter, de tillægger tøj.

Dette er et væsentligt opmærksomhedspunkt, fordi det betyder, at man skal have mange forskellige målgrupper for øje, når man skal udvikle kampagner eller informationsmateriale om tøj til forbrugerne.

"Tøj betyder rigtig meget. Jeg rydder altid op i det, og jeg synes, at det er sjovt. Det er også derfor, jeg har følelser omkring det. Det er en forlængelse af min personlighed."

Kvinde, 28 år

"Jeg er ikke en der går meget op i tøj normalt, jeg er ikke en, der bruger meget tid foran spejlet osv. Jeg tænker over det sådan meget praktisk, og ikke hvordan jeg sådan ser ud, så længe jeg bare ikke stikker for meget ud i den anden ende"

Mand, 48 år

Ideel tøjpraksis vokser ikke automatisk ud af miljøbevidsthed

Det er ikke alle informanter (eller forbrugere generelt), der går op i og motiveres af bæredygtige valg. Dette så vi i den kvalitative analyse som eksemplificeret i citaterne til højre. Vi så også i den kvantitative analyse, at 42 procent svarede at de "i høj grad" eller "i meget høj grad" er bekymrede for klimaet. Hvis vi også inkluderer dem, der "i nogen grad" er bekymrede, er det i alt 82 procent, der er bekymrede for klimaet. Dette er et højt tal, som stiger i takt med, at der kommer mere fokus på klimaforandringer.

Samtidig ser vi dog, at en mere ideel tøjpraksis med mindre tøjspild ikke nødvendigvis hænger sammen med graden af, hvor meget man går op i bæredygtighed eller er bekymret for klimaet. I det kvalitative studie oplevede vi, at nogle af dem, der havde den mest ideelle adfærd i forhold til tøjforbrug, ikke gik ret meget op i bæredygtighed. Her var det mere økonomiske hensyn eller mangel på interesse for tøj, der betød, at informanten ikke havde et stort forbrug. Samtidig var nogle af dem, der gik

mest op i bæredygtighed, også blandt dem, der købte mest nyt tøj.

Dette er et vigtigt opmærksomhedspunkt, når man skal lave indsatser mod tøjspild; både fordi bekymring for klimaet ikke nødvendigvis oversættes til en mere ideel adfærd i forhold til tøjspild, og fordi mindre tøjspild ikke nødvendigvis motiveres af argumenter om klima og miljø.

Mens 87 procent af respondenterne angiver, at de forbruger med hensyn til miljø og klima, så angiver kun 9 procent af respondenterne 'ansvarlig produktion' som et afgørende parameter ved seneste køb af tøj. Samtidig skiller 'ansvarlig produktion' sig ud som det parameter, som flest ikke forholder sig til (19%) ved et tøj køb (se resultater af kvantitativ analyse).

En bevidsthed om miljø og klima kan således være svært at oversætte til sit tøjforbrug.

"Man kan ikke redde verden alene. Og det er også lidt sådan, jeg har det i den måde, jeg handler på. Så tænker jeg ikke, at det gør noget, om jeg køber et par cowboybukser, eller jeg ikke gør. Jeg tænker ikke, det gør den store forskel, hvad jeg gør"

Mand, 38 år

"Jeg tænker også, at der er mange nuancer i det her med bæredygtighed og tøj, når det skal hænge sammen i hverdagen. Sådan er det jo også med andre ting, for eksempel med affaldssortering, hvor man heller ikke altid kan gøre det rigtigt"

Kvinde, 32 år

"Jeg køber cirka tøj hver anden måned, og jeg kunne godt tænke mig, at det var meget mere, men det er bare for dyrt"

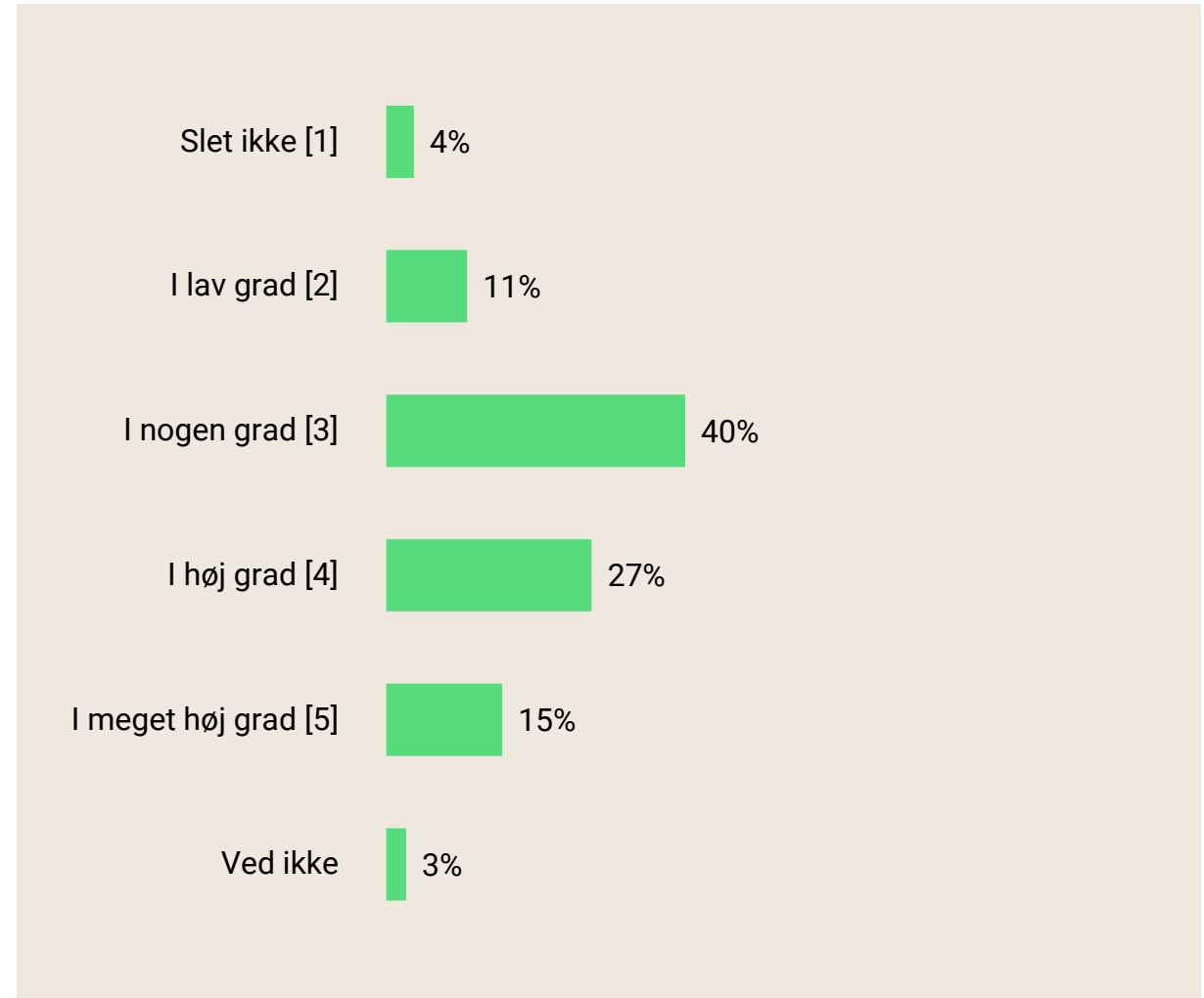
Kvinde, 36 år

I hvilken grad er du bekymret for miljøet og klimaet?

42 procent er "i høj grad/meget høj grad" bekymret for klimaet. Hvis vi også inkluderer dem, der "i nogen grad" er bekymrede, er det i alt 82 procent, der er bekymrede.

Signifikant

- **Køn:** Kvinder er i højere grad bekymrede end mænd
- **Alder:** Den yngre gruppe er en lille smule mere bekymrede
- **Urbaniseringsgrad:** Dem fra Hovedstaden er i højere grad eller meget høj grad bekymret (49 procent vs. 43 procent total) end dem, der bor i små byer (som er mindre bekymrede end gennemsnittet)
- **Indkomst:** Dem i den lave ende er mere bekymrede
- **Beskæftigelse/uddannelse:** Studerende og dem med lang uddannelse er mere bekymrede

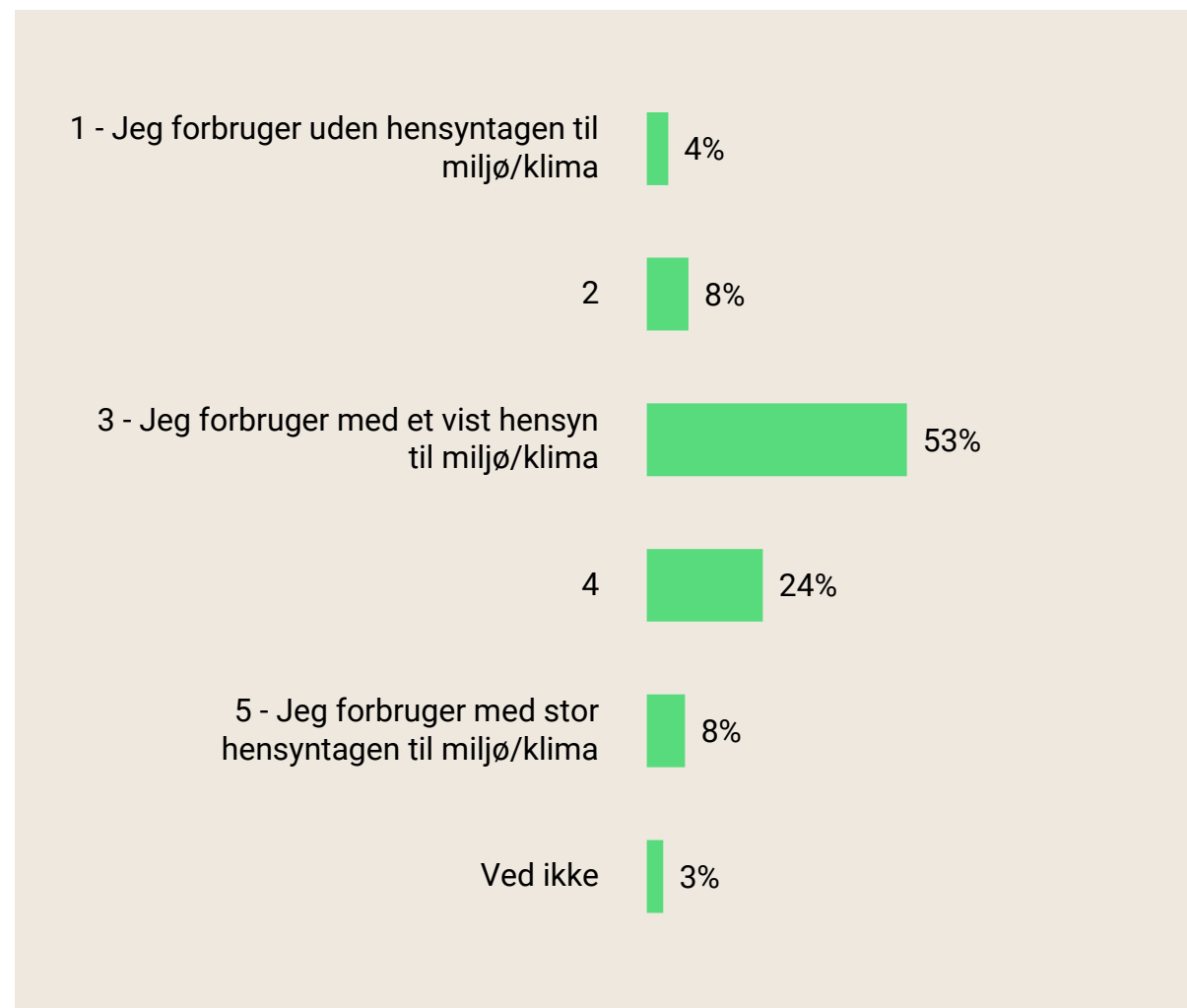


Hvad betyder klima og miljø for dig i forhold til dit generelle forbrug?

87 procent af respondenterne angiver, at de forbruger med et hensyn til miljø og klima (svarmulighed 3-5). Meget få (12 procent) angiver, at klima og miljø ikke betyder noget i deres forbrug (svarmulighed 1 og 2).

Signifikant

- **Urbaniseringsgrad:** Hovedstadsområdet tager mere hensyn, bymæssig bebyggelse under 10.000 indbyggere tager mindre hensyn
- **Beskæftigelse/uddannelse:** Lang uddannelse tager mere hensyn, studerende tager mere hensyn



Da du senest købte et stykke tøj til dig selv eller et andet medlem i husstanden, hvor let eller svært var det at vurdere følgende? - Hvorvidt tøjet var produceret ansvarligt med hensyn til klima og miljø

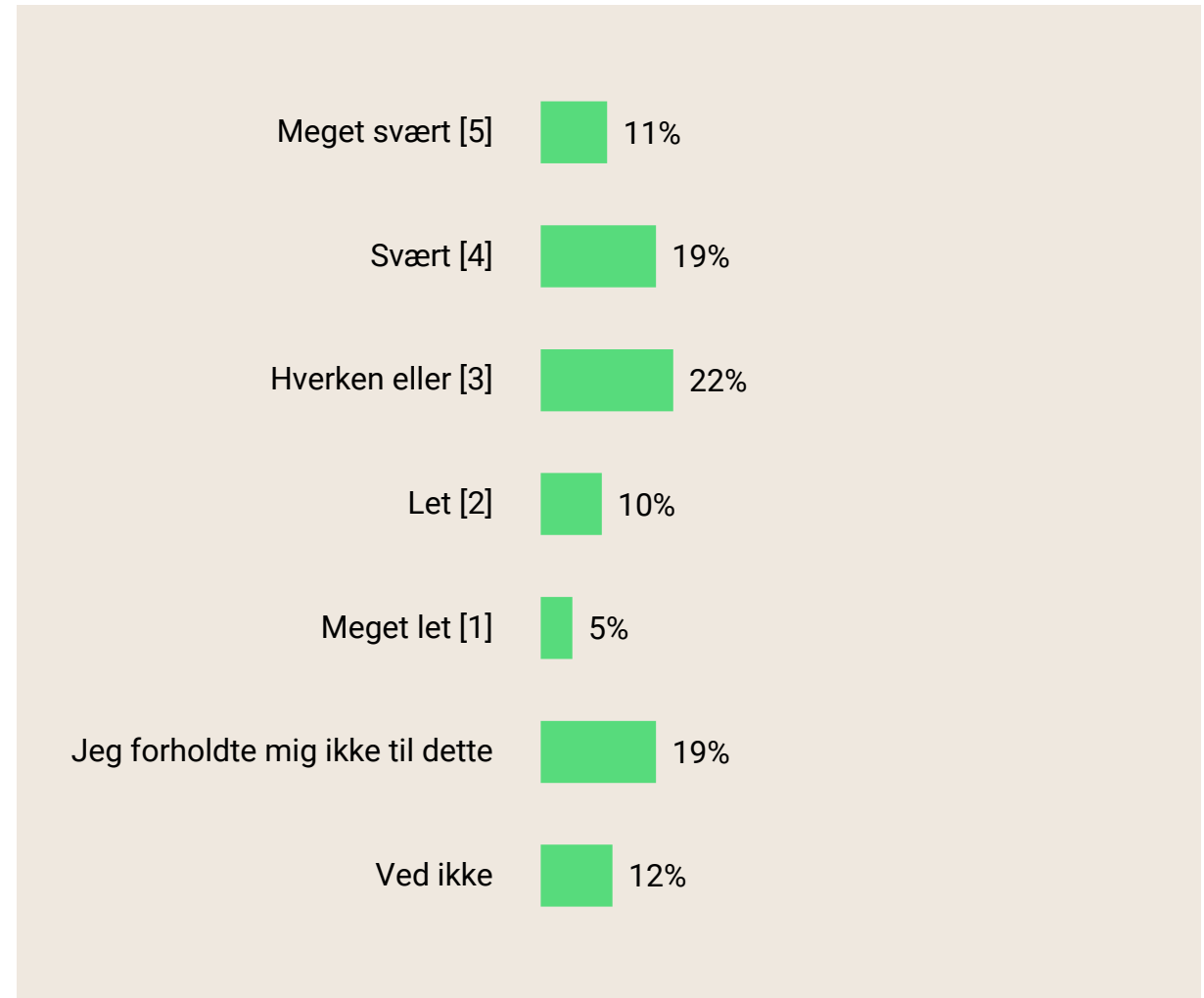
En stor del på 30 procent svarer enten, at det er 'svært' eller 'meget svært' at vurdere, hvorvidt indkøbt tøj var ansvarligt produceret med hensyn til klima og miljø. Det tyder på, at det generelt er svært for folk at vurdere.

Hertil svarer 22 procent 'hverken eller' og 31 procent af respondenterne svarer 'jeg forholdte mig ikke til dette/ved ikke'.

Det er sigende, at mange slet ikke forholder sig til det, når der samtidig kun er fire procent af respondenterne, der angiver, at klima og miljø ikke betyder noget i deres generelle forbrug (svarmulighed 1 og 2).

Dette siger måske noget om, at det for tøj er særligt svært at vurdere, om det er produceret ansvarligt i forhold til klima og miljø sammenlignet med andre produkter.

15 procent svarer 'let/meget let', hvilket tyder på, at det generelt er få, der oplever at være klædt på til at vurdere klimaansvarligheden af tøj.



Utilstrækkelighed i at kombinere forskellige hensyn kan føre til garderobeskam

Mange informanter udtrykker grader af skamfuldhed omkring deres garderobe og tøjforbrug. Skamfuldheden knytter sig til et ønske om at agere mere bæredygtigt, hvilket kan være svært at realisere og dermed ikke harmonerer med hyppige/høje tøjforbrug og store mængder passivt tøj i skabet. Disse negative følelser – skam, pinlighed, dårlig samvittighed og ambivalens – bliver en barriere for at se sit tøjforbrug i øjnene. Dog kan det at se sit tøjspild i øjnene erstatte skyld og skam med tøjglæde og give lettelse over, at dissonans mellem intention og handling skrumper.

Tid italesættes af informanterne som en barriere for en mere bæredygtig tøjadfærd. De taler om, at der er **for lidt tid** til at have en mere ideel tøjpraksis, eksempelvis på grund af mange timer på job eller meget praktik i en småbørnsfamilie. De hurtige, nemme tøjløsninger bliver derfor attraktive. Det er for eksempel nemmere at købe flere nye pæne

skjorter end at orientere sig i garderoben og vedligeholde og vaske de skjorter, man allerede har. Det er også svært at finde tid til at købe brugt tøj eller bruge lang tid på at finde det helt rigtige yndlingstøj, der vil holde længe. Samtidig kan **for meget tid** også betyde mere shopping og skabe friktion for bæredygtig tøjpraksis. I perioder med god tid, for eksempel deltidsjob eller nedlukning under corona, er der pludselig tid til at shoppe tøj – at dyrke shopping som hobby.

Hvad der er tid til eller ikke er tid til hører altså sammen med, hvad forskellige individer synes er sjovt eller overkommeligt at handle på. Når en praksis omtales som noget, man ikke har tid til, hænger det som regel sammen med, at man ikke har *mental energi* til det, fordi det virker som en stor opgave. De handlinger, der ses som en stor mental opgave, er langt sværere at efterleve end det, man synes er sjovt. Heri ligger et opmærksomhedspunkt i forhold til at identificere hvilke handlemuligheder, der for

forskellige personer forekommer mulige i forhold til tøjforbrug og at præsentere de gode tøjpraksisser som noget sjovt og lystbetonet frem for noget krævende.

”Det er sjovt, hvordan det har ændret sig med tøj, og det er inden for et par år. Der er kommet sådan en skyld forbundet med dét der med at bruge meget tøj.”

Kvinde, 32 år

Ændret livssituation/skift i livet påvirker tøjadfærd markant

Fortællinger om forskellige livsskift fylder meget og forklarer meget om den eksisterende og forhenværende tøjadfærd.

Særligt flytninger og det at få børn påvirker tøjadfærden markant; det er blandt andet her, informanterne får taget stilling og skillet sig af med tøj.

Jobskifte er også betydningsfuldt og betyder forventninger om bestemt tøj. Tøjkultur og stil på en arbejdsplads er for mange meget definerende for, hvad og hvor meget, de køber. Dette beskrives nærmere i afsnittet om anskaffelsesfasen.

"Skjorter indkøbte jeg mange af, da jeg begyndte på mit job, mest fordi det egentlig er det, vi skal gå i"

Mand, 30 år

"Det er ikke så frygtelig lang tid siden, at jeg har ryddet op i noget af det, fordi når man flytter, så får man lige muligheden for at sige: det bruger jeg nok egentlig ikke"

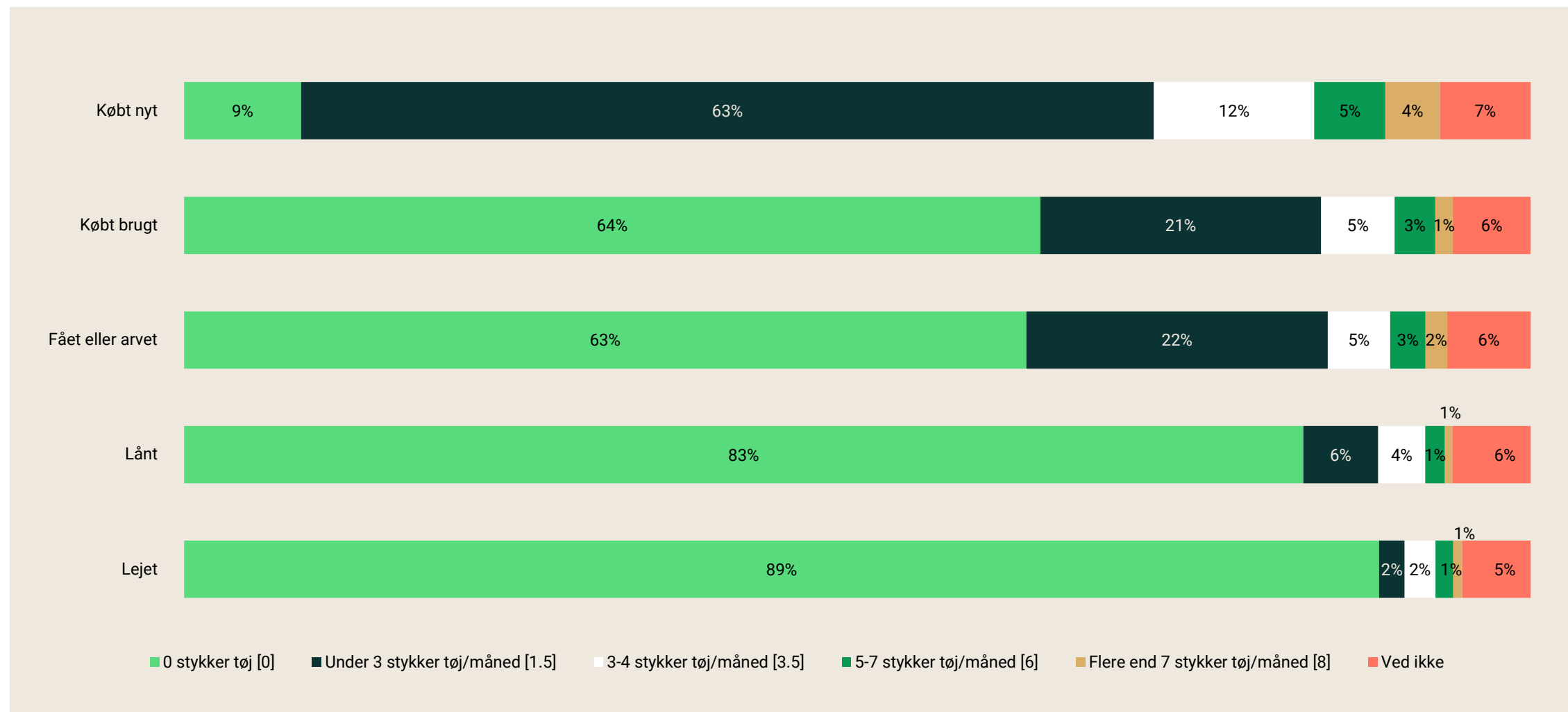
Kvinde, 36 år

Køb af nyt tøj

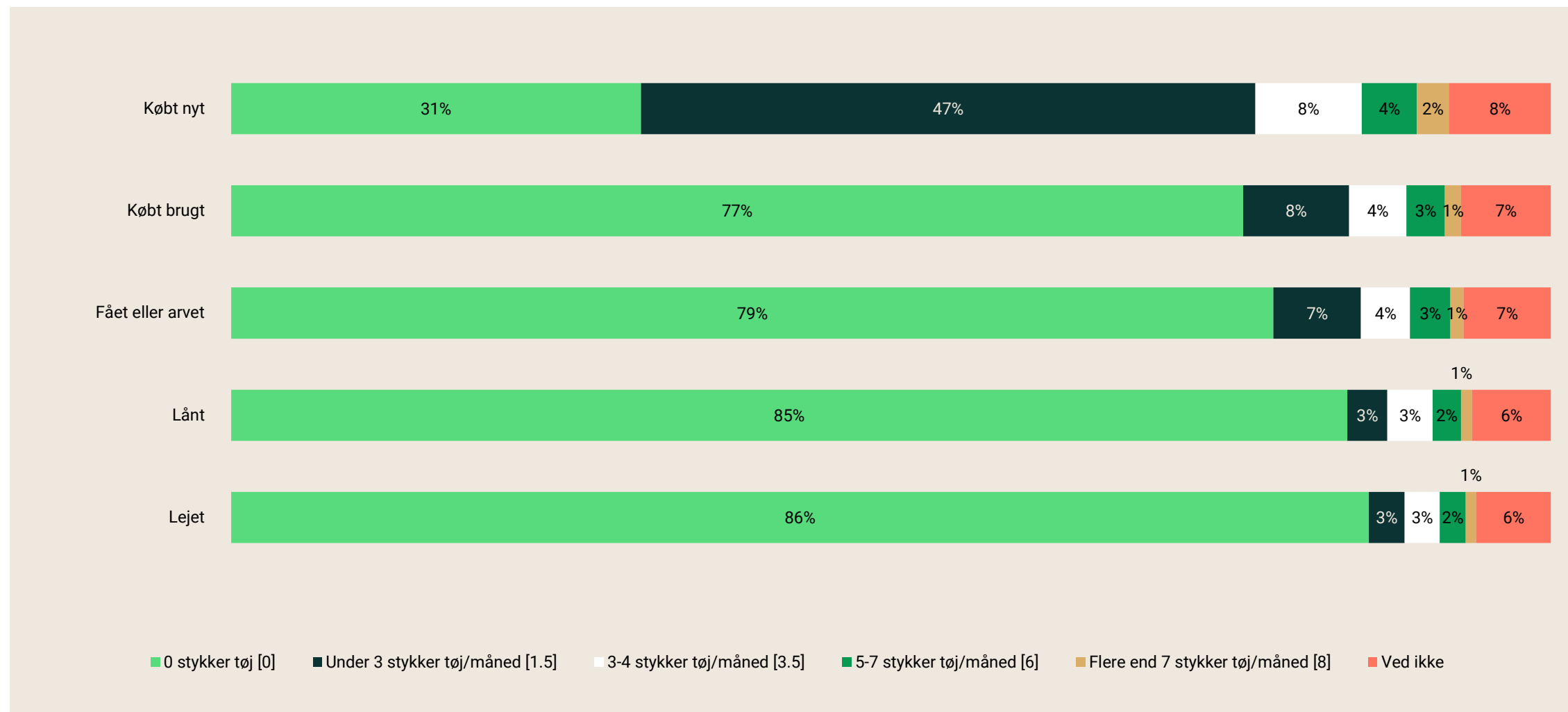
Danskerne køber store mængder tøj

- Hver dansker køber i gennemsnit 10,9 kg tøj om året (Kilde: **David Watson, Steffen Trzepacz og Ole Gravgård Pedersen**: Kortlægning af tekstilflows i Danmark (2018))
- Kvinder køber mere tøj end mænd, og unge køber generelt mere tøj end ældre (Kilde: **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp**: Klær og miljø: Innkjøb, gjenbrug og vask (2020))
- Danskerne er rigtig gode til at donere tøj til genbrug. I en undersøgelse for IDA svarer 46 procent, at de næsten altid afleverer tøj til genbrug, mens 45 procent svarer 'ja, en gang imellem'. Kun 9 procent svarer, at de aldrig afleverer til genbrug. Samtidig er det dog langt fra alle, der er lige så gode til selv at købe genbrugstøj. I samme undersøgelse svarer 46 procent nemlig, at de aldrig køber genbrugstøj (Kilde: **Userneeds undersøgelse for IDA** (2020)). Danmark ligger dog over det generelle gennemsnit for EU i forhold til køb af genbrug, idet 13 procent af danskernes samlede køb af tøj og tekstiler er fra genbrug (Kilde: **Köhler A., Watson D., Trzepacz S., Löw C., Liu R., Danneck J., Konstantas A., Donatello S. & Faraca G.**: Circular Economy Perspectives in the EU Textile sector. (2021))
- Kvinder køber generelt mere genbrugstøj end mænd, idet 66 procent køber genbrugstøj i højere eller lavere grad. Blandt danske mænd køber 42 procent genbrugstøj i højere eller lavere grad. Altså betydeligt mindre end danske kvinder (Kilde: **Userneeds undersøgelse for IDA** (2020))

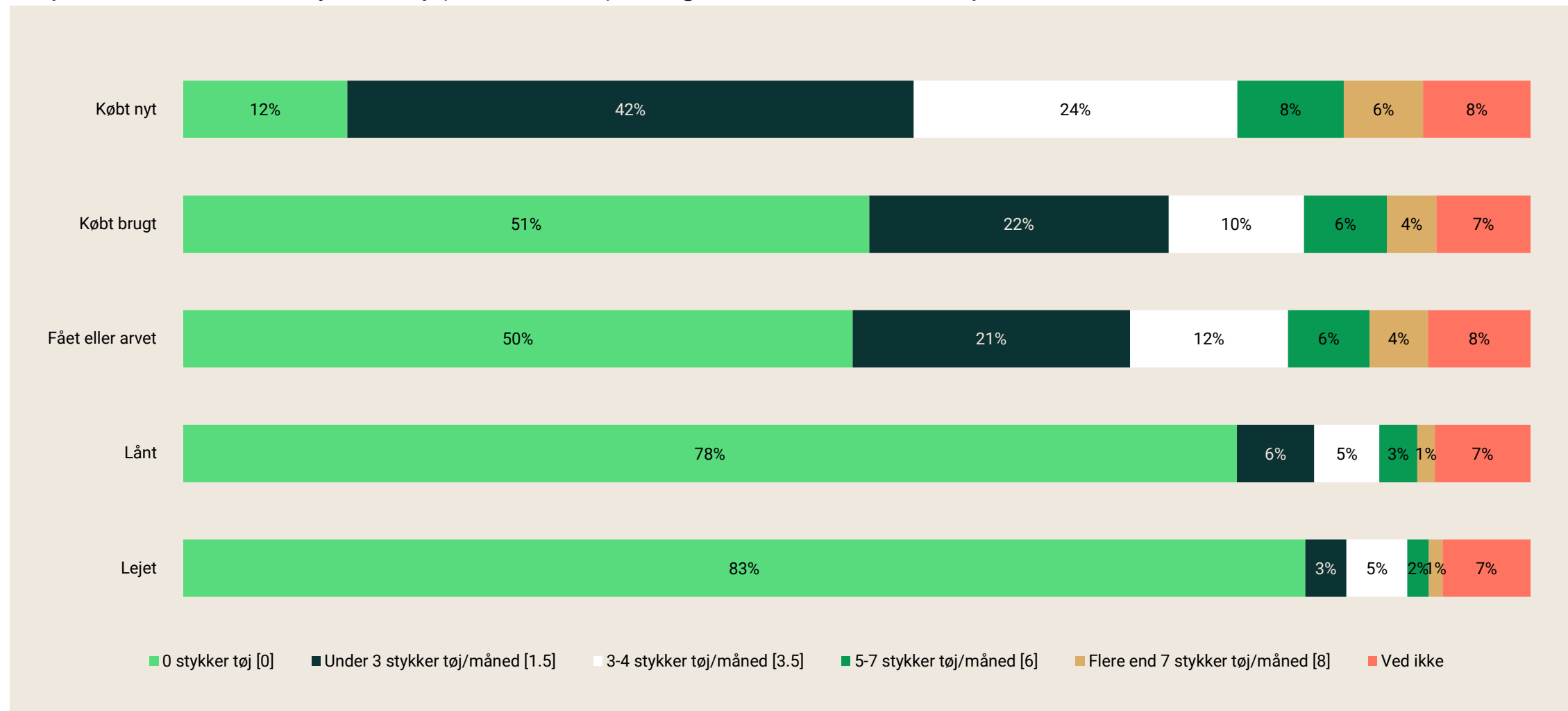
Når du tænker tilbage på de seneste 12 måneder, hvor mange stykker tøj har du i gennemsnit anskaffet pr. måned til dig selv?



Når du tænker tilbage på de seneste 12 måneder, hvor mange stykker tøj har du i gennemsnit anskaffet pr. måned til din partner?



Når du tænker tilbage på de seneste 12 måneder, hvor mange stykker tøj har du i gennemsnit anskaffet pr. måned til dine børn (i alderen 0-17 år)? Hvis du har mere end et barn i alderen 0-17 år, tænk da på det totale antal stykker tøj (for alle børn) du i gennemsnit anskaffer pr. måned



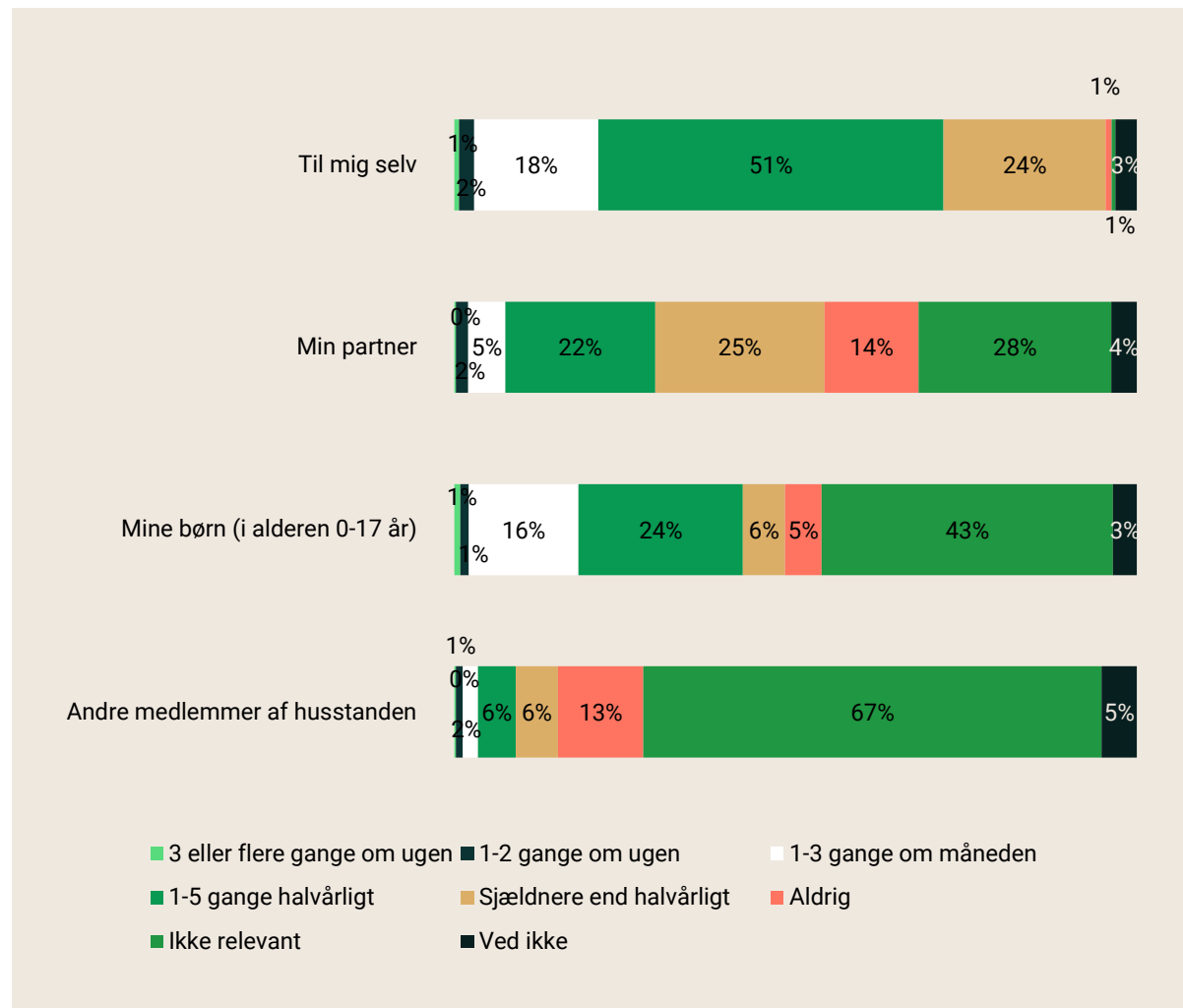
Hvor ofte køber du typisk tøj til dig selv eller et medlem i husstanden (butikker eller online)?

Højfrekvenskøbere (køber mere end 1 gang om måneden, det vil sige svarmuligheder 1, 2 og 3) udgør 21 procent.

Mediumfrekvenskøbere (køber 1-5 gange halvårligt) udgør 51 procent.

Lavfrekvenskøbere (køber sjældnere end halvårligt eller aldrig) udgør 25 procent.

Tallene stemmer nogenlunde overens med tal fra UK WRAP (2019), dog med en lille forskel i forhold til lavfrekvenskøbere, hvor flere i UK WRAP's undersøgelse (33 procent kontra ovenstående 25 procent) vurderer, at de er lavfrekvenskøbere end i vores undersøgelse. UK WRAP's aldersgruppe er en anelse højere.



Hvad ved vi om købsituationen?

En købsituation involverer typisk 5 faser: interesse, undersøge, overveje, køb og oplevelse. I første og tredje fase er der størst mulighed for ekstern påvirkning.

Forbrugerne overvejer mange faktorer, blandt andet **socio-kulturelle** (hvilken gruppe er jeg/vil jeg være en del af? Hvad tænker de andre?), **personlige** (hvad vil jeg udtrykke?), **praktiske** (sidder det godt/behageligt, skal det vaskes i hånden?) og **følelsesmæssige** (ønske, tilknytning?)

For forbrugerne er mangel på tid, socialt pres og ønsket om at udtrykke en specifik social identitet de største barrierer for en mere bæredygtig købsadfærd.

Kilde: **Sunday C. Eze & Adenike O. Bello:** Factors Influencing Consumers Buying Behaviour within the Clothing Industry (2016).
M. G. McEachern, D. Middleton & T. Cassidy: Encouraging Sustainable Behaviour Change via a Social Practice Approach (2020)

Interesse

Opmærksomhed, reklamer, medier

Undersøge

Skaffe info om produkt; pris anmeldelser mv.

Overveje

Overveje og endelig beslutte at købe produkt

Købe

Foretage køb (online, offline, via app mv)

Oplevelse

Forventninger møder virkelighed, tilfreds/utilfreds, evt returnering

Ideer om, hvem man ønsker at være, fører til mere shopping

Mange informanter har – eller har tidligere haft – forskellige former for tøj- og identitetseksperimenter, hvor de afprøver mulige nye versioner og sider af sig selv. Meget shopping (og fejkøb) er drevet af netop dette. Andre køb er nærmere impulskøb, der ikke er lagt mange overvejelser i.

"Det er ikke sådan, at jeg sætter mig ned og siger: 'nu har jeg en plan'. En plan for hvad jeg lige mangler eller noget. Det er mere sådan: 'nå, nu falder jeg lige over en pæn jakke eller en pæn t-shirt' og tænker: 'nå, nu ryger den lige med i kurven'"

Mand, 30 år

"Jeg har købt rigtig meget tøj på det sidste. Jeg er lige fyldt 30 år og har tænkt, at jeg skulle købe noget nyt. Noget anderledes. En ny stil. Lidt dyrere tøj. Bedre mærker, bedre kvalitet. (...). Jeg ville gerne have en mere casual, voksen stil. Mere business stil. Pæne bukser og en trenchcoat. Men jeg nåede aldrig så langt. Jeg fandt ud af, at det var ikke mig. Det kan være, at det bliver mig, når jeg er færdiguddannet. Jeg vil gerne være sælger"

Mand, 30 år

Tøjnormer på jobbet driver meget tøjkøb

Mange informanter oplever at skulle have særligt tøj til brug på job; dette tøj er typisk mere "konservativt", mens tøj til hjemmebrug er mere "casual".

Disse uformelle krav til at se "professionel" og fejlfri ud fører til hyppigere shopping og er en barriere for at anskaffe mindre, for genbrug og reparation.

"Dresscoden på jobbet driver meget, hvad jeg køber. Jeg har nok tøj til mit private, men det synes jeg slet ikke, jeg kan gå med på arbejdet (...) Jeg vil ikke gå på kompromis på arbejdet i at se snusket ud"

Mand, 35 år

"Når jeg går på arbejde, så har jeg mere kontortøj på. Jeg godt lide at gøre lidt mere ud af mit professionelle jeg [især efter barsel]. I weekenderne har jeg brug for noget, der er lidt mere behageligt og afslappet"

Kvinde, 28 år

Vi køber tøj til mange sfærer i vores hverdag

Tøjnormer på arbejdspladsen driver meget tøj køb, men foruden arbejdspladsen driver mange forskellige sfærer i hverdagen tøj køb for informanterne. Disse forskellige sfærer kan give lyst til eller opleves som noget, der kræver at anskaffe en særlig form for beklædning. I hjemmet kan man have lyst til at have mere behageligt, 'casual' eller praktisk tøj på, ligesom forskellige hobbyer kræver særlige beklædningsgenstande og optager meget plads i garderober/ opbevaringsområder. En informant nævner selv, at hun har tøj til kajak, svømning, capoeira, outdoortøj, pridetøj, familietøj, hjemmetøj, tøj der indikerer hun er voksen og tøj, der stadig er ungdommeligt.

"Den her er når jeg går på jagt [viser jakke]. Derudover er det gamle jakker, jeg kan bruge i haven. Og det her er motorsavs-skærebukser"

Mand, 46 år

"Skuffen under sengen er til svømmetøj. Jeg har først lært at svømme for 3 år siden, og derfor blev jeg lidt bidd af at købe meget".

Kvinde, 27 år

Tøjkøb kan være underholdning eller noget socialt

Nogle informanter bruger shopping som en social begivenhed med vennerne både fysisk og online. Dette kan føre til merforbrug, men også i nogle tilfælde minimere fejkøb gennem venners feedback og "godkendelse" af tøjkøb.

For flere informanter er tøjkøb også underholdning, især online når de keder sig derhjemme. Det at scrolle kan medføre et impuls køb eller sætte gang i inspirationsprocessen som udmunder i et tøjkøb. Nogle fristes af influencers på Instagram, mens andre tjekker shoppingsider jævnligt, når de keder sig eller har brug for en pause på jobbet.

Tøjkøb som underholdning og som noget socialt er også i nogle tilfælde kombineret på den måde, at man kan have daglig kontakt med sine venner gennem for eksempel Instagram om tøj ved at sende inspiration til hinanden fra tøjbutikkens Instagram. Her er shopping blevet en stor del af det sociale interaktion, hvilket er en stor barriere for at nedsætte forbruget.

"Om det er på computer eller telefon, så er det ligeså tilfredsstillende for mig at åbne Zalando appen som at åbne Facebook eller Instagram. Så går jeg ind på min favoritliste og kigger, og den liste vokser sig bare større og større. Så sidder jeg og kigger på det tøj, jeg har som favoritter og tænker over, hvornår jeg skal købe det, og så fjerner jeg også tøj, jeg ikke længere vil have"

Kvinde, 36 år

Økonomisk overskud kan medføre merforbrug

Flere penge kan medføre mere tøj køb. Når omstændigheder ændrer sig, for eksempel ved at man kommer på SU eller har færre penge til tøj i en periode på grund af lejlighedskøb, afholder de hyppige shoppere fra at shoppe mere.

Denne indsigt stemmer overens med studier der viser, at højindkomstgrupper har et større CO₂-aftryk, når det kommer til tøjindkøb end lavindkomstgrupper.

Kilde: Coscieme, L., Akenji, L., Latva-Hakuni, E., Vladimirova, K., Niinimäki, K., Henninger, C., Joyner-Martinez, C., Nielsen, K., Iran, S. and D'Itria, E. (2022). Unfit, Unfair, Unfashionable: Resizing Fashion for a Fair Consumption Space. Hot or Cool Institute, Berlin.

"Jeg køber ca. tøj hver anden måned, og jeg kunne godt tænke mig, at det var meget mere, men det er bare for dyrt"

Kvinde, 36 år

"Jeg vil gerne købe mindre. Det der skal til er, at jeg tjener færre penge. Måske [kommer jeg til at shoppe mindre] når jeg bliver studerende? Stensikkert, når jeg kommer på SU"

Mand, 30 år

**Køb af brugt tøj
fremfor nyt**

Fast fashion er tilgængeligt, nemt og billigt

Der er let adgang til fast fashion, både i fysiske butikker og online. Det er super nemt og billigt at købe fast fashion.

Derudover har mange en uvilje mod at betale flere penge for noget, man også kan få billigt (en t-shirt er en t-shirt). Dette er en barriere for genbrug og for at købe god kvalitet.

"Hvis jeg køber tøj er det typisk H&M. Jeg interesserer mig ikke for at gå ud og købe tøj. Det må gerne være let at finde rundt. Og en prisramme, hvor jeg kan være med. Hvis jeg går derind, kan jeg sandsynligvis finde noget, og så behøver jeg ikke gå i 14 forskellige butikker"

Mand, 38 år

"Ulempen ved genbrugstøj er, at det ofte er lidt dyrt og lidt slidt. Opvejningen i at man så køber brugt og undgår at købe nyt går af, for man kan næsten få en bodystocking til samme pris, som ikke er slidt eller plettet eller nusset"

Kvinde, 28 år

Udbredt oplevelse: Nyt er flot og føles godt

Der er en dominerende forestilling om 'nyt' tøj, som noget, der har en værdi i sig selv. Nyt anskues som lækkert, godt og flot. Nyt tøj er rent kanvas, både i den forstand, at det er fysisk rent, altså uden pletter, præsentedelt og hygiejnisk, men det er også "mentalt rent" forstået på den måde, at det er fri for indlejrede historier. Man kan selv sætte sit præg på nyt tøj og skal ikke forholde sig til en forhistorie.

Denne værdi af det nye bliver sat på spidsen af en informant, som siger, at hun ikke ville give sit nyfødte barn brugt tøj på, fordi nyt tøj passede bedre til det nyfødte barns sårbarhed. Tøj talte i dette tilfælde ind i forældrenes usikkerhed; det at give sit barn brugt tøj på kunne betyde, at de i egne og andres øjne risikerede at blive vurderet som dårlige forældre.

Det at "ny" i sig selv ses som en værdi er en stor barriere for genbrug og kommer også til udtryk ved, at tøj bruges mere, når det er nyt, end når det har flere år på bagen, og at tøj købt som genbrug bruges 30 procent mindre end tøj købt fra ny.

Se resultater fra litteraturstudiet.

"Det var lidt sårbart, at andre havde haft det på [om genbrugstøj], især da hun var helt lille [Kvindes barn]. Det måtte godt være nyt og pænt og rent. Det er jeg vokset lidt fra, nu hvor hun er lidt større. Nu kan jeg godt købe mere brugt"

Kvinde, 28 år

"Jeg synes, det er en god ide at bruge det tøj, man i forvejen har, men det er også fedt at få nyt tøj. (...). Det føles rart at have noget på, der er nyt"

Kvinde, 38 år

Genbrugstøj: Lille udvalg, tidskrævende, beskidt

Mange har negative associationer forbundet med genbrugsbutikker. Dette gælder særligt for dem, der ikke har erfaring med disse butikker. Nogle negative associationer med at købe tøj i genbrug går igen:

- At skulle finde tøj i genbrug vil være for tidskrævende.
- Forestilling om at "der lugter i butikken", og at man skal "rode igennem bunker med gamle ting".
- Der findes ikke (gode) genbrugsbutikker alle steder.
- Tvivl om tøjets stand ved online genbrugskøb, fordi standen vurderes subjektivt af sælger
- Der er et begrænset udvalg af tøj (der passer til personlig stil) og størrelser (over str. M og L).

De kvalitative indsigter peger altså på, at der er nogle bekvemmeligheder ved at købe tøj fra ny, og at det at købe brugt for nogle har negative associationer. Også den kvantitative analyse viser, at anskaffelse af tøj primært sker fra ny. 64 procent af respondenterne købte tøj fra ny uden at overveje genbrugskøb ved de seneste stykker tøj, de har købt, mens 19 procent købte genbrugstøj. At købe brugt i stedet for nyt har en meget stor klima- og miljøeffekt, hvorfor der ligger et stort potentiale i at målrette adfærdsforandrende tiltag til de store andele af de danske forbrugere, der enten ikke overvejer genbrug eller overvejede genbrug ved seneste køb, men købte nyt (18%). Der er også potentiale for at fremme mere ideel anskaffelsesadfærd blandt dem, som er mindre tilbøjelige til at købe brugt, nemlig ældre og mænd.

"Jeg kunne aldrig gå ind i en genbrugsbutik, fordi det lugter og roder for meget"

Kvinde, 36 år

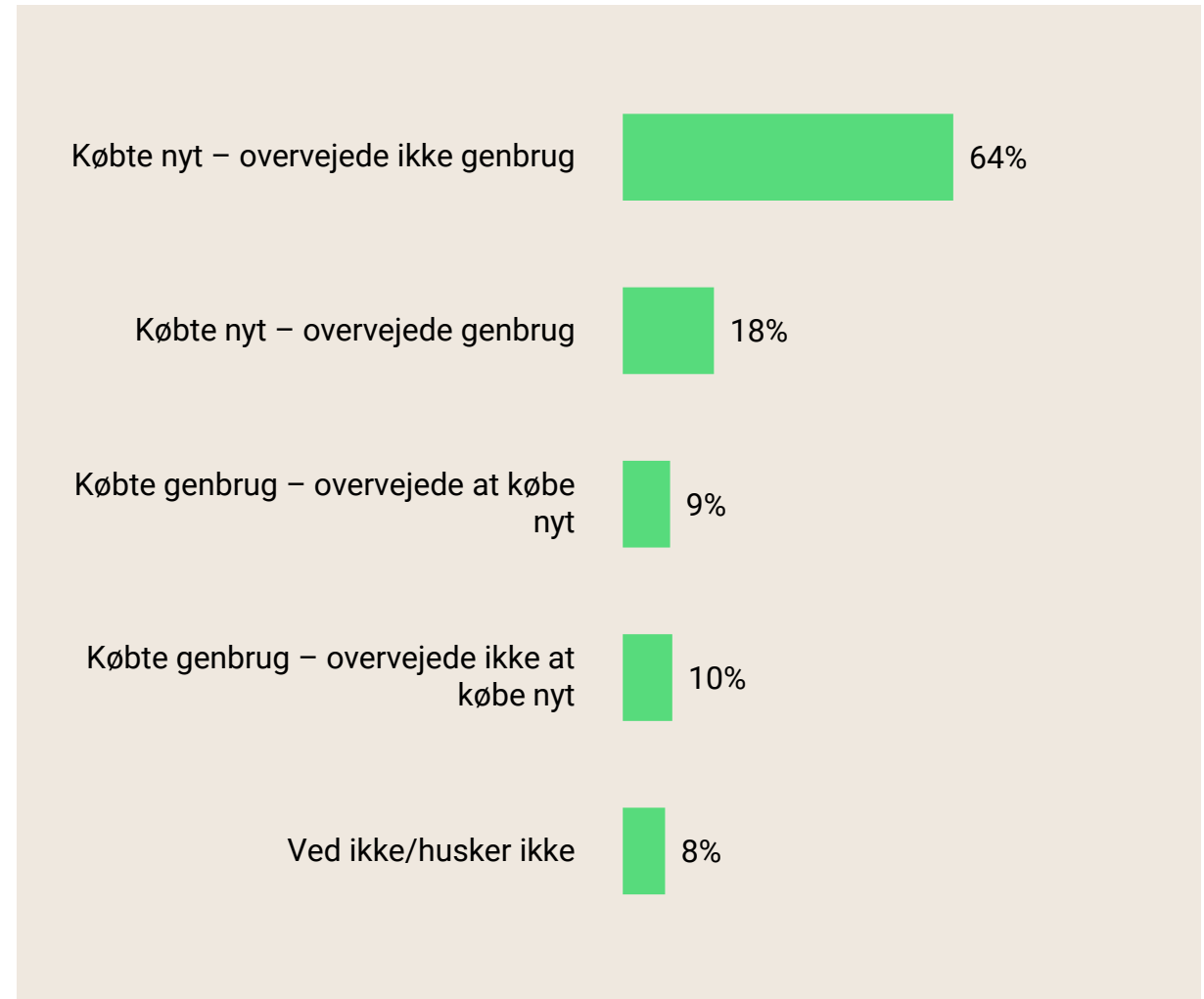
Tænk på de seneste tre stykker tøj, du har købt (tøj du evt. har fået gratis, regnes ikke med). Hvilke af følgende beskriver bedst hvad du gjorde og overvejede ved disse køb?

64 procent af respondenterne købte nyt tøj uden at overveje genbrugskøb, mens 18 procent købte nyt, men overvejede at købe genbrug.

19 procent købte genbrugstøj.

Signifikant

- **Køn:** Kvinder køber og overvejer mere genbrug i forhold til ældre
- **Alder:** Yngre køber og overvejer mere genbrug i forhold til ældre
- **Livscyklus:** Den unge familie køber og overvejer mere genbrug



Genbrug tilgås af flere ud fra en fast fashion logik

De samme logikker som driver højt forbrug af fast fashion, driver også hos nogle informanter tilgangen til genbrug. Når tøjet kan købes billigt, køber man det, selvom man godt ved, at det ikke bliver et stykke yndlingstøj. Det kan også være, at man alligevel er på loppemarked, hvor tøj er tilgængeligt og billigt, så kan man få en følelse af, at man 'bør' eller 'ligeså godt' kan købe det.

I et bæredygtighedsperspektiv er det bedst, at tøj får en lang levetid, og derfor vil det ofte også være bedre at købe brugt frem for nyproduceret tøj. Dog vil det være endnu mere ideelt, at man lærer at værdsætte tøjet (genbrug eller ej) og ikke købe ud fra fast fashion logik, men derimod overvejer sine køb og behov grundigt. Dette særligt fordi den store miljøgevinst ved køb af genbrug frem for nykøb forsvinder, hvis genbrugskøbet ikke erstatter et nykøb, men bare bliver ekstra tøj, der fylder i klædeskabet uden at få liv.

Studier viser, at genbrugstøj bruges 30 procent mindre end tøj købt fra ny. (Kilde: Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp: Clothing Longevity: The Relationship Between The Number of Users, How Long and How Many Times Garments are Used (2021)).

Dette vidner om, at tøj købt som genbrug ikke nødvendigvis er velovervejet, og at der kan være en tendens til flere fejkøb.

"Hvis jeg har brugt så få penge på tøjet, så gør det ikke noget, at det ikke bliver brugt"

Kvinde, 27 år

"Jeg har altid synes, det var fedt at gå på loppemarkeder, men jeg er kommet til at købe alt for meget. Bare fordi det hænger til en 20'er."

Kvinde, 32 år

Hvad ved vi om brugen af genbrugstøj?

- Tøj købt som genbrug bruges 30 procent mindre end tøj købt som nyt
- Tøj der forventes at skulle doneres eller sælges bruges 22 procent mindre end tøj, der forventes at skulle smides ud
- Genbrug øger dermed tøjets levetid, men ikke nødvendigvis brugen af tøjet.

Kilde: **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:**
Clothing Longevity: The Relationship Between
The Number of Users, How Long and How
Many Times Garments are Used (2021)

**Yndlingstøj, som
passer godt og
holder længe**

Hvad er yndlingstøj?

Hvad vil det sige, at noget er yndlingstøj? I bogen 'Klæd dig Bedre' henviser forfatterne Else Skjold og Johanne Steenstrup til forskning indenfor sammenhængen mellem tøj og tøjglæde. Her opstilles tre parametre for, hvad der gør tøj til garderobefavoritter. Parametrene er opstillede nedenfor, men det varierer naturligvis fra individ til individ, hvornår de opleves som opfyldte.

- 1. Teknisk holdbarhed:** Kan materialet tåle almindelig brug og vask, eller er kvaliteten for dårlig, og går tøjet for hurtigt i stykker/ud af form?
- 2. Funktionel holdbarhed:** Opfylder tøjet de krav til funktioner, du har behov for at få dækket i din dagligdag?
- 3. Følelsesmæssig holdbarhed:** Passer tøjet til din stil og krav, omverdenen stiller til din påklædning? Hjælper tøjet dig med at være den bedste version af dig selv, føler du dig tilpas og sikker, når du har det på? Minder tøjet dig om noget godt?

Se kilde: Hasling, K.M. & Ræbild, U. (2017), Approaches to Sustainable Design?, Designskolen Kolding. Fundet 29.2.2020 på: <https://sustainabledesigncards.dk>.

På de næste sider fremgår resultaterne fra den kvantitative og kvalitative analyse, hvor folk er blevet spurgt til de vigtigste parametre for valg af tøj.

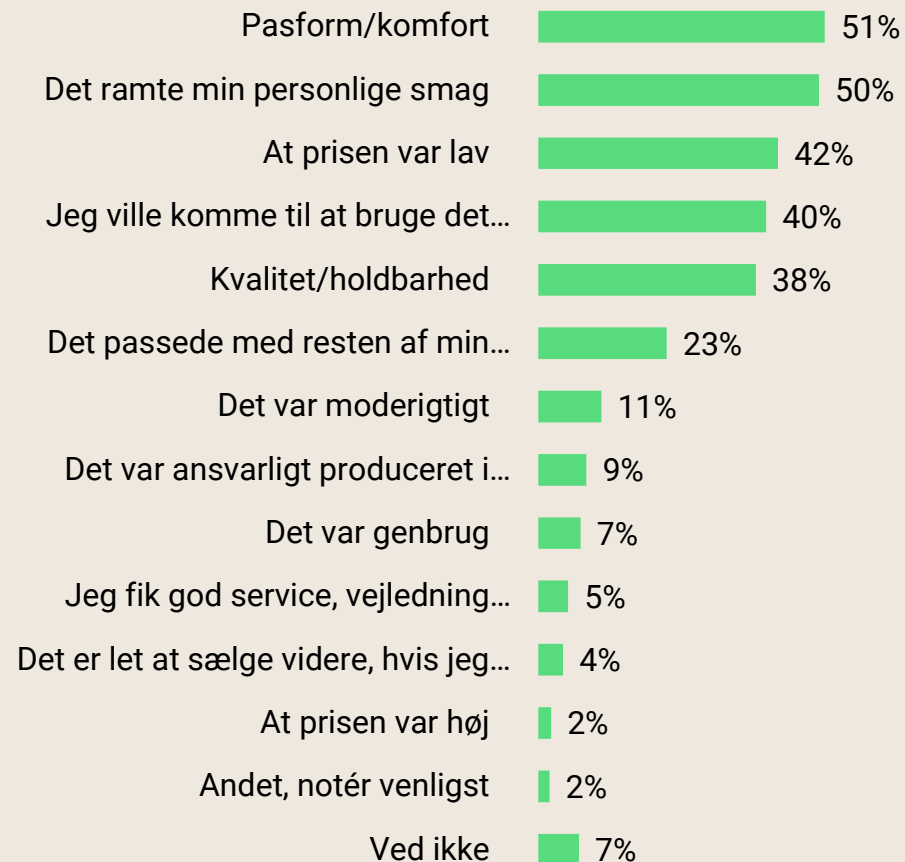
Da du senest købte et stykke tøj til dig selv, hvilke parametre var mest afgørende for dig? Du kan markere flere svar

Det mest afgørende parameter er pasform/komfort (51%) efterfulgt af 'Det ramte min personlige smag' (50%) og 'At prisen var lav' (42%). At det er moderigtigt betyder relativt lidt (11%), om end man kan formode, at personlig smag også er influeret af modetrends.

At bruge det mange gange er det fjerde-mest afgørende parameter (40%). Her er det værd at bemærke, at det altså for mindre end halvdelen af respondenterne er afgørende, om de vil komme til at bruge tøjet meget. Kvalitet (38%) er også et afgørende parameter for mange, selvom vi også ser, at mange også svarer 'hverken eller' på et senere spørgsmål i undersøgelsen om, hvorvidt det er let eller svært at vurdere kvalitet.

Signifikant

- **Det ramte min personlige smag:** Kvinder (55%)
- **At prisen er lav:** Færre fra Region Hovedstaden går op i dette (38%), i små byer går man mere op i pris (50%). Lavindkomst går højere op i det (55%), men det gør studerende ikke.
- **Jeg ville komme til at bruge det meget:** Kvinder (45%), mænd (35%)
- **Kvalitet/holdbarhed:** Mænd (46%), kvinder (31%), ældre (43%), yngre (35%)



Informanternes vigtigste parametre for deres mest brugte tøj

I den kvalitative undersøgelse blev informanterne bedt om at finde de tre stykker tøj, de går mest i, samt forklare hvorfor de netop bruger dette/disse stykker tøj ofte. Herunder ses, hvad det er for nogle behov, værdier og krav de stykker tøj repræsenterer – om det er komfort, stil, kvalitet. De mest gængse grunde, der gør tøj til yndlingstøj er listet til højre.

"Når blusen er mørkeblå, så bliver det heller ikke lige så tydeligt, at der er snavs på fra børnene herhjemme"
Kvinde, 32 år

"Jeg har valgt de her, fordi det er forholdsvist nyt. Jeg kan godt lide at gå meget i tøj, når det lige er købt. Alle er ca. en måned gamle"
Mand, 30 år

- Pasform/sidder godt/strammer ikke (eller er lille og sidder tæt med vilje)
- Personlig smag/signalværdi
- Alsidighed: passer til flere settings og humører
- Materialet føles godt
- Nem at vaske/slidstærk/tåler snavs (særligt fra børn)
- Velegnet til skiftende kropstemperaturer
- Affektionsværdi: bringer gode minder
- Funktionalitet: lommer til nøgler og telefon
- Nyt tøj eller en nyanskaffelse

"Jeg elsker stoffet [stribet kjole]. Det er tykt og rart og det holder længere"
Kvinde, 27 år

"Skjorterne er komfortable, løse og rare, men også noget, der går an på arbejdet. (...) De er rummelige, og jeg ved bare lige hvordan de føles, og de er dejlige"
Kvinde, 36 år

Det er svært for forbrugerne at vurdere, hvad der er kvalitet og vil holde

'Kvalitet' er for informanterne en taktil følelse – hvordan føles tøjet? Denne fornemmelse kan også ligge i erfaringerne med, hvordan tøjet (/mærket) opfører sig efterfølgende, for eksempel i forbindelse med vask. Der er ikke nødvendigvis sammenhæng mellem pris og kvalitet.

Kvalitet betyder noget forskelligt for informanterne; for nogle betyder "blød" kvalitet, mens andre ser "tyk", uld eller silke som kvalitet. Andre vurderer mærke og pris. Flere informanter fortæller, at de vurderer kvaliteten, når de køber tøj, men når de spørges hvordan, så har de svært ved at sætte ord på.

I den kvantitative undersøgelse boner 'kvalitet' (38%) ud som et af de mest afgørende parametre for forbrugernes seneste tøj køb. Dette stemmer overens med, at de kvalitative interviews viser, at kvalitet betyder meget, og i garderobegennemgangene høres, at der er meget tøj, der ikke bruges netop på grund af dårlig kvalitet. Selvom det statistisk forekommer som et af de mest afgørende

parametre ved et tøj køb, så viser det sig altså, at det i praksis er svært at definere, hvad kvalitet egentlig er. Samtidig svarer en betydelig gruppe 'hverken eller' (27% og 29%) til henholdsvis spørgsmålene om hvorvidt det er let eller svært at vurdere et stykke tøjs kvalitet og et stykke tøjs slidstyrke (se resultater af kvantitativ analyse). Dette viser tvetydigheden i, at det hverken 'bare' er let eller 'bare' svært at vurdere.

Denne manglende viden og kompetence er en stor barriere for at vælge tøj, der 'teknisk' holder længe. Forbrugeren er overladt til et forvirrende marked med tøj, der ofte viser sig at være dårligere kvalitet, end man troede.

"Det ville nok altid være et gæt med kvalitet, for jeg føler mig ikke kvalificeret til at bedømme det, så fokus er nok mere bare om det sidder godt på mig. Jeg føler simpelthen, at jeg mangler viden om det, og jeg søger måske heller ikke den viden."

Mand, 48 år

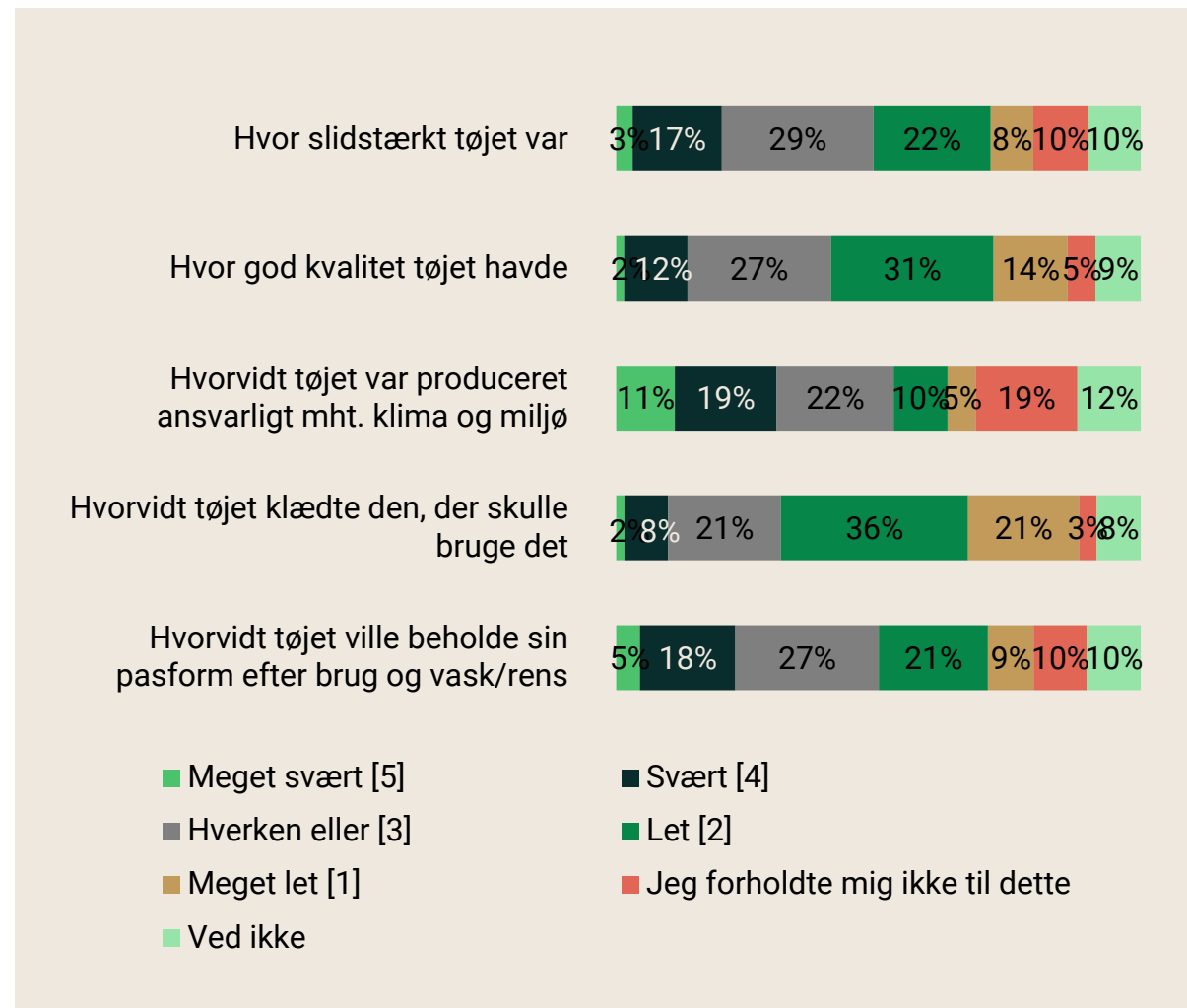
"Et af mine krav til tøj er, at det gerne skal føles som noget, der vil holde lidt"
Kvinde, 27 år

"Jeg har jo godt læst noget om, at det er bedre at købe god kvalitet. Det kan være svært at vurdere, om det bare er dyrt for at være dyrt, eller om det faktisk kan holde til noget. Nogle gange har jeg købt billigere bukser, og så har de været lige ringe nok endda (...) Jeg har svært ved at bedømme kvalitet, og jeg ved ikke altid, om prisen afspejler det, og så synes jeg egentlig som regel, at det viser sig at være god kvalitet, selvom det ikke er dyrt. Omvendt har jeg også fået ting af bedre kvalitet, som faktisk holder bedre"

Mand, 48 år

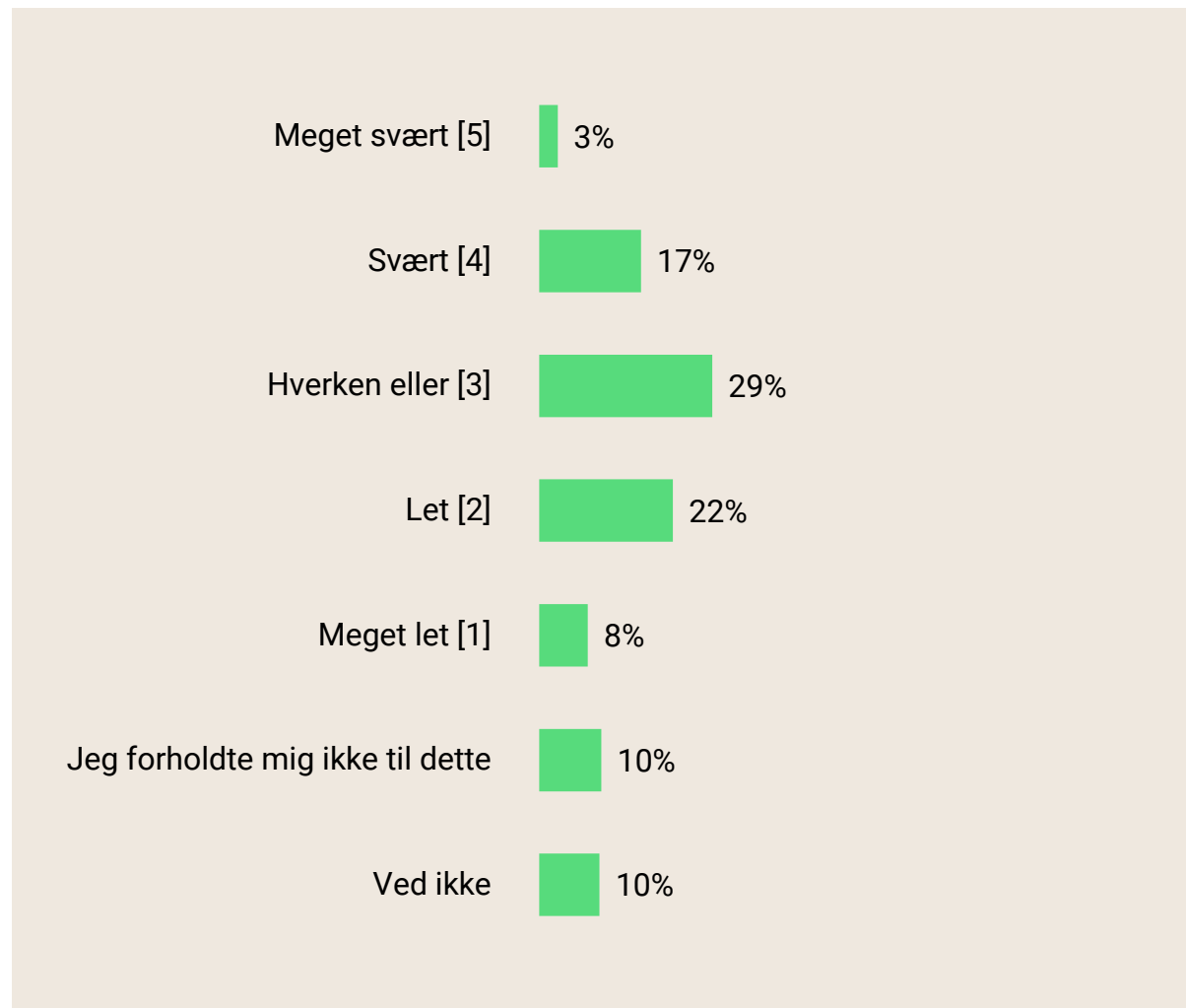
Da du senest købte et stykke tøj til dig selv eller et andet medlem i husstanden, hvor let eller svært var det at vurdere følgende?

Mange har en generel oplevelse af, at egen vurderingsevne er relativt god. Flere svarer, at det er enten meget let eller let at vurdere slidstyrke, kvalitet, stil og tøj, der beholder pasform, holdt op imod procentdelen af dem, som synes det er meget svært eller svært. Dog er der også mange, der svarer 'hverken eller', 'ved ikke' eller 'jeg forholdt mig ikke til dette'. Ansvarlig produktion skiller sig ud som det, der er sværest at vurdere (30% meget svært/ svært) og tilsvarende det, som flest ikke forholder sig til (19%) eller 'ved ikke' (12%).



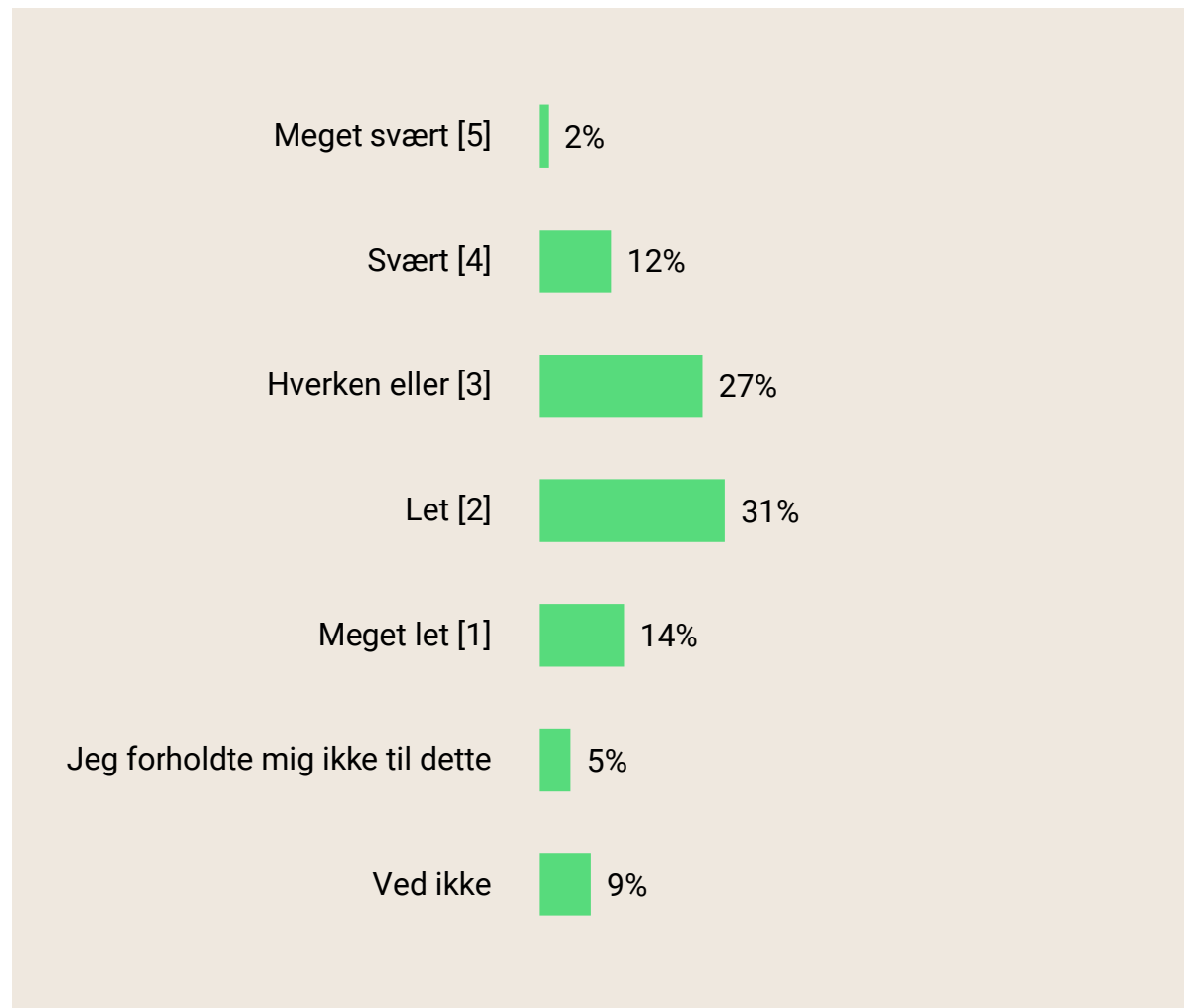
Da du senest købte et stykke tøj til dig selv eller et andet medlem i husstanden, hvor let eller svært var det at vurdere følgende? - Hvor slidstærkt tøjet var

30 procent svarer, at det var "let/meget let" at vurdere. 29 procent svarer "hverken/eller" og 20 procent svarer "svært/meget svært". Der er altså en stor spredning i, om folk kan vurdere slidstyrke, og mindre end hver tredje finder det let.



Da du senest købte et stykke tøj til dig selv eller et andet medlem i husstanden, hvor let eller svært var det at vurdere følgende? - Hvor god kvalitet tøjet havde

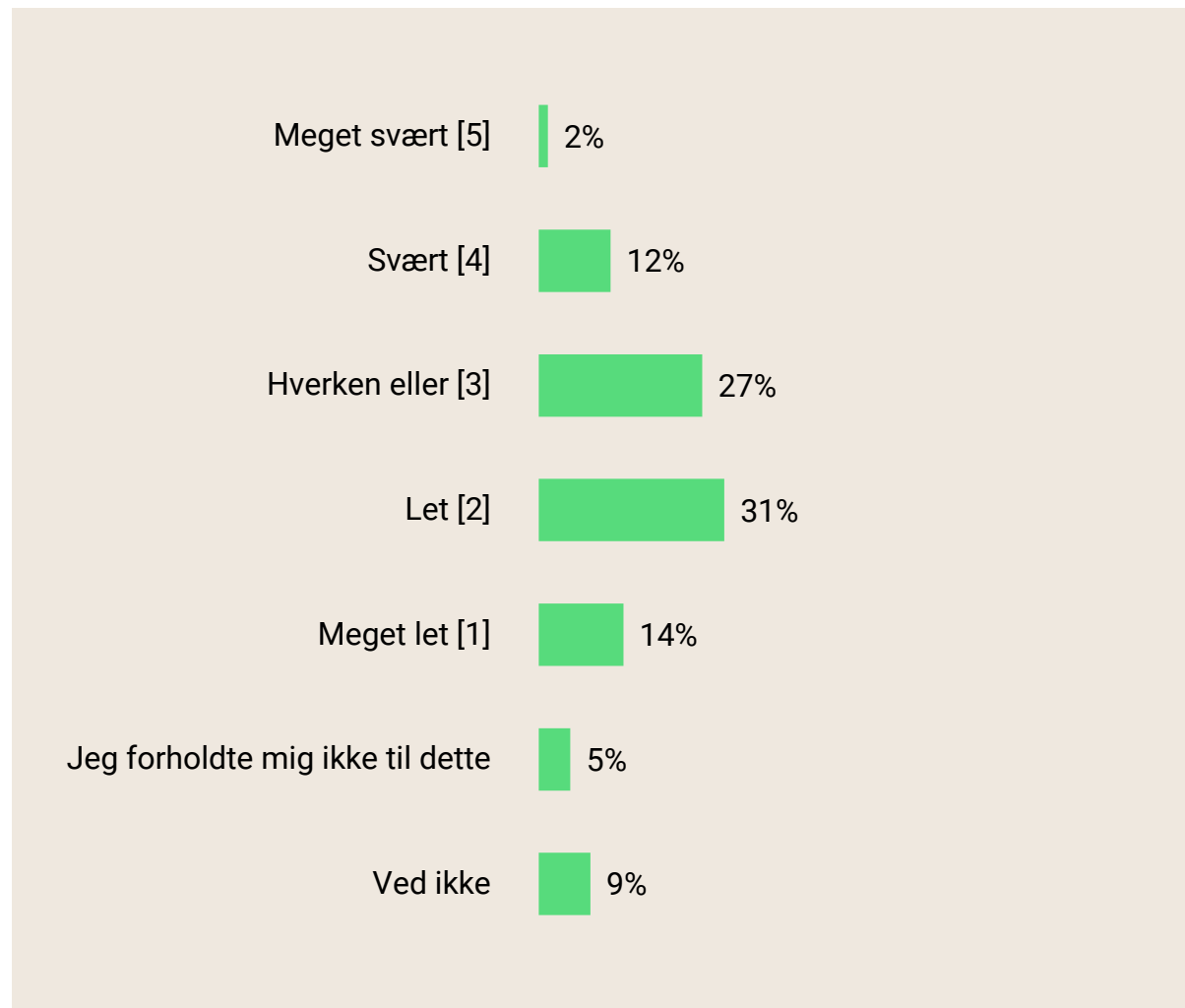
45 procent synes det er 'meget let/let' at vurdere, hvor god kvalitet et stykke tøj har. Resten, svarende til over halvdelen af respondenterne, synes altså ikke, at det er let at vurdere tøjets kvalitet. En betydelig gruppe på sammenlagt 28 procent svarer enten at det er 'meget svært/svært' at vurdere (14%), 'ved ikke' (9%) eller 'jeg forholdte mig ikke til dette' (5%). Samtidig svarer 27 procent 'hverken eller'.



Da du senest købte et stykke tøj til dig selv eller et andet medlem i husstanden, hvor let eller svært var det at vurdere følgende? - Hvorvidt tøjet ville beholde sin pasform efter brug og vask/rens

30 procent svarer at det er 'let/meget let' at vurdere, hvorvidt tøjet vil beholde sin pasform efter brug og vask/rens. Resten forholder sig enten ikke til det, ved det ikke, svarer 'hverken eller' eller synes, det er svært. 27 procent svarer 'hverken eller' og 20 procent svarer 'jeg forholdte mig ikke til det/ved ikke'. 23 procent synes, at det er 'svært/meget svært'. Der er en relativt stor spredning i svarene, men i forhold til, at vi ved, at pasform er afgørende for, om tøjet bruges, er det interessant, at kun 30 procent synes, det er let at vurdere, om tøjets pasform vil holde.

Dette relaterer sig også til, at meget fast fashion er i dårlig kvalitet, og at kvalitet generelt er svært at vurdere.



Hvad ved vi om tøjets holdbarhed?

- For forbrugerne er tøjets holdbarhed en svært gennemskuelig størrelse, da det ikke varedeklarerer
- Generelt er forbrugernes forventninger om lang levetid mest relateret til prisen og den implicite forventning om at få 'value for money'
- Levetidsforventninger er dog også knyttet til hvor tøjlet købes, plejekrav, materiale og formål/kontekst (arbejdstøj vs. festtøj)
- Når forbrugerne vurderer levetiden, er det baseret på en kombination af erfaring, berøring og prøvelse af beklædningsgenstanden (hvorfor onlinekøb er svært)

Kilde: **McLarena et al**: The effect of consumer attitudes on design for product longevity: The case of the fashion industry (2016)

Svært at ramme rigtigt, når der shoppes

Det er svært at identificere potentielt yndlingstøj, der vil blive brugt meget og længe.

Selvindsigt: Der er en barriere i mangel på selvindsigt i egen stil eller det at lære sin egen stil at kende. For eksempel præferencer i silhuet, farveskala, pasform, materiale, mærker osv., samt om tøjet passer med resten af det, man har i garderoben.

Præferencer: Det er svært at gennemskue de præferencer, der i praksis kendetegner det tøj, man kan lide at bruge. Præferencer kan være både uerkendte og ikke-verbaliserede (for eksempel silhuet, farveskala mm) + om et stykke tøj i praksis fungerer i forhold til resten af ens garderobe.

Shopping til andre: Et særligt opmærksomhedspunkt gælder tøj købt til andre. Meget af informanternes passive tøj er tøj, som er blevet givet i gave, men ikke er faldet i informanternes smag. Netop dette tøj kan det være svært at skaffe sig af med, fordi man ikke vil være utaknemmelig over for den, der har givet gaven.

"Jeg kan lide det tøj, der er i butikkerne lige nu [farver og tynde spaghattistopper], men når jeg skal vælge tøj til mit klædeskab, så passer det ikke ind. (...). Det har jeg lært igennem de sidste to år. For jeg har købt rigtig meget impuls, hvor jeg synes, at det var rigtig pænt i forretningen, men så skulle jeg jo nærmest have købt et helt sæt, for den her jakke eller disse her bukser passer ikke til"

Kvinde, 28 år

"I virkeligheden (vil jeg gerne) være bedre til at vurdere det. I virkeligheden bliver jeg lidt irriteret, når jeg køber noget, jeg ikke får brugt, fx den jeg købte i lufthavnen." "Jeg vil gerne blive bedre til at købe noget ordentligt ved nødvendighedskøbene. Der kan man måske også blive lidt nærig. Jeg havde ikke lige forestillet mig at skulle brænde 1000 kr. af nu. Og der vil jeg gerne begynde at sige, at det er spild at bruge 300 kr. på noget jeg bruger én gang."

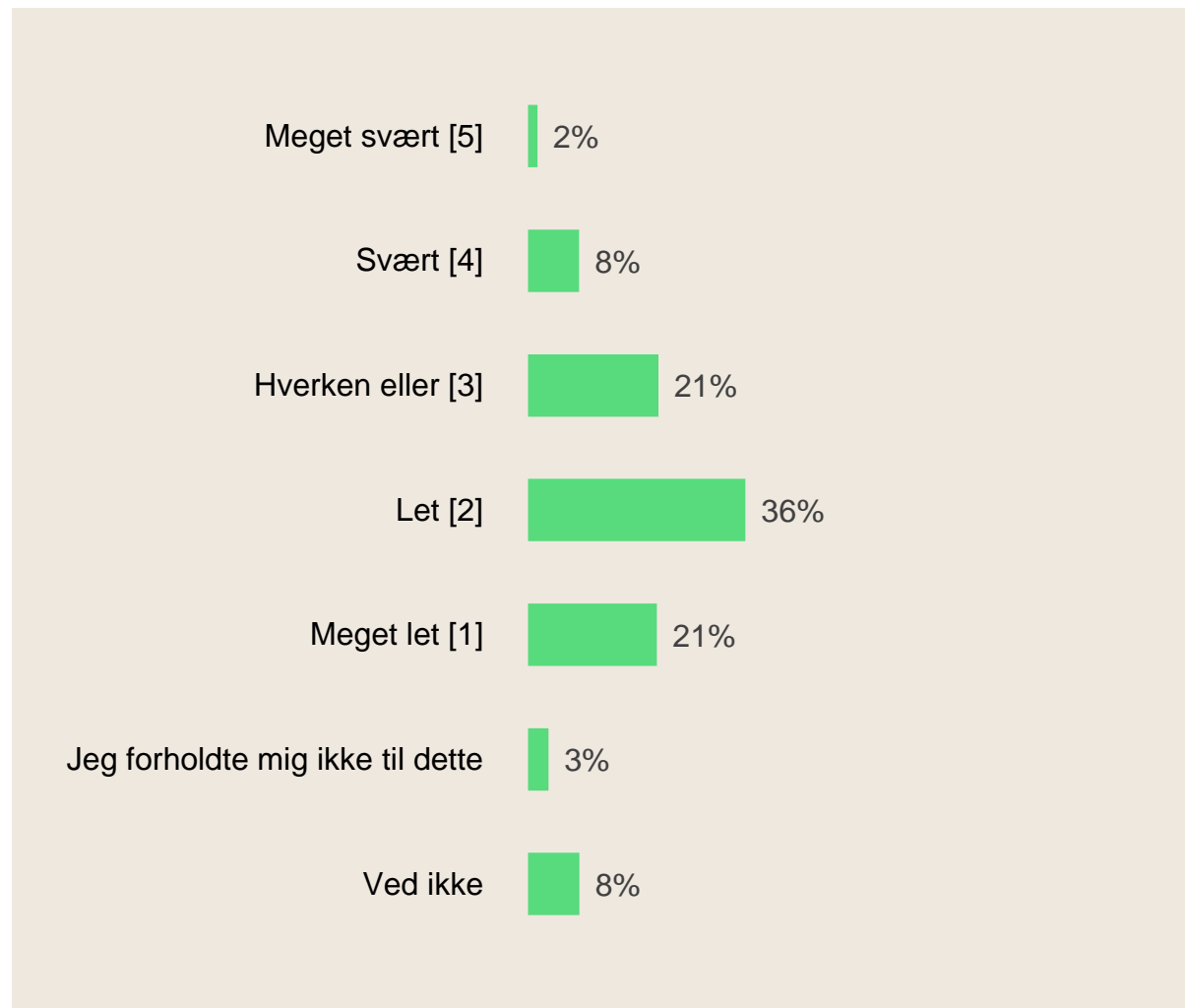
Mand, 46 år

"Jeg faldt en dag i og købte en kjole, fordi jeg synes printet var flot. Jeg har en ting med flotte print. Nu står jeg i et dilemma, om den skal videre eller til skrædder. Det med at vurdere silhuetterne er svært"

Kvinde, 32 år

Da du senest købte et stykke tøj til dig selv eller et andet medlem i husstanden, hvor let eller svært var det at vurdere følgende? - **Hvorvidt tøjet klædte den, der skulle bruge det**

Klart flest mener, at det er nemt at vurdere, hvor 67 procent har svaret "let/meget let". 21 procent har svaret "hverken/eller" og 12 procent har svaret "svært/meget svært".



Onlinekøb og panikkøb bliver oftere til fejkøb

Online shopping medfører oftere fejkøb både i forhold til størrelser og stilpræferencer. Det er for nogen en barriere at returnere online fejkøb, fordi det bliver besværligt at sende det retur. Det betyder, at tøj, der ikke passer, eller tøj, man ikke kan lide, ender med at ophobe sig i skabet.

Pludseligt opståede situationer med manglende tøj fører også ofte til fejkøb. Samt situationer, hvor man spontant falder over noget, man tvivler på, om man skal købe og lader tvivlen komme til gode og køber det.

"Typisk strander mit tøj, fordi det er noget, jeg har fået. Eller når jeg har været ude at rejse, og jeg er blevet nød til at købe noget. Det er typisk et impuls køb, et nødvendigheds køb, fx hvis jeg har mistet min bagage. Jeg stod i Norge og havde ikke tid til at gå efter det, jeg plejer"

Mand, 46 år

"Jeg har nok noget, der ville falde i kategorien fejkøb, men det er mest fra nettet. Der er bare nogen ting, når man ligesom får det hjem, så kommer det ind i skabet, selvom det nok burde blive sendt tilbage. Måske er det et halvt nummer for lille, men er egentlig pænt nok. Så tænker man, at det måske passer om et halvt år, og derfor ryger det ind i skabet, selvom det nok burde blive sendt tilbage. Men altså hvis det er helt off, så sender jeg det jo selvfølgelig tilbage"

Mand, 30 år

"Jeg kom forbi en fysisk forretning, og så blev jeg betaget. Men så mange kjoler går jeg ikke med. Jeg vil gerne gå i kjoler, men jeg får det ikke gjort så meget"

Kvinde, 32 år

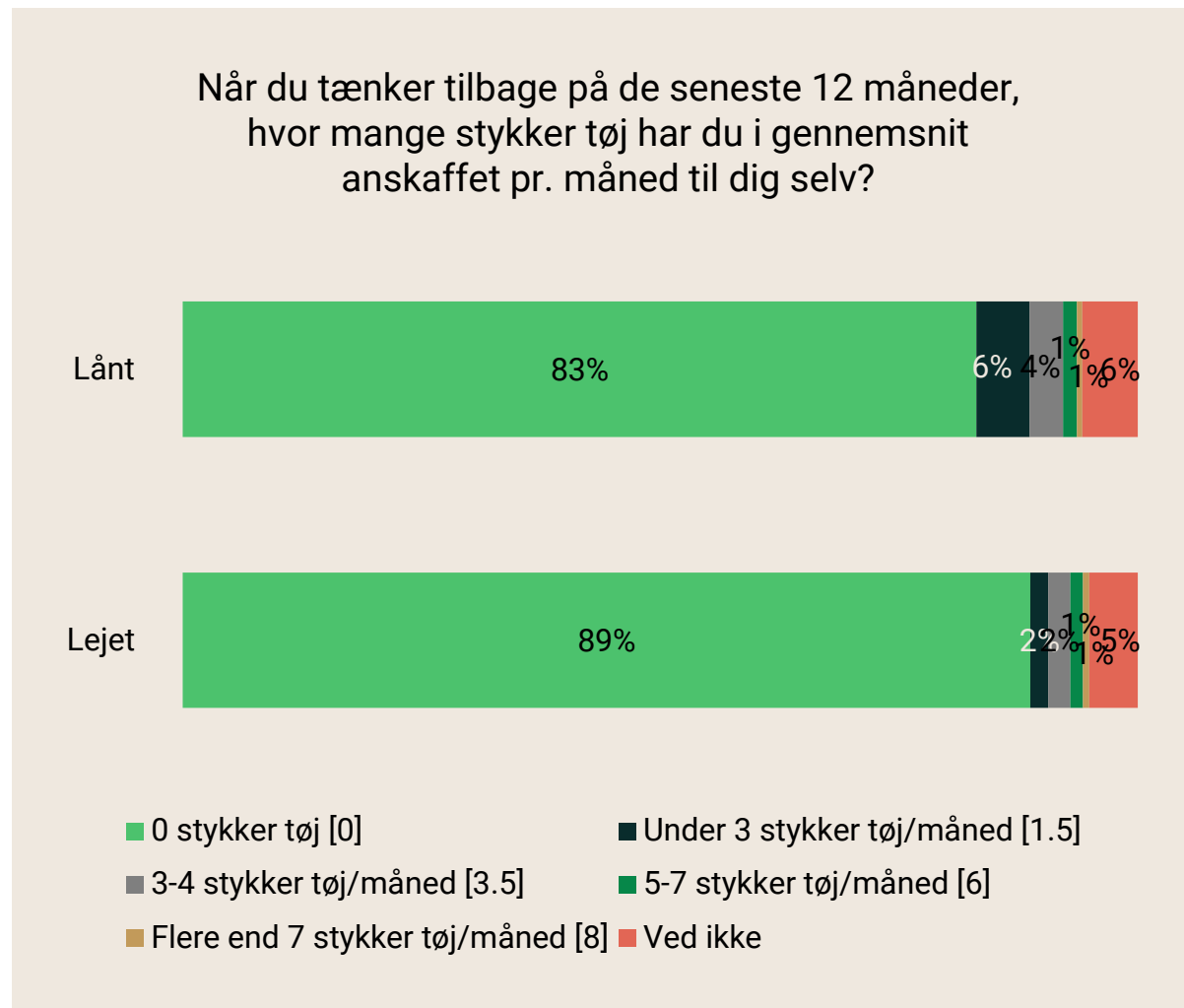
"Hvis jeg køber noget fysisk, så vil jeg gerne have kontakt med det inden (...) Hvordan den ser ud, og om jeg kan passe den. Man har bedre føling med, hvilken kvalitet man køber. Hvis man køber noget på nettet, så ved man ikke hvad det er værd. Fysiske ting skal købes fysisk."

Mand, 38 år

Lån og leje af tøj

Det er ikke udbredt at låne og leje

I den kvantitative undersøgelse er der 9 procent af respondenterne, der har lånt tøj inden for det seneste år, mens 6 procent har lejet tøj. Der er store potentialer i et klima- og miljømæssigt perspektiv i at øge andelen af lånt og lejet tøj.



Leje af tøj: Dyrt – og er det bæredygtigt?

Ingen af informanterne har lejet tøj. Den kvantitative undersøgelse viser også, at kun 6 procent det seneste år har prøvet at leje tøj til dem selv. En barriere er pris - det er mange penge at bruge, når man ikke beholder det, og forsendelse kan opleves som dyrt og besværligt. Der er hos flere uvidenhed om, hvor man kan gøre det, og om det overhovedet er bæredygtigt. Der er frygt for at ødelægge tøjet. Generelt ikke den store interesse for at leje tøj blandt informanterne.

Enkelte giver dog udtryk for nysgerrighed i forhold til at leje, og et par stykker ser fordele i, at de ikke vil udvikle et forhold til tøjet, hvis de lejer frem for at købe. Dette vil være positivt, når de oplever at anledningstøjet fylder i skabet uden at blive brugt og uden, at de kan skille sig af med det igen.

"Jeg synes faktisk, at det kunne være fedt eller spændende, hvis der kommer mere af det [leje], for så kunne man nemlig prøve noget nyt hele tiden, og så ville jeg måske heller ikke udvikle et forhold til det"

Kvinde, 32 år

"Jeg synes også, det er lidt dyrt, fordi jeg blev sådan lidt, hvis jeg bruger 500-600 kr. på at leje, så er det jo penge, jeg ikke får igen. Men det er også lidt skørt, fordi hvis jeg købte en blå kjole, som var dyr, så ville den nok også bare hænge i skabet, og så er det også lidt ud af vinduet"

Kvinde, 32 år

"Det med at leje tøj siger mig ikke så meget. Jeg er bange for, hvis det går i stykker, eller der bliver spildt på den. Konceptet er meget fint. (...) Jeg synes, jeg så udlejning engang med luksusbrands, men jeg kunne ikke finde på at gå i Chanel, og ting man kan leje er eksklusivt"

Kvinde, 32 år

Brug af det tøj, vi har

Hvad ved vi om brug af tøj?

Nyt tøj bruges mere. Tøj der er under to år gammelt bruges cirka 30 gange om året, mens tøj der er over 15 år gammelt bruges cirka 3 gange om året (Kilde: Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp: Clothing Longevity: The Relationship Between The Number of Users, How Long and How Many Times Garments are Used (2021)).

Hvor meget passivt tøj

Det er svært at estimere, hvor meget tøj i vores klædeskabe, der ikke bruges. Der er væsentlige metodiske usikkerheder i at bede folk om selv at vurdere mængden af passivt tøj derhjemme. Internationale studier har vist, at 30 procent af tøj i vores garderobe ikke bruges i løbet af et år*. Fordelingen af passivt og aktivt tøj i klædeskabet er baseret på respondenternes egne vurderinger, eksempelvis gennem telefoniske interviews. Et nyligt garderobestudie fra Holland og Tyskland opstiller dog et undersøgelsesdesign, der mere grundigt (men ikke repræsentativt) siger noget om mængden af tøj i hollandske og tyske garderober, herunder passivt og aktivt tøj, ved

at gennemgå og optælle 50 individers garderober. Man fandt, at mellem 28 og 30 procent af beklædningsgenstande i klædeskabene ikke er blevet brugt indenfor det seneste år. Procentdelen er en anelse højere for specifikke beklædningsgenstande – hatte, buksedragter, halstørklæder, kjoler. Samme tal, 30 procent af tøj i en husstand, der ikke har været i brug det seneste år, gør sig gældende i WRAPs undersøgelse i Storbritannien.

I det kvantitative studie blev respondenterne spurgt, hvad de selv vurderer er fordelingen mellem passivt og aktivt tøj i garderoben, og her er tallet for passivt tøj højere end i ovenstående udenlandske studier. Se kommende sider.

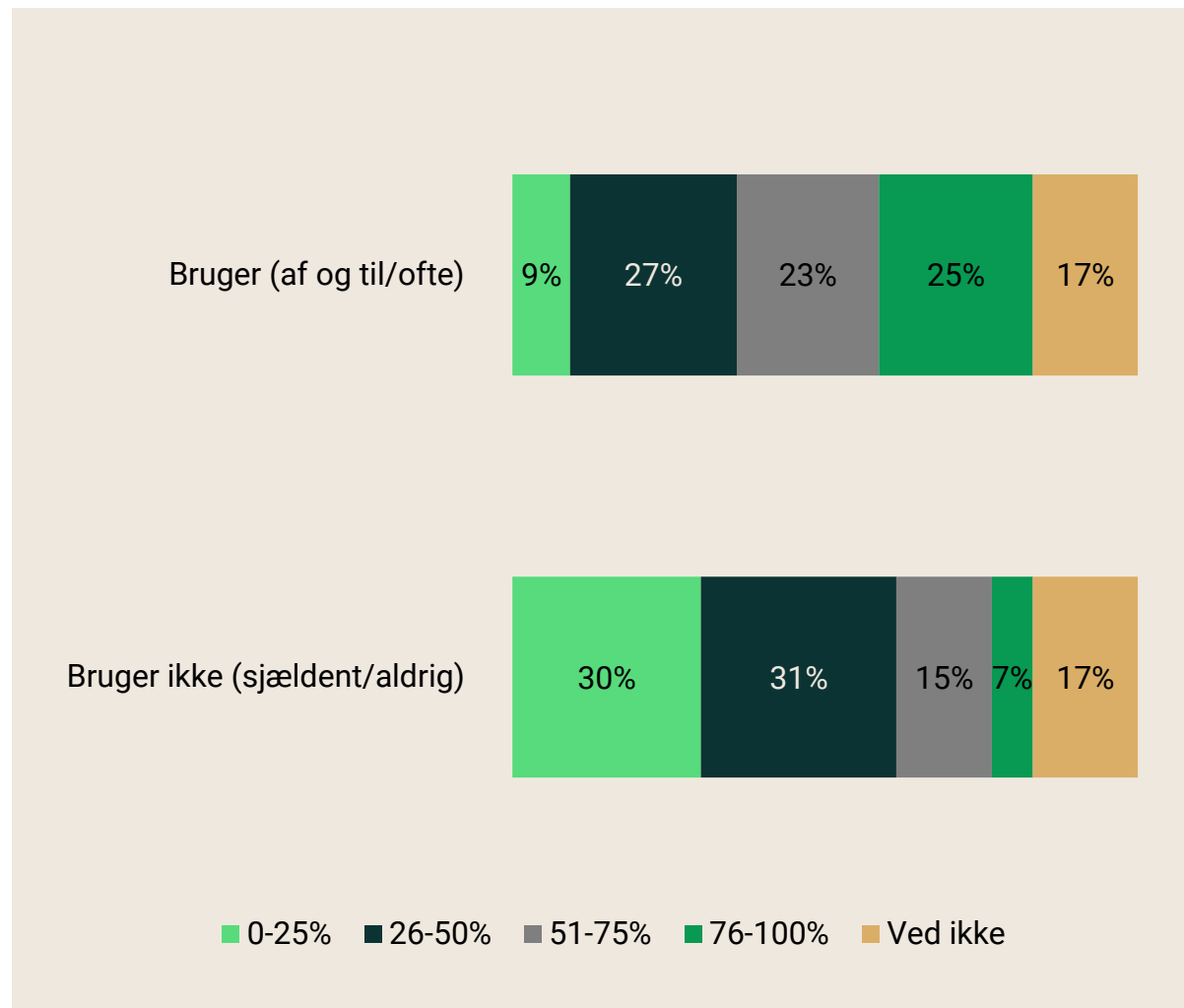
*Kilder:

Maldini, I., Duncker, L., Bregman, L., Piltz, G., Duscha, L., Cunningham, G., Vooges, M., Grevinga, T., Tap, R., van Balgooi, F., 2017. Measuring the Dutch Clothing Mountain. Amsterdam.

WRAP, 2017. Valuing Our Clothes: the Cost of UK Fashion.

Hvad er fordelingen i din garderobe mellem tøj du bruger (af og til/ofte) og tøj du ikke bruger (sjældent/aldrig)?

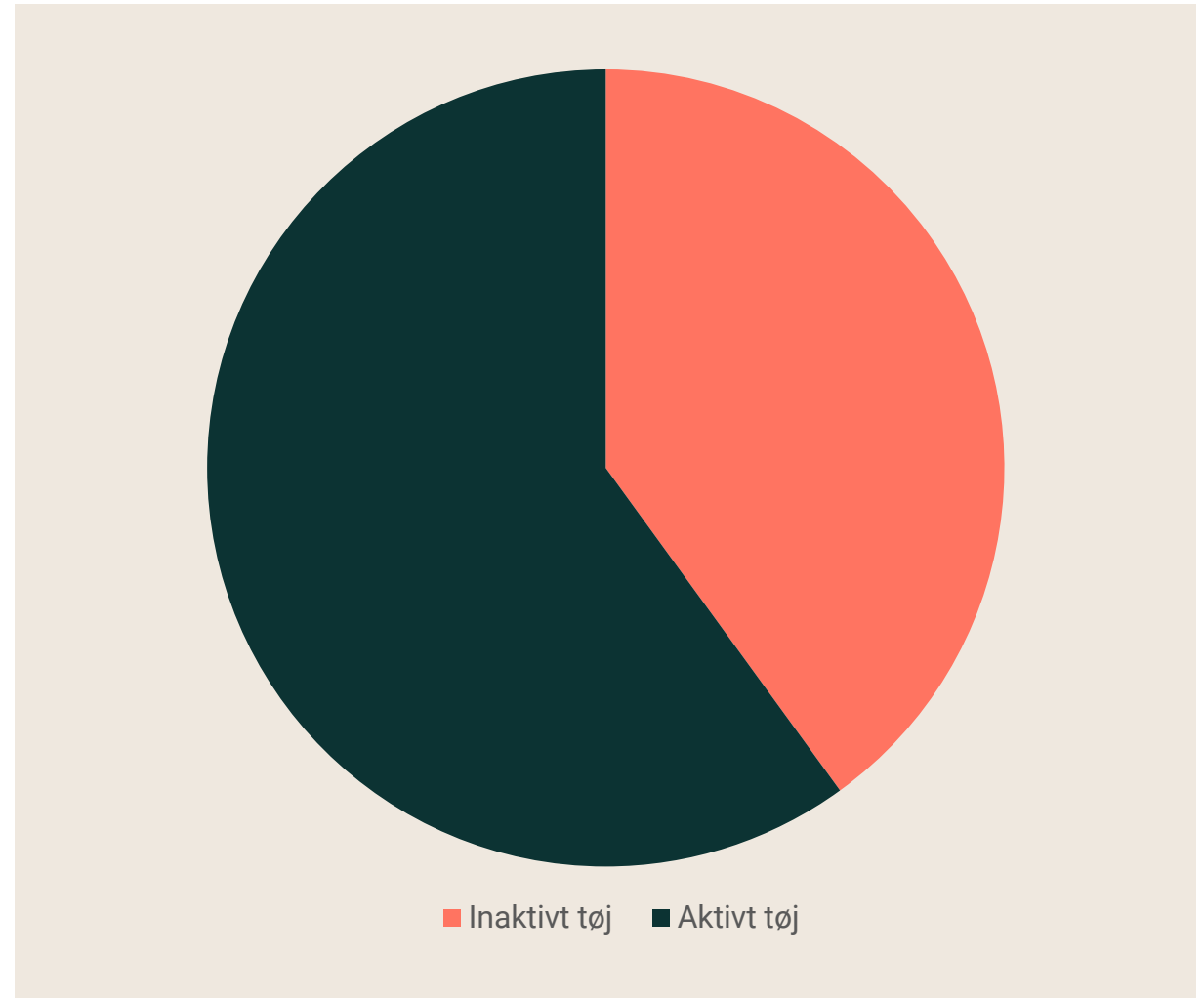
Respondenterne har selv vurderet en procentvis fordeling mellem hvor meget tøj, de henholdsvis bruger (af og til/ofte) og ikke bruger (sjældent/aldrig). YouGov har efterfølgende inddelt besvarelsene i ovenstående kvartiler. 48 procent af respondenterne bruger +50% af tøjet i deres garderobe ofte. Hvorimod 22 procent svarer, at de ikke bruger +50% af tøjet i deres garderobe. Og 7 procent svarer, at de ikke bruger +76 procent af deres tøj.



Brug: Fordeling aktivt og inaktivt tøj

Danskerne vurderer i gennemsnit, at fordelingen af aktivt og inaktivt tøj i deres garderobe er 60 procent aktivt versus 40 procent inaktivt.

Trods de metodiske usikkerheder i disse estimater er dette en vigtig indsigt. Der er et stort potentiale for at give disse kæmpe mængder *selvvurderet* inaktivt tøj nyt liv igen; helst i eget klædeskab.



Hvad kendetegner især det tøj, du oftest bruger fra din garderobe? Du kan markere op til tre svar

Pasform (62%) og personlig smag (56%) er klart de vigtigste parametre for det tøj, folk ofte bruger. Hertil er det også vigtigt, at tøjet har en god kvalitet (35%). Det stemmer overens med litteraturstudier, der viser, at god pasform er vigtigst. Parametre som moderigtighed (8%), affektionsværdi (4%), bestemte mærker (13%) fylder ikke så meget i svarene.

Signifikant

- **Pasform:** Kvinder 67 procent (mænd 56%), ældre 66 procent.
- **Personlig smag:** Kvinder 63 procent (mænd 50%)
- **Kvalitet:** Mænd 44 procent (kvinder 27%), ældre 40 procent (yngre 31%, unge familier 30%, lavindkomst 28%), selvstændige erhvervsdrivende 49 procent.
- **Brands:** Mænd 18 procent (kvinder 9%)
- **Moderigtigt:** Yngre 10 procent (ældre 5%)

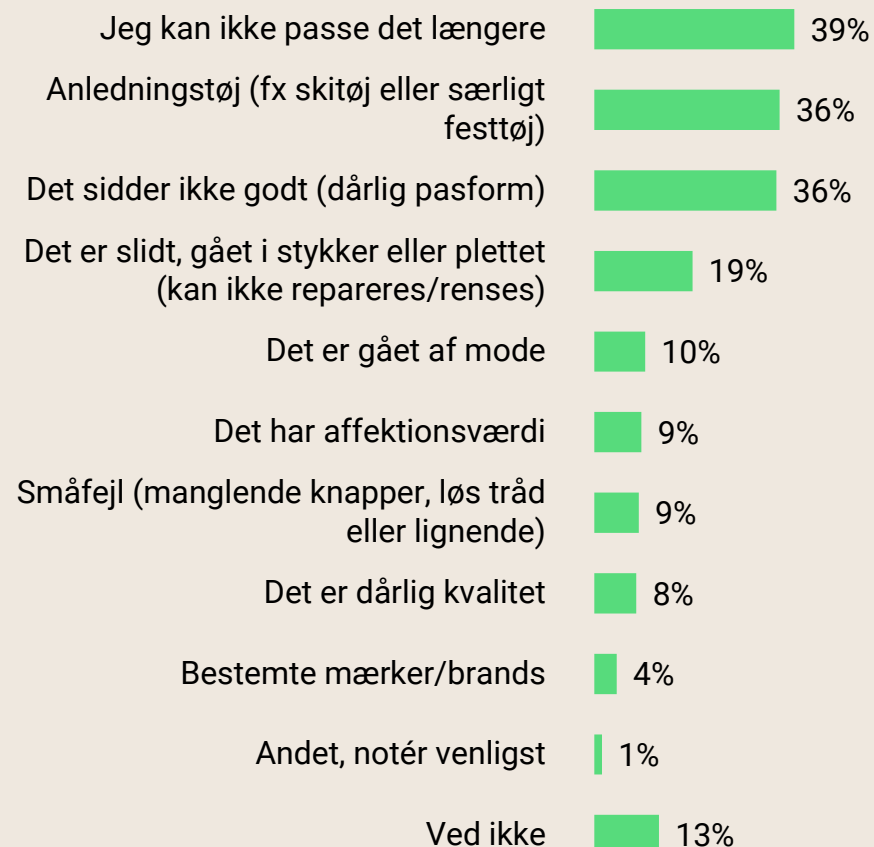


Hvad kendetegner især det tøj, du sjældent/aldrig bruger fra din garderobe? Du kan markere op til tre svar

39 procent svarer 'jeg kan ikke passe det længere' og 36 procent svarer 'Det sidder ikke godt (dårlig pasform)', altså er pasform en meget væsentlig faktor. Hertil svarer 36 procent, at de ikke bruger 'anledningstøj' særligt ofte. Det kan særligt være festtøj eller sæsontøj, der ligger hen. Få svarer, at det er på grund af kvaliteten (8%), men 19 procent svarer, at det er for slidt til at blive repareret eller renses.

Signifikant

- **Passer ikke:** Kvinder 43 procent (mænd 35%)
- **Anledningstøj:** Kvinder 42 procent (mænd 31%)
- **Dårlig pasform:** Kvinder 41 procent (mænd 30%, erhvervsaktive uden hjemmeboende børn 26%, børn 12-17 år 29%)
- **Slidt:** Mænd 24 procent (kvinder 14%), ikke-erhvervsaktive 25 procent
- **Mode:** Yngre 10 procent (ældre 5%)



Årsager til, at informanternes tøj ikke bruges

Informanterne blev bedt om at finde alt det tøj, de ikke bruger, og inddele det i kategorier for, hvorfor det ikke bruges. Herunder er informanternes kategorier grupperet og har fået nogle fælles overskrifter:

Manglende anledning (for meget festtøj til for få fester eller for meget sportstøj)

Bedre muligheder (flere af de samme stykker tøj)

Hvad nu hvis-tøj (tøj med en tanke om at få det brugt igen)

Dårlig kvalitet/slidt/i stykker/krympet/ misfarvet/for brugt

Passer mig ikke mere (stil, kropsbygning, selvbillede, beskæftigelse for eksempel tidligere arbejdstøj)

Dårlig pasform: det sidder ikke godt/behageligt

Fejlkøb, herunder impuls-/ nødvendighedskøb (manglede akut noget og købet blev ikke gennemtænkt) og billige køb uden omtanke

Tøj man **glemmer** (for eksempel gemmer sig bagerst i skabet eller nederst i bunken)

Arvetøj eller **gaver**, der ikke bliver brugt

Klenodietøj/mindetøj/affektionstøj og souvenirs (svært at skille sig af med)

Besværlig (skal stryges/håndvaskes eller er svært at style eller matche med andet)

Utroligt mange skabe, kældre mm. Er fyldt med ”affektionstøj”

Stort set alle informanter fra den kvalitative undersøgelse har ”affektionstøj”, ”mindetøj” eller ”fortidslevn”, som de ikke kan skille sig af med, fordi tøjet er forbundet med minder om en særlig tid eller begivenhed. De bruger det ikke og ved godt, at de formentlig aldrig kommer til det, men de vil gerne beholde det.

Hos nogle udgør dette affektionstøj ikke så store mængder og er dermed blot et par klenodier. Måske bringer det glæde og gode minder. Men hos enkelte er rigtig store mængder tøj placeret i denne kategori, uden at minderne nødvendigvis virker så stærke og uden at tøjet bringer glæde. Her bliver grænsen mellem affektionstøj og samlertendenser mere udvisket.

*”Jeg har meget svært ved at smide ud
– hvis jeg lige pludselig en dag tænker,
at det skal jeg bruge igen”*

Mand, 30 år

Tid og overskud til at se tøjet i øjnene italesættes som en barriere

For lidt tid til refleksion, overblik og eksperimenter: Tid nævnes ofte som en barriere i forhold til at reflektere over det tøj, man har. Særligt fremhæves manglende tid og overskud om morgenen som en vigtig faktor for, at det er det samme tøj, der kommer i brug, og det samme, som ikke kommer i brug. I nogle tilfælde er specifikt tøj for krævende at tage i brug på grund af tøjets materialitet, når det for eksempel skal stryges eller håndvaskes, men det kan også være, når det stilmæssigt er for svært at matche med resten af garderoben, hvis det for eksempel ikke passer med så meget i resten af garderoben.

Derudover er det for nogle forbundet med kropslig eller stilmæssig usikkerhed at skulle gennemgå sit tøj; måske fordi man har taget på og ikke længere kan passe det, eller ikke har selvtillid til egne evner i at finde garderobeglæde når man igangsætter garderobegennemgang. Bevidstheden om, at så meget tøj ligger i skabet og fylder uden at blive brugt, kan være forbundet med ubehag. Meget af tøjet vidner om fejkøb, at kroppen har

forandret sig, siden man købte tøjet, at man købte tøj i for dårlig kvalitet eller måske, at man drømte om en anden still, da man købte tøjet, som, man nu har måtte indse, ikke passer til en i praksis. Det passive tøj fylder og vidner om spildte penge og kræfter.

Der er potentiale for at se dette passive tøj i øjnene. Først og fremmest for at få det i brug igen (frem for at købe nyt), men også for at blive klogere på, hvad man reelt bruger og ikke bruger med henblik på at blive bedre til at købe sit yndlingstøj fremover. Hvis man ser tøjet i øjnene frem for at det ligger passivt hen bagerst i skabet, er der også potentiale for at indse, hvor mange ubrugte ressourcer, man kan ende med at spilde, hvis man ikke er velovervejet i sine tøj køb.

"Det ville være det ultimative for mig at have få ting og bruge alt det jeg har, men det vil kræve en masse energi at omtænke mit klædeskab"

Kvinde, 27 år

"Jeg tror, at jeg skal have tøjet på et par gange, og få det i gang og skabe nogle sæt, hvor jeg ved, at det fungerer. Men ofte har jeg ikke tid til at skabe sæt i hverdagen, fordi det bare skal fungere. Jeg prøver bevidst at undgå den stressede situation om morgenen"

Kvinde, 28 år

Plads og overblik i garderoben spiller ind på brug

De fleste fylder det plads ud, de har. Er klædeskabet eller boligen lille, er der mindre tøj, er klædeskabet eller boligen stor, er der mere tøj. De store mængder er i sig selv en barriere for at få brugt det hele. Når klædeskabsdøren ikke længere kan lukkes, bliver det anledning til oprydning og udsortering.

Garderobeoverblik spiller en rolle for, hvad der kommer i brug. Manglende overblik over tøjet giver mindre brug. Det tøj, der kan ses, er det tøj, der bruges. Tøj som ligger længst fremme i skabet er det, der bruges, mens det, som ligger bagerst, bruges langt mindre. Nogle informanter har gjort forsøg på at komme manglende garderobeoverblik til livs med garderobesystemer, men det har kun holdt kort tid, 2 til 3 måneder. En enkelt informant har dog udviklet et virkelig godt garderobeoverblik, idet hun bevidst har smalle hylder, hvor hun har nemt overblik over alt sit tøj.

"Så længe der er plads i skabet, så går det"

Mand, 46 år

"Jeg prøver at skalere min garderobe ned, og det er derfor, jeg har anskaffet mig det her skab. Før havde jeg et IKEA skrummel, og der fyldte jeg det ud. Det er ligesom med en rejsetaske, så fylder man ud i den"

Mand, 27 år

"Der er meget tøj jeg ikke får brugt, fordi jeg ikke kan se det. Når jeg så rydder op, så er det sådan: 'Gud har jeg den, den er sgu da mega fed.' Det opdager jeg hver gang, jeg rydder op i det"

Mand, 30 år

Hvad ved vi om, hvordan tøj bliver aktivt?

- At vi værdsætter det tøj, vi har, og har positive følelser over for tøjet, kan tilskynde os til at bruge det i længere tid – og passe på det.
- Når vi er bevidste om, hvad det er for noget tøj, der fungerer godt for os, og som vi rent faktisk går med, og bevidst tager den viden med når vi går ud at shoppe, kan det mindske risikoen for fejkøb (og når vi holder orden i klædeskabet)
- Inaktivt tøj hænger ofte sammen med affektionsværdi eller en "hvad nu hvis situationen ændrer sig"-tænkning

Kilde: **Kirsi Laitala & Ingun Grimstad Klepp:**
Clothing Longevity: The Relationship
Between The Number of Users, How Long
and How Many Times Garments are Used
(2021)

Vask og vedligeholdelse

Hvad ved vi om vedligehold og tøjvask?

- Tøjvask har stor indflydelse på miljøbelastningen og er en væsentlig faktor for den samlede i et stykke tøjs livscyklus.
- Vaskemaskinerne er underbelastede, temperaturerne er for høje, vi vasker hyppigt, og vi doserer forkert.
- Danmark: Yngre husholdninger (27%), husholdninger med børn mellem 0 og 5 år (26%) og kvinder (23%) siger, at de oftere end gennemsnittet vasker ved 30 grader. Blandt de 35 til 55+ årige er der større sandsynlighed i forhold til gennemsnittet (61%) for, at 40 grader er standardindstillingen

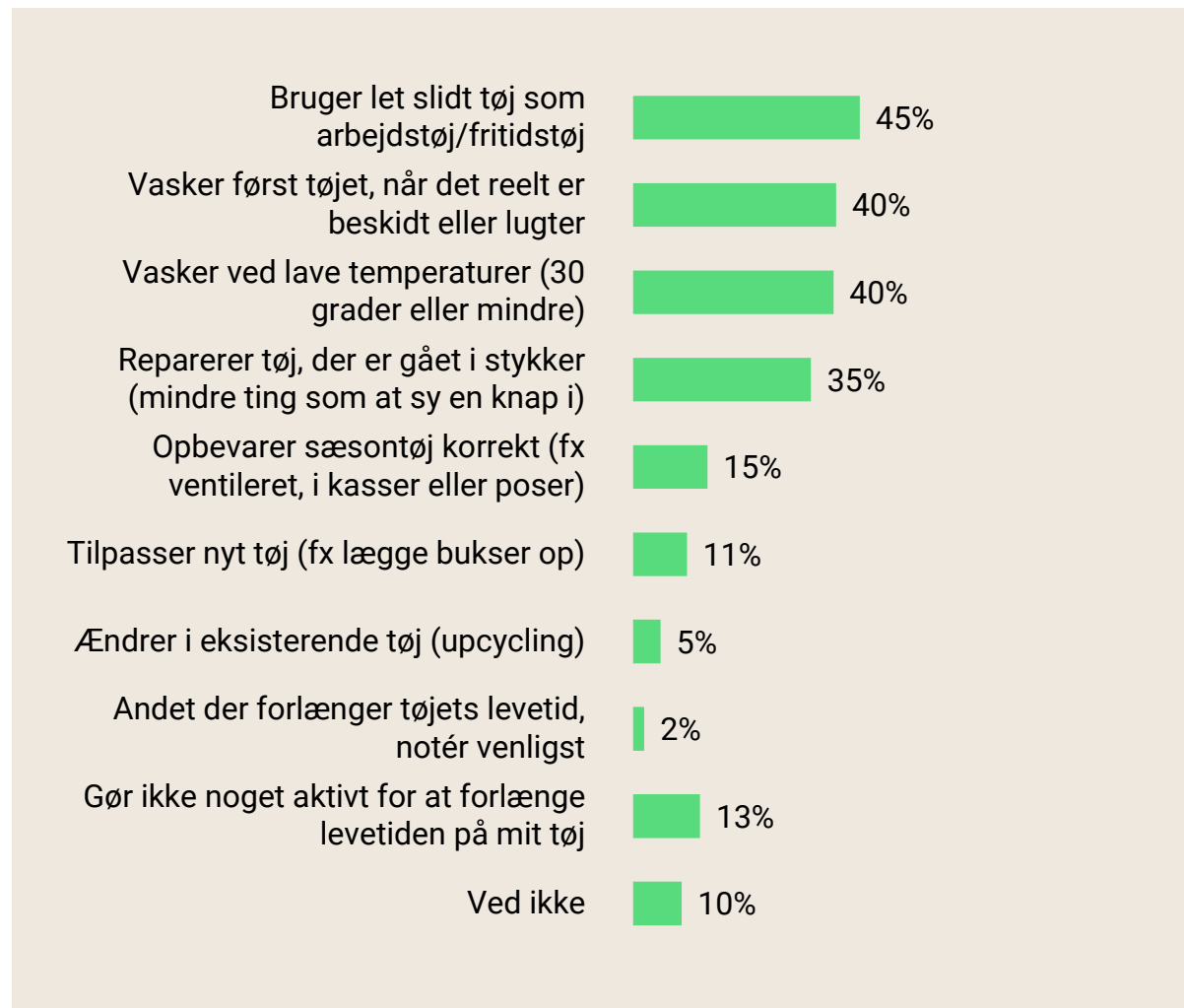
Kilde: **UK WRAP**: Consumer Research for ECAP 2016-2019 (2019)

Kilde: **EU's Joint Research Center**

Hvad gør du aktivt for at forsøge at forlænge levetiden på dit tøj? Du kan markere flere svar

Signifikant

- **Vask:** Kvinder venter i langt højere grad med at vaske tøjet end mænd (46% vs. 35%) + de lavere indkomstgrupper
- **Vask:** Kvinder vasker ved lavere temperaturer end mænd (46% vs. 33%), især de 25 til 39-årige
- **Reparation:** Kvinder reparerer i højere grad end mænd (43% vs. 27%), i Hovedstaden reparerer flere tøj og dem med laveste indkomst reparerer og tilpasser i højere grad end andre
- I små byer (under 10.000 indbyggere) gøres der markant mindre for at vedligeholde tøjets levetid



Tøjvask handler meget om vaner – og rollefordeling i hjemmet

Mange tager ikke stilling til, hvorvidt tøjet reelt trænger til vask. De er vant til, at tøjet skal i vasketøjskurven, når de tager det af om aftenen. Blandt flere mandlige informanter er det deres partnere, i disse tilfælde kvinder, der står for tøjvasken i hjemmet. Refleksioner omkring skånsom tøjvask af deres eget tøj og hvor ofte tøjet trænger til hvilke typer vask bliver op til en anden end tøjets ejer.

I den kvantitative undersøgelse har folk svaret på, hvad de aktivt gør for at forlænge levetiden på deres tøj. Her svarer 40 procent, at de 'vasker først tøjet, når det reelt er beskidt eller lugter'. Der er altså mere end halvdelen af respondenterne, der *ikke* venter med at vaske tøjet, til det reelt er nødvendigt.

Kvinder venter i højere grad med at vaske tøjet end mænd (46% vs. 35%). Kvinder vasker også ved lavere temperaturer end mænd (46% vs. 33%), især blandt de 25 til 39-årige. Se næste side for mere information om skånsom vask.

"Jeg er nok lidt slem til tøjvask. Bukser og jeans går jeg i længe, men jeg vasker mine skjorter og t-shirts efter bare én gang i brug, uden at det måske er nødvendigt. Men jeg kan godt lide, at når jeg tager det på, når jeg har været i bad, at jeg selv er ren og tøjet også er rent"

Mand, 30 år

Hvad er skånsom vask? Og forestillinger om renhed

Blandt mange af informanterne er der manglende viden om, hvilke temperaturer der egentlig skal vaskes på for forskellige beklædningsgenstande, og hvad skånsom vask egentlig er. Flere udtrykker, at de prøver at vaske skånsomt på 40 eller 60 grader. Dertil hører også forestillinger om renhed: kan man vaske undertøj på 30 grader? Idéer om renhed og hygiejne bliver en barriere for at vaske mere skånsomt, fordi man ikke har lyst til at være uhygiejnisk.

Information om skånsom vask bliver ikke altid troet på, fordi det kan clashe med kulturelle normer og forestillinger omkring renhed.

I den kvantitative undersøgelse har folk svaret på, hvad de aktivt gør for at forlænge levetiden på deres tøj. Her svarer 40 procent, at de 'vasker ved lave temperaturer (30 grader eller mindre)'. Der er altså mere end halvdelen af respondenterne, der *ikke* vasker ved lave

temperaturer. Dog kan dette hænge sammen med, at respondenterne vasker nogle ting såsom undertøj eller sportstøj ved højere temperaturer og dermed ikke har svaret, at de vasker ved lave temperaturer, selvom de måske vasker langt størstedelen af deres tøj skånsomt.

"For eksempel får man at vide, at man ikke behøver vaske sine håndklæder og undertøj på 60 grader, at det er nok med 20 grader, men aarg det skal jo være rent, så vi vasker stadig på 60 grader. Så der er en eller anden form for omsætning i, at det nok ikke passer, og så gør man, som man plejer, fordi man ikke vil risikere uhygiejniske tekstiler"

Mand, 35 år

Præmis for hverdagslivet er, at tøj bliver beskidt = meget vask. Noget tøj er for dårlig kvalitet og kan derfor ikke vedligeholdes

Flere udtrykker, at de har en hverdag, hvor det er en præmis, at tøjet bliver beskidt og slides. Det gælder særligt informanterne med børn, men også dem med en aktiv hverdag, som ikke vil begrænses for at passe på, om tøjet bliver beskidt.

For informanterne ville det hjælpe, hvis tøj generelt havde en højere kvalitet og var mere slidstærkt, så tøjet bedre passede til livsomstændigheder uden hurtigt at blive slidt op af almindeligt brug. Noget tøj krymper og mister facon og farve i vask. Det bruges ikke, fordi det er for slidt for hurtigt, samtidig med at informanterne ej heller kan optimere dets pleje og sikre vedligeholdelse og dermed forlænge levetiden af tøjet.

[Viser t-shirt, som han kalder for uslidelig] "Den ændrer ikke form ligesom den her [viser anden t-shirt], som har kostet fire gange så meget. Dem med den holdbare t-shirt laver arbejdstøj og har lavet en anden cyklus end dem, der gerne ville sælge noget nyt"

Mand, 35 år

"Lige nu så bliver det vasket meget, fordi jeg har børn"

Kvinde, 32 år

"Jeg er lidt dårlig til at behandle mit tøj nice, fordi jeg sidder på græs, og jeg har ikke lyst til at tænke over, hvordan jeg bevæger mig"

Kvinde, 27 år

"Jeg har svært ved at finde noget, som holder formen"

Kvinde, 42 år

Reklamere, reparere og tilpasse

Hvad ved vi om reparation af tøj?

- Pris og kvalitet er afgørende for, om tøj reparerer
- Mangel på viden om reparation er en barriere – pris for professionel reparation er en anden
- Den største barriere er den lave pris (og kvalitet) på nyt tøj
- Viden om forbrugerrettigheder – fx to års reklamationsret – kan føre til flere reparationer
- Flere kvinder en mænd føler sig fortrolige med at reparere

Kilde: **Kirsi Laitala, Ingun Grimstad Klepp, Vilde Haugrønning, Harald Throne-Holst & Pål Strandbakken**: Increasing repair of household appliances, mobile phones and clothing: Experiences from consumers and the repair industry (2021)

Informanterne har meget forskellige tilgange til reparation

Halvdelen af informanterne reparerer selv tøj (mestrer det i mere eller mindre grad) og nogle får andre til at reparere (skrædder/ svigermor/ nabo). For nogle er reparation slet ikke en overvejelse; ofte har de heller ikke evnerne. For disse virker det ikke realistisk, at de kommer til at reparere deres tøj. På grund af manglende evner eller forestillinger om, at det er dyrt/besværligt at få repareret noget ignoreres slitagen eller tøjet ved at gemme det af vejen, eller man smider det til genbrug eller genanvendelse.

Enkelte har fordomme om, at det at reparere tøj kun er noget man gør, hvis man er "gået i hundene" (se citat).

I den kvantitative undersøgelse svarer 35 procent, at de "reparerer tøj som er gået i stykker (mindre ting som at sy en knap i)". Langt størstedelen reparerer således *ikke* deres tøj. Kvinder reparerer i højere grad end mænd (43% kvinder versus 27% mænd).

"Hvis jeg nu havde en tøjstil, hvor tingene kostede mere end det gør, så ville jeg nok synes, det var det værd at reparere det. Men ikke når det er sorte t-shirts."

Mand, 38 år

"Det er meget teoretisk (at skulle til at reparere). Det kunne jeg ikke se for mig. Så skulle der virkelig ske nogen vilde ting. At jeg gik i hundene. At jeg mistede mit arbejde. At vi var så langt ude, at vi blev nødt til at reparere vores egne ting"

"Altså jeg har jo engang fået et symaskine-kørekort, men det er noget, jeg har glemt igen, hvis jeg skal være helt ærlig"

Mand, 48 år

"Det eneste jeg kan komme i tanke om er gået i stykker, det er en stor oversized skjorte, hvor knapperne er faldet af, og jeg kan ikke finde ud af at sy dem på, så det lever jeg bare med"

Kvinde, 36 år

"Jeg har lige haft nogen omgange, hvor jeg reparerede en del forskelligt. Det var ting, jeg gerne vil gå med, så nu skulle jeg få det gjort"

Mand, 27 år

"Jeg havde faktisk en skjorte den anden dag, som jeg syede en knap i. (...) Jeg ville gerne begynde at bruge den igen. Min kæreste kiggede lidt mærkeligt på mig, da jeg gjorde det"

Kvinde, 32 år

"Det er ikke sådan, at jeg kunne finde på at gemme et par jeans for at få dem lavet, hvis der var hul i skridtet. Det er lige så nemt for mig at gå ud og købe et par nye, også fordi jeg ikke selv ville kunne finde ud af at reparere dem"

Mand, 30 år

Flere har en ”reparationsbunke”, der kan ligge meget længe

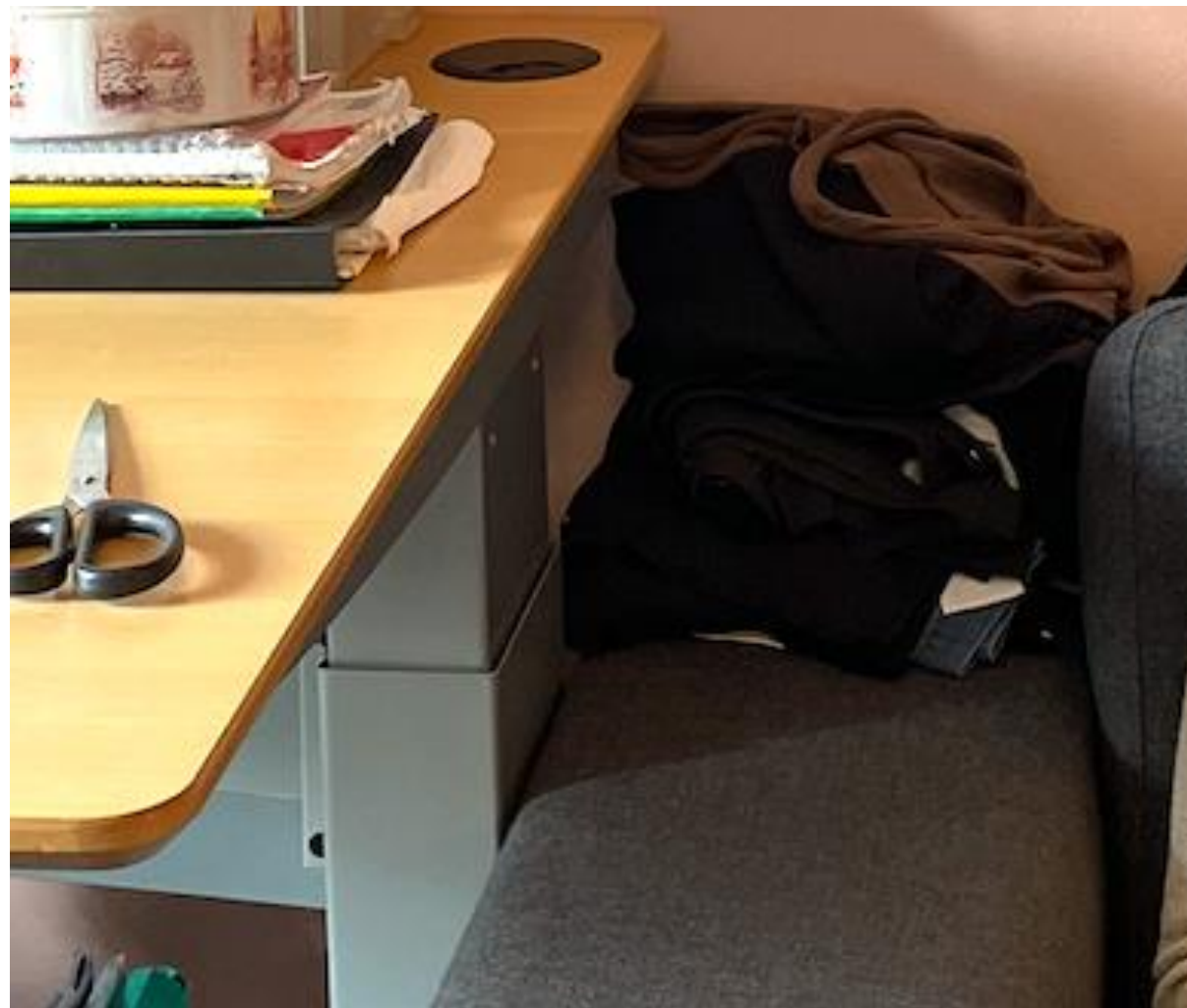
Der er en tendens blandt informanter, som selv kan reparere, hvor reparationsbunken ofte havner i en kasse eller på en hylde, hvor det kan ligge længe, indtil man (måske) får rykket på det. Bunken bliver ofte større og større. Der mangler anledninger til at få det gjort.

”Det tøj, der skal repareres, ligger i en bunke derovre (peger på sofaen). (...) Bunkerne af ting der skal laves om er ret stor. Fordi jeg ofte har købt ting på loppemarked, der skal laves”

Kvinde, 27 år

”Det (kiste med tøj) er sådan en blanding af tøj der skal lappes og det, der tit går lidt huller i. Så det er mit lappeskab/tekstil skab, hvor der også ligger stof til kjoler og også tøj, som jeg egentlig tror godt kan upcycles”

Kvinde, 32 år



Der foretages prioriteret rækkefølge af reparation

Beklædningsgenstande af højere værdi bliver i højere grad prioriteret til at blive repareret. Mange informanter nævner, at hullede strømper ofte ryger i skraldespanden.

Tøj i dårlig kvalitet orker man ikke reparere:

Noget tøj krymper eller mister facon og farve i vask og kan ikke betale sig at reparere. Man gider ikke reparere tøj af dårlig kvalitet. Hvis der ikke er investeret noget i tøjet (tid, penge, følelser), er der en tilbøjelig til at investere mindre tid eller penge i at få tøjet repareret.

"Hvis der går hul i et par strømper, så ryger de i skraldespanden. Hvis det er en uldtrøje, prøver jeg selv at sy den. Hvis det er en knap, der er røgt af, så glemmer jeg ofte, hvor jeg har lagt den ekstra"

Mand, 35 år

Mange forestiller sig, at skræddere er dyre og eksklusive

Få informanter har prøvet at få noget repareret professionelt (med varierende succes). En informant får ofte lagt tøj op af en skrædder, fordi bukser altid er for lange, og hun er glad for den professionelle hjælp. En anden har prøvet en billig skrædder med blandet succes (se citat). De fleste har ikke prøvet det, og de giver udtryk for, at det er dyrt, og at priserne er uigennemskuelige. Dette er snarere en forestilling end en egentlig erfaring. Mange aner heller ikke, hvor de eventuelt skulle finde en skrædder. De overvejer ikke at undersøge det, fordi det virker så fjernt for dem at skulle få repareret eller tilpasset tøj professionelt.

"Vi har et problem [i forhold til at lave bæredygtige løsninger] i Danmark i forhold til arbejds løn. Jeg kan selv sy og lime, men professionelt er det at få stillet en diagnose dyrere end at købe noget nyt (...) Så ved jeg godt, at man kan få sparring nogle lørdage hvor nogen kan hjælpe, men det har jeg ikke tid til; det er for studerende og pensionister."

Mand, 35 år

"(om oplevelse med reparation) Den købte jeg, og så var den for stor. Jeg fik den syet i ved skulderen af en skrædder (...) Jeg fandt hende på Facebook; Sydhavns bedste karmagruppe (...) Hun tager 75 kroner i timen (...) Jeg fik også lavet den her nederdel, men det har hun faktisk gjort ret dårligt (viser os at den er skæv)"

Kvinde, 27 år

Videregiv og bortskaf ansvarligt

Giv tøjet nyt liv

FORBRUGERRÅDET
 **tænk**

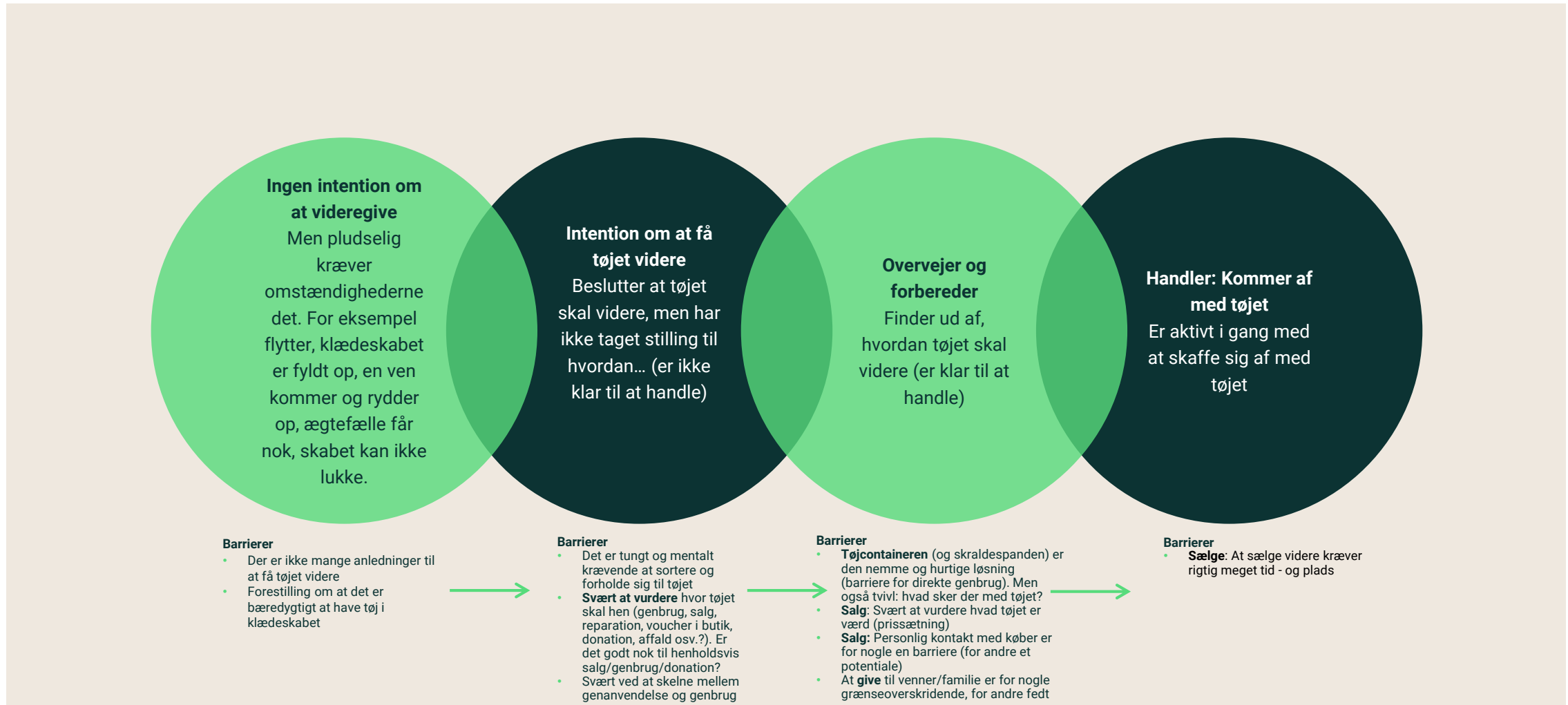
Jo mere værdi tøjet har for os, des højere i affaldshierarkiet

Generelt udtrykker informanterne, at jo mere værdi, de tillægger tøjet, des højere er det i affaldshierarkiet. Det vil sige, at tøj af høj værdi passes bedre på, vedligeholdes og bruges længe, mens tøj af lav værdi hurtigere ryger ud (i skraldespand eller container).

Værdien er både økonomisk: dyrt og godt tøj bliver oftere solgt videre eller doneret til venner/familie. Men også en værdi tillagt på baggrund af, hvor meget tid og energi, man selv eller andre har lagt i tøjet: hjemmestrikkede ting tages der bedre vare på, og hvis tøjet har særlig affektionsværdi behandles det også bedre.

Hvis der opnås et bedre forhold til ens tøj, så passer vi bedre på det. Og hvis vi formår at reflektere over, hvorvidt vi vil værdsætte tøjet, vedligeholde og pleje det, kan vi potentielt forebygge overforbrug og uhensigtsmæssigt indkøb af tøj, der ender med ikke at blive brugt.

Rejsen: Sådan kommer tøjet (omsider) videre



Strandet tøj er i forhåbningsfase

Strandet tøj i garderoben er ofte knyttet til forhåbninger. Forhåbningerne er mange. Eksempelvis at tid vil blive en naturlig indikator og afgørelse for, at er tøjet modnet/gammelt nok til at indse, at det ikke kommer i brug, og at det skal videre. Derudover eksisterer der en forhåbning om, at der vil komme et tidspunkt, hvor tøjet afprøves og potentielt kommer til sin ret i et nyopdaget outfit. Eller måske et vægttab og tøjet så kan passe igen: blandt det strandede tøj er også meget tøj, der ikke passer længere, og der knytter sig derfor forhåbninger til tøjet om at komme til at tage sig på et tidspunkt.

Desuden er der en ængstelse forbundet med antagelsen om, at man måske vil komme til at fortryde, hvis man har skilt sig af med noget.

Mange af forhåbningerne handler om, at udskyde at se det passive tøj i øjnene. Det kan være en stor mental barriere at forholde sig til mængderne af tøj, som man spiller penge, kræfter og plads på.

"Jeg står bare og tænker "suk..." når jeg ser på den her bunke af tøj, jeg ikke bruger. Det er uoverskueligt, at jeg har så meget, som jeg ikke bruger så tit. Jeg ville ønske, at jeg kunne tage mig sammen til at komme af med noget af det"

Kvinde, 32 år

"Det er også en måde at holde noget lidt ved lige og tvinge mig selv til at sige: Kunne det være at lædernederdelen eller kunne det være at kimonoen denne her morgen kunne fungere? Nogle gange kræver det bare lige, at jeg tager det på eller giver det et skud og tænker: Det kan være, at der er nogle andre, der synes, at det er pænt"

Kvinde, 32 år

"Der er forskellige trin i det. En erkendelse af at sige, 'ej, hold nu op og send det videre'. Hvis jeg skulle se mig selv i øjnene, så kan jeg godt se, at det ikke bliver brugt"

Kvinde, 28 år

"Jeg kan måske passe det igen på et tidspunkt, så derfor kan det bare blive liggende"

Mand, 48 år

"Modningen har ikke været der... [man ikke har indset/indrømmet, at man ikke kommer til at bruge det igen]"

Kvinde, 52 år

Must have som aldrig bruges

Flere informanter har strandet tøj i deres garderobe, som for dem er 'must have', selvom de sjældent eller aldrig bruger det. Beklædningsgenstande som de beholder for, hvad-nu-hvis de skal bruge det i en given fremtidig situation. Det kan være en hvid skjorte, et slips, en sort kjole etc.

"Jeg er ikke typen, som tager ud og bader. (...) Jeg tager kun brusebade (...). Hvorfor har jeg badebukser? Det er fordi, det er unormalt ikke at have nogen. Det samme med et slips. Hvorfor har jeg et slips, når jeg aldrig går med det? Det har man bare. Jeg har også Netflix, selvom jeg aldrig ser det"

Mand, 38 år

Hvad-nu-hvis bortanskaffelser = nyanskaffelser

Flere informanter tænker, at der er en fare for, at når de fjerner tøj fra klædeskabet (for at skille sig af med det), fører det til, at de i panik køber nyt tøj for at have et stort nok udvalg.

"Jeg synes også at det er ærgerligt at rydde så meget ud, for jeg er lidt nevøs for, at jeg står med meget få elementer i mit klædeskab, at jeg så på et tidspunkt stresser ud og køb, køb, køb, for nu synes jeg ikke, at jeg har noget at tage på"

Kvinde, 28 år

"Førhen var jeg hurtigere til at skille mig af med tøjet, fordi så havde jeg en undskyldning for at købe noget andet. Fx hvis det ikke passede mig mere. Så tænkte jeg 'jamen nu har jeg lige skilt mig af med en hel masse, så nu står jeg jo og mangler noget!'. Men nej, du har jo ikke kunne bruge det i al den tid, du ikke kunne passe det"

Kvinde, 52 år

Manglende viden: Er det tøjspild at gemme tøj i skabet?

Det opfattes generelt ikke som tøjspild for informanterne at have store mængder tøj, der ligger hængt i skabet uden at blive brugt. Det er en overraskelse, når dette omtales som tøjspild.

"Det kommer måske lidt bag på mig, at tøjspild jo egentlig også er tøj, som man ikke bruger. Det havde jeg ikke rigtig tænkt på. Når jeg tænker over det, giver det mening. Jeg troede mere, at tøjspild var, hvis man købte meget hjem og så smed det væk med det samme. På den måde kan jeg godt se, at jeg også spilder meget tøj"

Mand, 30 år

"Julie [fra Norion] sagde lige inden de gik, om jeg havde overvejet, at alt det tøj, der ligger inde i skabet, også er tøjspild. Det har været interessant"

Kvinde, 32 år

"Det generer jo ikke så meget, at det er her, og vi har jo plads til det. Jeg kan måske passe det igen på et tidspunkt, så derfor kan det bare blive liggende"

Mand, 48 år

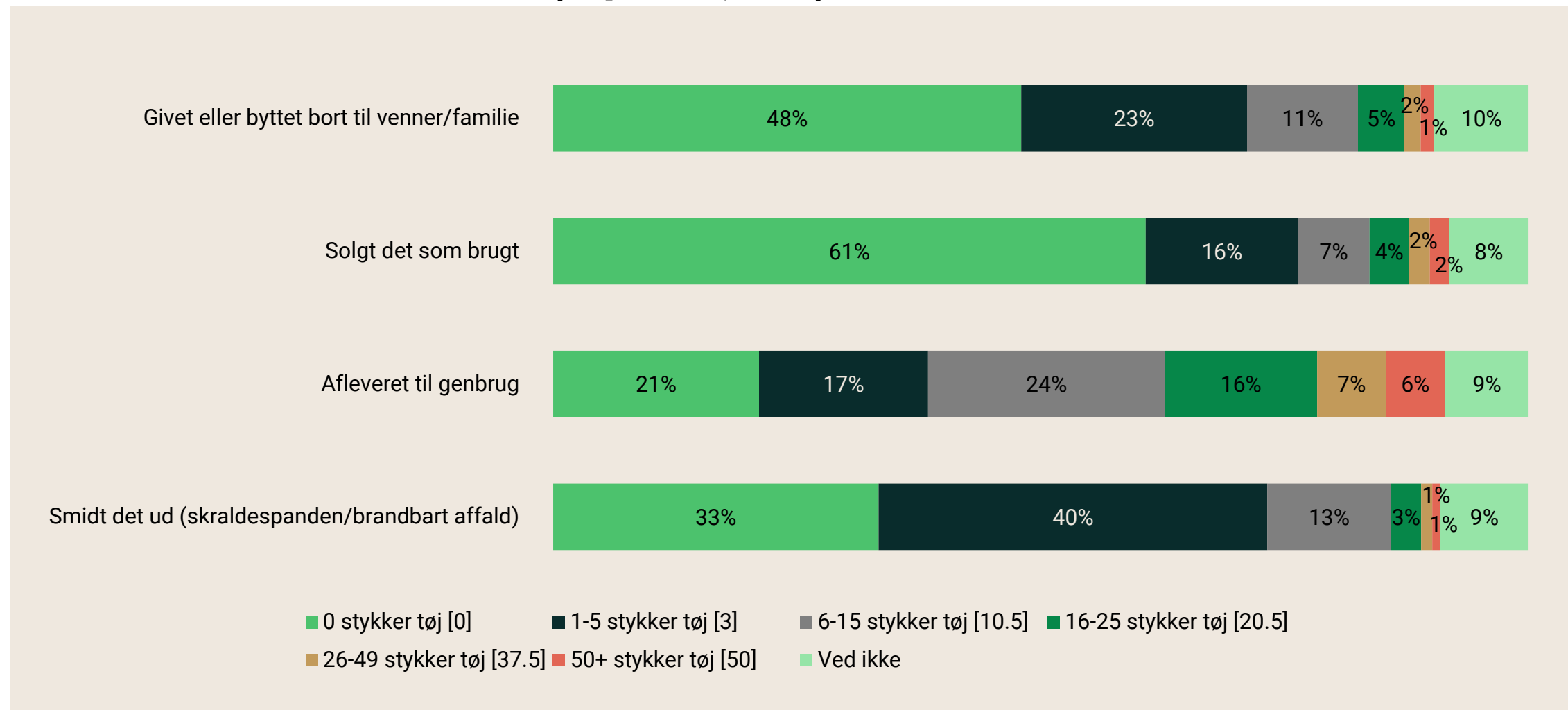
"Det fik mig til at tænke en ekstra gang, at det er spild, når tøjet ligger herhjemme, fordi så kan det ikke gøre noget godt derude. Den tanke har jeg ikke brugt så meget tid på før. Så tænkte jeg mere, at det er spild, hvis man smider det ud"

Kvinde, 27 år

"Så hvad var det så lige, der var bæredygtigt at gøre?" Jeg [Katrine, Norion] gentager, at det er bæredygtigt, at sørge for, at tøjet ikke strandes og ligger ubrugt. "Men hvordan kan det være bæredygtigt?" spørger hun undrende. Jeg uddyber, at det gælder om at bruge de tøjressourcer, vi allerede har i stedet for at producere og købe nyt – derfor er det bæredygtigt at få det til cirkulere, så det er i brug hos én selv eller hos andre.

Kvinde, 42 år

Tænk på de seneste 12 måneder. Hvor mange stykker tøj har du skilt dig af med på følgende måder, før tøjet i dine øjne var slidt op? Tænk også på om du har skilt dig af med tøj på vegne af andre medlemmer af husstanden (fx partner, børn)

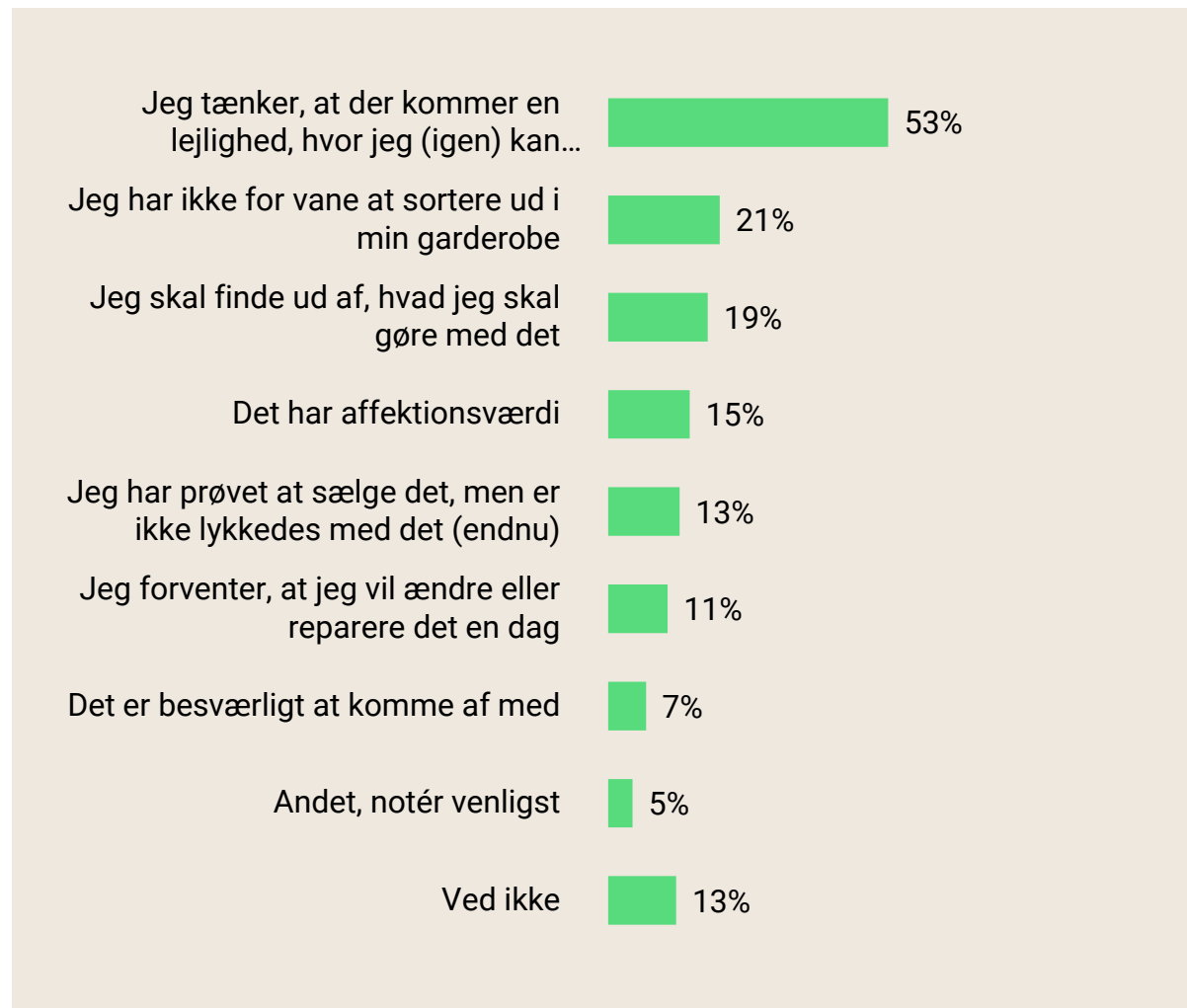


Hvad gør, at du beholder tøj i din garderobe, selvom du sjældent/aldrig bruger det? Du kan markere flere svar

Der er en klar overvægt, 53 procent, der beholder tøj i garderoben, fordi de tror, at de kommer til at bruge det igen. 21 procent rydder ikke så meget op i deres tøj og 19 procent ved ikke, hvad de skal gøre af tøj, de ikke bruger. Kun 7 procent har svaret, at de synes, at det er besværligt at komme af med. Dette vidner om, at barriererne ligger i *beslutningen* omkring, hvad der skal ske, snarere end det reelle besvær i praksis.

Signifikant

- **Lejlighed:** Markant flere kvinder (59%) end mænd (46%)
- **Mangl. sorteringsvaner:** Markant flere mænd (28%) end kvinder (14%) og unge familier (16%)
- **Affektionsværdi:** Langt flere i Hovedstaden (19%) end i Syddanmark (11%)

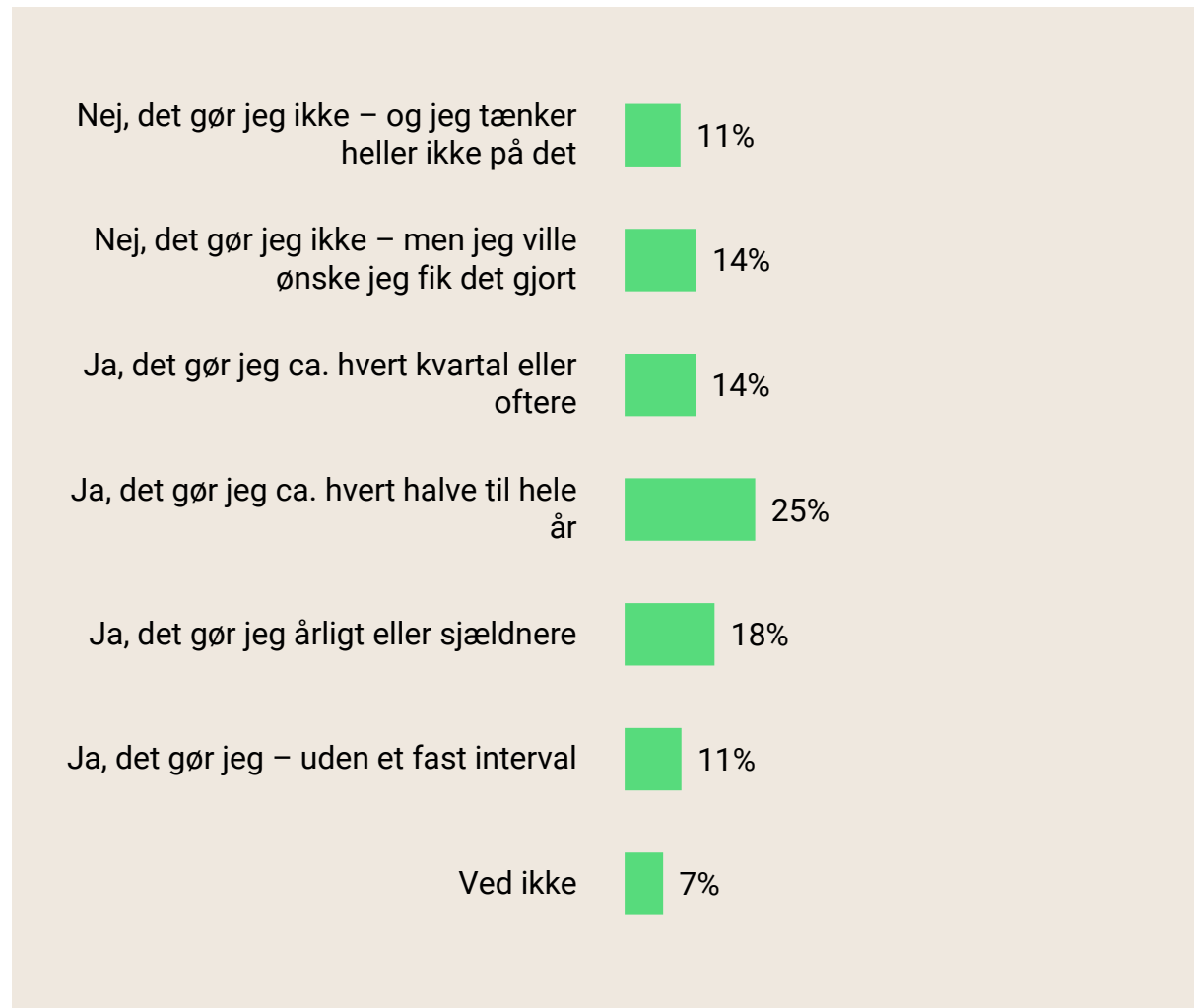


Forholder du dig med jævne mellemrum til tøjet i din garderobe, for eksempel rydder op og sorterer ud i tøjet?

68 procent forholder sig til tøjet i garderoben (med forskellige intervaller, heraf 18 procent 'årligt eller sjældnere'), og 14 procent ville ønske, at de gjorde det. 11 procent forholder sig ikke til sin garderobe i forhold til at sortere ud.

Signifikant

- **Nej (gennemsnit 25%):** Mænd (33%), kvinder (18%)
- **Ja (gennemsnit 68%):** Kvinder (77%), mænd (59%)

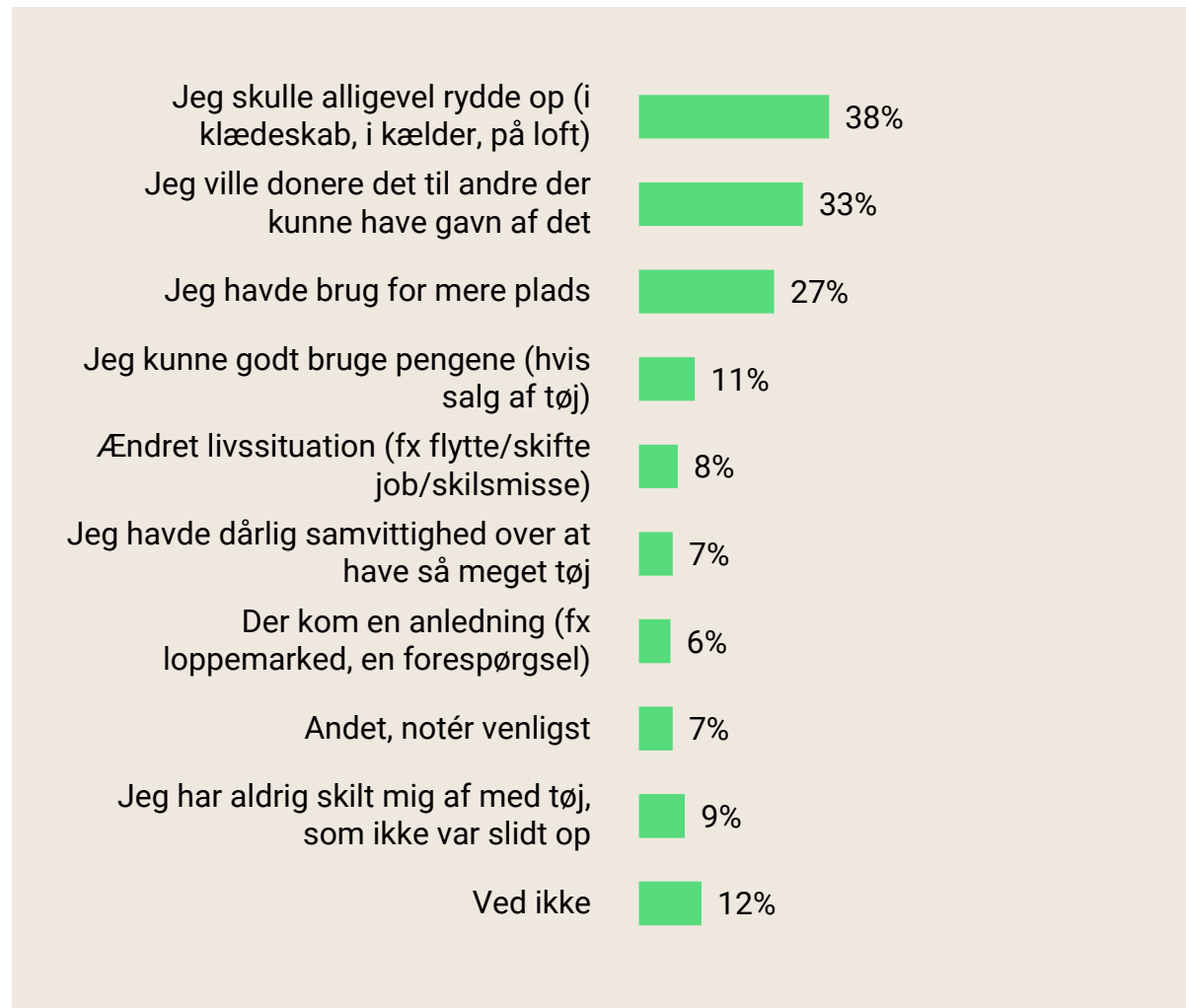


Tænk på den seneste gang du skilte dig af med tøj, som i dine øjne ikke var slidt op. Hvad var den afgørende faktor for, at du skilte dig af med dette tøj? Du kan markere op til 3 svar

En stor andel på 38 procent svarer, at de har skilt sig af med tøj, fordi de alligevel skulle rydde op og 27 procent svarer, at de havde brug for mere plads. 33 procent svarer, at de gerne vil have, at andre skulle have gavn af det. Relativt få (11%) svarer, at de har brug for pengene for solgt tøj. 8 procent svarer, at deres livssituation ændrede sig eller at der var en anden anledning (6%).

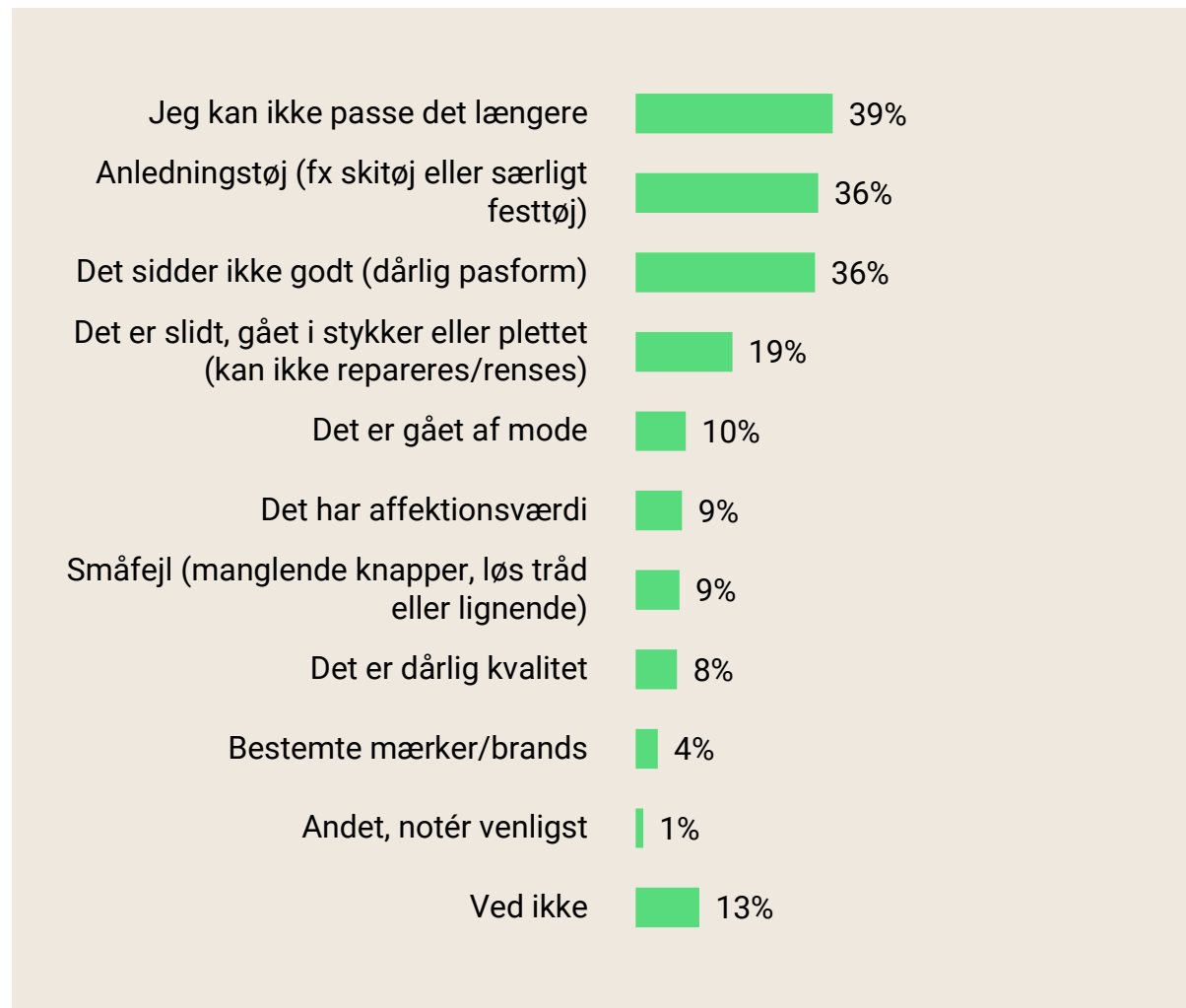
Signifikant

- **Rydde op:** Kvinder 42 procent (mænd 34%)
- **Donere:** Kvinder 36 procent (mænd 30%)
- **Bruge pengene:** Kvinder 17 procent (mænd: 6%), 25 til 39-årige 14 procent (40 til 50-årige 8 procent), studerende 19 procent (versus for eksempel ikke-erhvervsaktive 11 procent)
- **Aldrig:** Langt flere mænd (14%) og færre kvinder (5%), langt flere erhvervsaktive uden hjemmeboende børn (18%) og langt færre unge familier (6%)



Hvad kendetegnede det tøj du senest valgte at skille dig af med, inden det i dine øjne var slidt op? Du kan markere flere svar

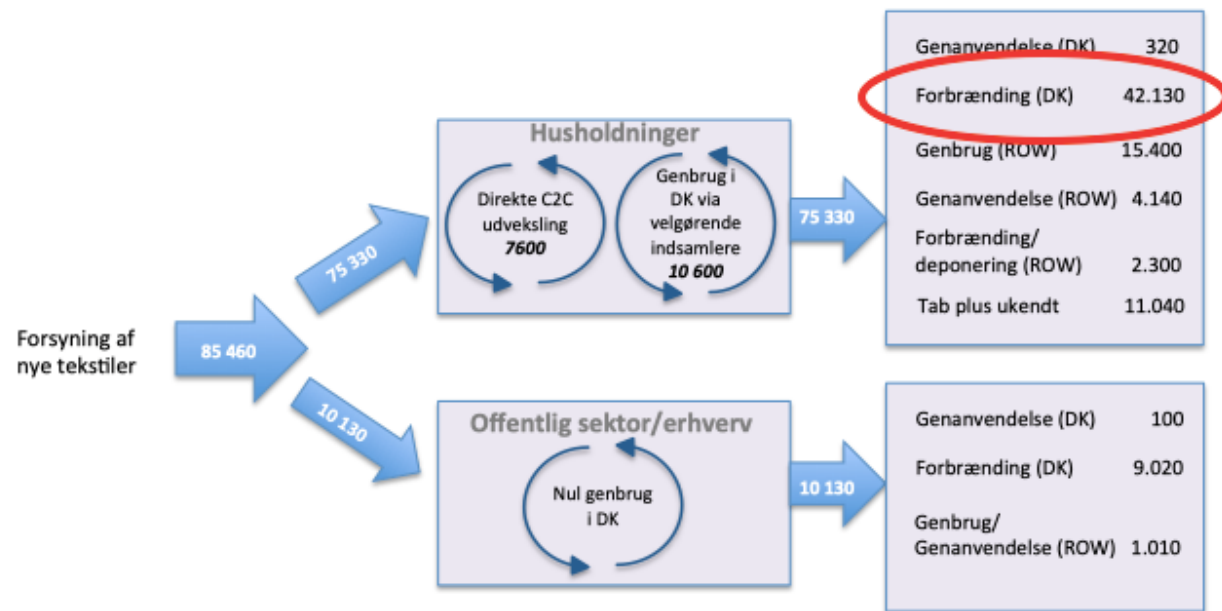
De tre største årsager til, at folk har skilt sig af med tøj inden det var slidt op er: 'ikke at kunne passe det mere' (39%), 'anledningstøj' (36%) og 'dårlig pasform' (36%). Hertil svarer 19 procent, at det er fordi tøjet er gået i stykker eller var plettet.



Hvad ved vi om tøjaffald?

- Op mod 33 procent af det tøj, der havner i de blandede affaldsstrømme, kunne være genbrugt
- Det er særligt på grund af dårlig pasform (også på grund af ændret kropsform), at man skiller sig af med tøj – ofte inden for 2 til 3 år efter køb
- At forbrugerne er trætte af tøjet eller opfatter det som 'out of date' er også hyppige grunde

Kilde: **David Watson, Steffen Trzepacz og Ole Gravgård Pedersen**: Kortlægning af tekstilflows i Danmark (2018)
Kilde: **M. G. McEachern, D. Middleton & T. Cassidy**: Encouraging Sustainable Behaviour Change via a Social Practice Approach (2020)



**Sælg eller giv tøjet
videre**

Det at sælge tøjet videre kan kræve (for) meget eller være forbundet med usikkerhed om pris og stand

At sælge tøjet videre kræver for meget for mange informanter. Flere informanter udtrykker, at det tager for lang tid og er for besværligt at sælge brugt tøj på for eksempel Trendsales. Det er heller ikke det værd, hvis prisen for eksempel blot er 50 kroner, fortæller de. Nogle formoder, at der kun kan sælges dyre mærkevarer som genbrug.

Manglende erfaring og kendskab til prissætning nævnes også som en barriere for de informanter, der ikke har solgt brugt tøj før eller har begrænset erfaring med det. Man kan være usikker på, hvordan man værdisætter sit tøj; hvad skal det koste? Synes folk overhovedet, at ens brugte tøj er noget værd?

Derudover er det for nogle lidt grænseoverskridende at sætte brugt tøj til salg eller give det videre; især på platforme som Facebook, hvor det kan føles for personligt at vise sit brugte tøj. En informant fortæller, at hun har et problem med at 'sætte ansigt på', hvis nu hendes tøj ikke er godt nok. Hun vil gerne være

lidt mere ansigtsløs og anonym, når hun skal sende tøj videre til genbrug.

Enkelte er vilde med at sælge brugt tøj online eller på loppemarked og nyder den sociale interaktion forbundet dermed. De sætter også pris på at tjene penge på tøjet, opretholde dets værdi og sikre at det "kommer til sin ret".

Det [Facebookgrupper] synes jeg er meget personligt og privat. Så er det lettere at gå ned i en container eller ned i en forretning eller Røde Kors, og så kan de ligesom sortere ud og sige: 'nej, det der, det er bare ikke så pænt' – uden at man selv skal konfronteres med det. Jeg ville være ked af at være den, der er den nederen eller den der: 'ej, du sagde, at det var noget fedt tøj, men det er sgu ikke lige mig det dér'. Det kunne godt være, at de tænkte: 'Ej, det er jo bare skraldet af tøjet, det er ikke pænt, det er ydersæson'"

Kvinde, 28 år

"Jeg prøver også at sælge det, men problemet er, at det ikke kommer rigtigt hurtigt videre. Det fylder stadig i skabet [...] Og arbejdet der ligger i Trendsales opvejer ikke, både at skrive frem og tilbage om priserne. Så vil jeg hellere aflevere det gratis"

Kvinde, 28 år

"Jeg gider ikke sælge ting. (...) Der er ikke nogen kræmmer i mig. Jeg vil hellere forære det væk. Da jeg var musiker, havde jeg et anlæg til 32.000 kr. Det ville jeg hellere forære væk. Hvis de selv ville hente det, så kunne de få det gratis. (...) Jeg vidste ikke, hvordan jeg skulle prissætte det. Hvad hvis nu det [anlægget] gik i stykker, og så skal vi til snakke om det. Ikke fordi jeg er rig eller noget"

Mand, 38 år

Man giver da ikke tøj til sine venner?

Social norm: Flere informanter ser det som upassende at forære brugt tøj til venner og bekendte. Der er en slags intimitetsgrænse, der bliver en barriere for direkte genbrug.

En informant har gennem tiden foræret tøj væk til sin far. Relationelt har det været mere oplagt for ham at give til sin far end til sine venner. Han kan slet ikke forestille sig at give tøj til vennerne, hverken i praksis (at koordinere med andre travle familiefædre) eller som koncept i det hele taget. Han synes, det vil blive en vurdering af hans identitet, hvis hans venner skulle vurdere hans tøj på den måde (se citat).

Nogle informanter giver dog gladeligt tøj til venner og familie og har stor glæde af at deres tøj får nyt liv hos nogen de kender.

Vi ser også, at det blandt informanterne er langt mere oplagt at give børnetøj videre til venner.

"Når jeg rydder op i mit tøj plejer jeg at donere det, men der er noget, jeg er bange for ikke kommer til sin ret ved at donere det. Så det er måske derfor, det ender her. Jeg foretrækker egentligt at give det videre til venner og bekendte."

Mand, 27 år

"Jeg har svært ved at se, hvordan jeg skulle give det til venner. Hvis de fx siger "ej den kan jeg ikke lide", for så er det jo en kritik af mit tøj. Så inviterer jeg folk ind i en diskussion om min identitet"

Mand, 35 år

"Har jeg noget, jeg kan bruge igen, så vil jeg hellere bare gemme det eller aflevere det (i tøjcontainer). Det er sjældent, at jeg ville give noget til venner"

Mand, 48 år

"Det ville jeg synes var underligt (at forære tøj til venner). Sidde nede på kroen... Hvad synes du om den nye regering? Hey, jeg har nogen badebukser!"

Mand, 38 år

Genbrug og genanvendelse

Det er svært at vurdere, hvornår noget er egnet til genbrug versus genanvendelse

Mange af informanterne påpeger, at de gemmer tøj, eller ikke ved hvad de skal gøre af det, når de har besluttet at skille sig med tøjet, fordi det er svært at afkode, om tøjet er i god nok stand til genbrug. Hvor plettet og slidt må det være? Informanterne vil gerne gøre "det rigtige", men ved ikke, hvad det er.

Der er store potentialer i at hjælpe forbrugerne med mere information om, hvordan tøjets egnethed til genbrug vurderes. Generelt kan det være svært at forstå forskel på genbrug og genanvendelse, fordi ordene intuitivt betyder det samme: 'brug' og 'anvendelse' er synonymmer.

Det kræver særlig viden at forstå, hvad der sker med tøjet som ryger til henholdsvis genanvendelse og genbrug – samt at forstå den tredje kategori; tekstilaffald.

Dette må forventes at give særlige udfordringer, når den nye sortering af tekstilaffald i hjemmet træder i kraft. Se næste side.

"Men jeg synes også det er dårlig stil at give ting videre til Røde Kors, hvis det ikke er så meget værd"

Kvinde, 27 år

"Nogle gange synes jeg, at det er svært at vurdere hvor slidt tøj må være i forhold til, hvornår det kan sendes til genbrug"

Kvinde, 42 år

Sortering og indsamling af tekstilaffald fra husholdninger kan volde problemer

Som et led i at implementere kommende krav EU om indsamling og sortering af tekstilaffald i 2025, indføres der husholdningsnær indsamling af tekstilaffald i Danmark fra den 1. juli 2023. Dette skal foregå som en del af den eksisterende kommunale affaldsindsamling. Indsamlingen kommer til at ske gennem en todelt indsamling, hvor den eksisterende indsamling af tekstiler til genbrug vil fortsætte (gennem frivillige organisationer), samt en ny indsamlingsmulighed for tekstilaffald til genanvendelse.

Dog er der en række forbehold i den nye tekstilindsamlingsløsning, der både kan have konsekvenser for, hvor meget der indleveres til genbrug, og de økonomiske konsekvenser, det kan have for industrien. I en undersøgelse udarbejdet for Miljøstyrelsen mente hver fjerde adspurgte, at de i højere grad ville benytte kommunens indsamling af tekstilaffald til alt deres aflagte tøj, da det ville være det nemmeste. Tallet må forventes at blive endnu

højere i praksis, fordi folk ofte overvurderer egen gode adfærd.

Det er i forvejen svært at vurdere, hvad der skal ske med det tøj, man vil skille sig af med, og der er forvirring, misinformation og myter som står i vejen for ideel adfærd. Det vil være nødvendigt med indsatser for at sikre, at den nye sorteringsløsning kommer til at virke efter hensigten – også af hensyn til de nødhjælpsorganisationer, som i dag indsamler genbrugstøj, men risikerer at gå glip af store mængder tøj, der godt ville kunne bruges igen.

Kilder:

- [Dansk Affaldsforening: Tøj og tekstiler](#)
- [Miljøstyrelsen: Sortering og indsamling af tekstilaffald fra husholdninger - Analyse og forslag til standarder](#)
- [Miljøstyrelsen: Mod 2025: Erfaring med separat indsamling og behandling af tekstiler - et nabo tjek](#)

Tøjcontaineren er udbredt løsning på at skille sig af med tøj

Tøjcontaineren eller H&M's container er for mange den foretrukne løsning, fordi tøjet kommer væk hurtigt og med minimalt besvær. At tøjcontaineren er så nem, er en stor barriere for direkte genbrug gennem for eksempel salg eller at give tøjet til nogen, man kender.

"Det er helt klart dejligt med en tøjcontainer, fordi det går så hurtigt. Det er vigtigt, fordi jeg kan godt lide at få sådan et oprydningsrush, hvor det bare skal ud. Fordelen ved trendsales er mest økonomisk, fordi jeg i det mindste kan få lidt penge for det. Og jeg kunne aldrig finde på at sælge sådan lidt kedelige ting, det her tøj er jo alt sammen noget der koster 500-600-700 kr."

Kvinde, 36 år

"Jeg overvejede også en stand på loppemarked – men synes ikke, vi havde tid til det. Og jeg sælger det heller ikke online. Jeg er ikke så meget inde i det. Jeg ved ikke, hvordan jeg skal prissætte det. Det er nemt med genbrugscontainere"

Mand, 30 år

"En anden grund til, at tøj jeg ikke bruger hænger her, er også fordi jeg ikke er sikker på, hvor der er en tøjcontainer tæt på mig. Der hvor jeg boede før, var der tøjcontainer 200 meter fra min hoveddør, så der fik jeg bare sendt tøj afsted"

Kvinde, 36 år

Tvivl: Hvad sker der egentlig med det, man putter i en container?

Mange informanter udtrykker en usikkerhed overfor, hvad der sker med det tøj, der puttes i en genbrugscontainer. Tvivlen omkring dette kan være en barriere for ideel adfærd: enten fordi man ikke skiller sig af med tøj, der opleves som "for godt" til container (hvis man fx ikke orker sælge) eller fordi man vælger skraldespanden i stedet. Myter har en stor indvirkning på adfærd. Hvis man fx har hørt og tror, at tøj i tøjcontaineren bliver brændt, så gider man ikke gå langt for at gå ned med tøjet.

Det samme gælder andre myter om tøjadfærd, der spiller ind på vores endelige tøjadfærd. Der er et behov for at få punkteret myter fra troværdige kilder såsom Forbrugerrådet Tænk

"Det, jeg er ked af med deres løsning (H&M), er, at jeg ved ikke, om det bliver genbrugt til slutforbrugere. Jeg tror faktisk bare, at det bliver sendt videre til forbrænding. Det har jeg en lille frygt for. For jeg ved ikke, hvor de skulle distribuere det hen?"

Kvinde, 28 år

"Jeg har hørt noget om, at det der tøj vi sender i tøjcontainere bare ender et eller andet sted i Afrika, og så er det jo bare fuldstændig misforstået, at vi her i Danmark tænker, at det er godt, når de egentlig ikke vil have det"

Kvinde, 36 år

"Jeg ved jo heller ikke altid hvor tøjet kommer hen, når man smider det i en tøjcontainer"

Mand, 48 år

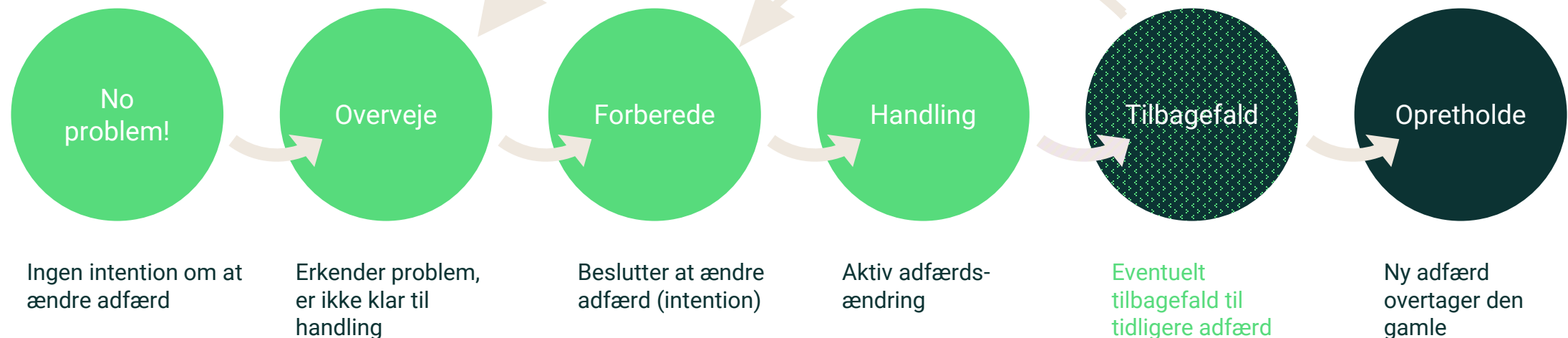
Opsummering

Barrierer og potentialer afhænger af, hvor forbrugeren er på rejsen mod at mindske tøjspild

Forbrugere kan være forskellige steder på rejsen mod adfærd der er med til at mindske tøjspild. Se illustrationen herunder. Der knytter sig mange forskellige handlinger til ideel adfærd, der kan reducere tøjspild. Så den samme forbruger kan godt være forskellige steder på rejsen afhængig af handlinger inden for anskaffelses-, brugs- eller videregivelsesfasen. Eksempelvis kan en

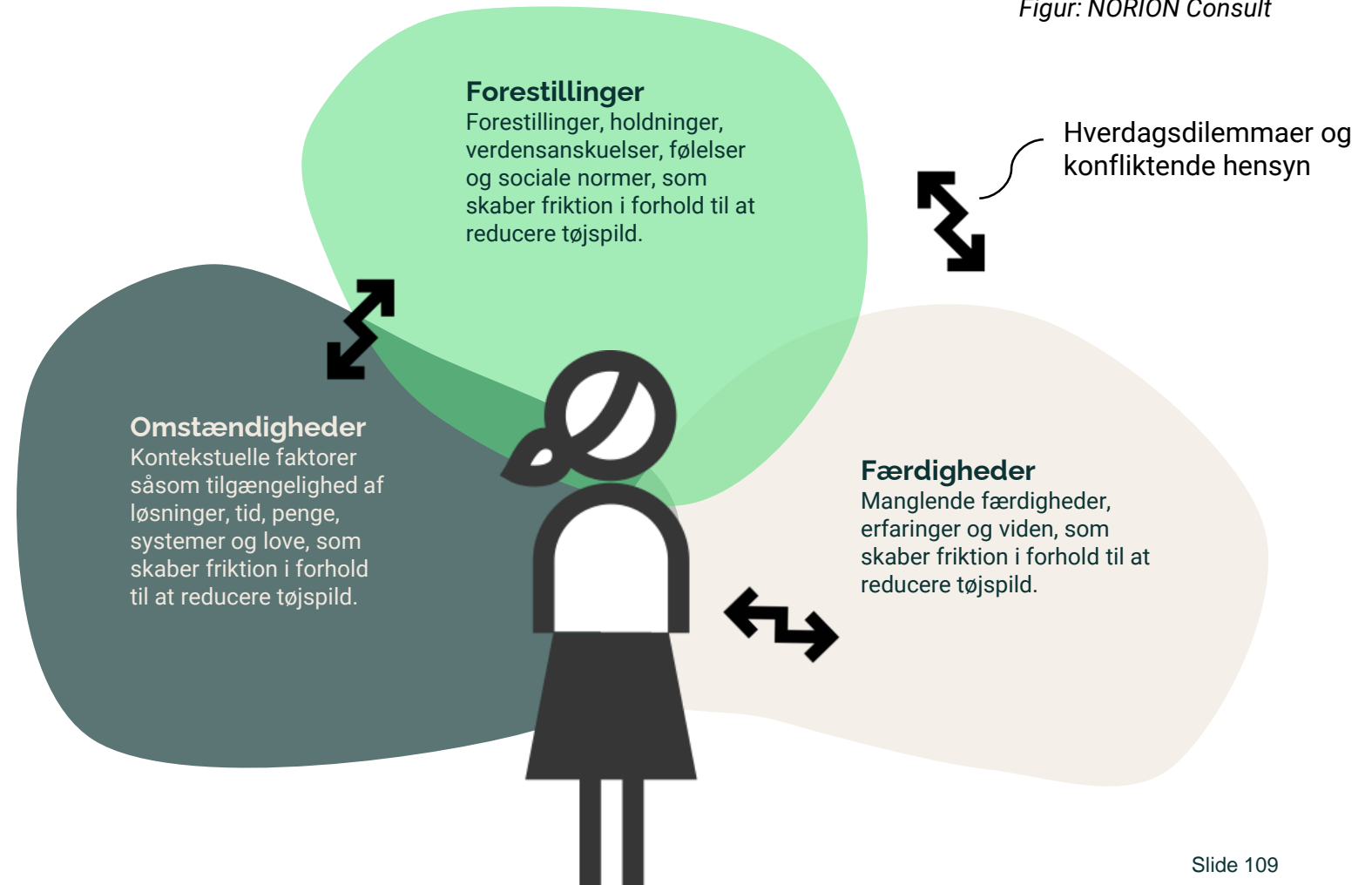
forbruger have gode vaner i forhold til kun at købe genbrug (=Opretholde), mens forbrugeren måske aldrig har overvejet at videregive eller tage stilling til de store mængder passivt tøj, der er i skabet (=No problem!). Dette er en væsentlig overvejelse, når der udvikles kampagner eller informationsmateriale, idet det må forsøges at ramme folk, dér hvor de er.

Figur: NORION Consult med inspiration fra Model of stage of change, Prochaska, DiClemente, Norcross (1992)



Barrierer for at reducere tøjspild kan knytte sig til forestillinger, færdigheder eller omstændigheder

Barrierer for at reducere tøjspild kan knytte sig til henholdsvis forestillinger, færdigheder eller omstændigheder. Dette er en relevant skelnen at holde sig for øje, fordi der bør være størst mulig synergi mellem alle tre for at reducere friktionen for tøjspildsreducerende adfærd.



Forbrugerne har behov for ikke at stå alene med ansvaret for at reducere tøjspild

Det er ikke simpelt at forstå, hvordan et tøjforbrug uden tøjspild opnås – og det er utroligt svært at efterleve, selv med den nødvendige viden og motivation.

Som analyserne har vist, har de fleste forbrugere et ønske om at forbruge med hensyn til klima og miljø. Samtidig ses der dog et stort tøjspild med overforbrug, fejkøb, tøj som er i for dårlig kvalitet og mister facon eller går i stykker samt store mængder tøj, der ligger passivt hen i skabe og skuffer, loftsrums, kældre, garager mm.. I denne rapport er der præsenteret helt konkrete handlinger, der vil være med til at reducere tøjspild og medføre et mere bæredygtigt tøjforbrug. Der er en del som forbrugerne selv kan gøre. Indsigterne i denne rapport viser, at der er store potentialer for at reducere tøjspildet og opnå større tøjglæde på samme tid. Samtidig viser projektet med al tydelighed, at der er behov for, at også branchen, myndigheder og diverse organisationer og virksomheder træder til, bidrager og understøtter initiativer og løsninger til at gøre det nemmere for forbrugerne at reducere miljø- og klimaaftrykket af deres tøjforbrug.

Vi håber, at projektet vil bidrage til flere fælles indsatser og samarbejde på tværs af hele feltet til fordel for både forbrugere, miljø og klima.

Bud på designprincipper: Forbrugerrettede kampagner om tøj

- 1. Præsenter klare, handlingsanvisende anbefalinger om ideel adfærd**, hvor forbrugeren guides til, hvad de skal gøre. Budskaber skal klart og tydeligt fortælle, hvad der er den ideelle adfærd
- 2. Skab tøjglæde** frem for tøjskam
- 3. ...Men pas på med at fremme købelyst.** Risikoen ved at fremme tøjglæde og tale om yndlingstøj eller hjælp til at købe kvalitet er, at det for nogen kan give lyst til at gå ud og anskaffe sig endnu mere tøj. Det absolut vigtigste i et bæredygtighedsperspektiv er, at man køber mindre nyt tøj. Dette skal altid tænkes med i udformningen af kampagner
- 4. Udryd myter** og tal med autoritet. Forbrugerne er forvirrede – og af gode grunde. Der er brug for klar og overbevisende information fra kilder, de finder troværdige
- 5. Tal til forskellige drivers for ideel adfærd.** Udover et ønske om at agere bæredygtigt kan drivers for ideel adfærd for eksempel være at spare penge, opnå mere tøjglæde, skabe en simple og mere overskuelig garderobe, tidsoptimering, at hjælpe andre, være kreativ, indgå i fællesskaber og at blive mere selvsikker i egen tøjstil
- 6. Lav målrettet kommunikation til specifikke målgrupper** med udgangspunkt i at møde dem dér, hvor de er i relation til den ønskede handling. Nogle har ikke overvejet at agere anderledes, andre vil gerne og har brug for guidance, mens andre igen måske har ideel adfærd og kan få flere med på vognen med de rette værktøjer at trække på.
- 7. Udnyt windows of opportunity:** Livsskift såsom jobskifte, flytninger, det at få børn eller ombygge/indrette sit hjem anderledes påvirker tøjadfærd markant. Indtænk dette som et potentiale for at række ud til forbrugeren på det rigtige tidspunkt. Tænk også gerne i mindre windows of opportunity i form af at nå forbrugeren i netop de situationer, hvor handlingen sker eller beslutninger træffes