

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Klær og miljø: Innkjøp, gjenbruk og vask

Kirsi Laitala og Ingun Grimstad Klepp

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
STORBYUNIVERSITETET



© Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
SIFO-Rapport 3 – 2020

Forsidefoto: Vilde Anine Rydal
Haugrønning


Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.oslomet.no/om/sifo

Forbruksforskningsinstituttet SIFO utgir:

- Rapporter – som er kvalitetssikret og godkjennes av SIFO ved direktør/forskningsledere
- Notater – som godkjennes av prosjektleder.

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

| | | |
|---|----------------------------------|---|
| Tittel Klær og miljø: Innkjøp, gjenbruk og vask | Antall sider 46 | Dato 23.4.2020 |
| Title Clothes and the environment: acquisition, reuse and laundering | ISBN 978-82-7063-504-7 | ISSN |
| Forfattere Kirsi Laitala og Ingun Grimstad Klepp | Prosjektnummer 200664 | Faglig ansvarlig sign.  |
| Oppdragsgiver Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – Storbyuniversitetet | | |
| Sammendrag <p>Rapporten diskuterer klesanskaffelser og vedlikehold i dagens Norge basert på en spørreundersøkelse om bærekraftig forbruk. Respondentene rapporterte at de hadde anskaffet i gjennomsnitt 23,5 plagg i løpet av det siste året. De yngste mennene 18-19 år og alle kvinner frem til 59 år anskaffer like mye klær. Menn anskaffer færre ettersom de ble eldre og de eldste over 60 år anskaffer minst. Kvinner derimot holder samme nivået, 28-29 plagg uavhengig av alder frem til den eldste aldersgruppen. Kvinnene over 60 år anskaffer noe mindre (totalt 20 plagg). De aller fleste (20,2 av 23,5) plagg kjøpes nye. Dette tilsvarer 86% av klærne. Det nest vanligste måten å skaffe klær er å få de som gaver med 2 plagg per person. I gjennomsnitt er det mindre enn ett plagg per person som er kjøpt brukt (0,6), og tilsvarende mindre enn ett plagg som er arvet (0,7). Totalt utgjør dette 1,3 gjenbrukte plagg per respondent per år. De unge kvinnene mellom 18 og 29 år anskaffet størst andel av gjenbrukte klærne med 12%.</p> <p>Klesvask har stor påvirkning på miljøbelastning og utgjør en vesentlig faktor for klesforbrukets miljøbelastning totalt sett. Ikke overaskende og helt i tråd med tidligere undersøkelser vaskes det kroppsnære plagget trøye, oftere enn gensere, og ullgensere og ulltrøyer sjeldnere enn tilsvarende plagg i bomull. Forbrukere som er opptatt av miljø vasker sitt ulltøy sjeldnere enn andre. En tilsvarende sammenheng finnes ikke for bomull.</p> | | |
| Summary <p>This report discusses clothing acquisition and maintenance in Norway based on a survey on sustainable consumption. Respondents reported that they had acquired an average of 23.5 garments during the past year. The youngest men (18-29 years) and all women up to age 59 purchase the same amount of clothing. Men acquire fewer as they grow older and the oldest age group over 60 years acquire the least. Women, on the other hand, hold the same level, 28-29 garments regardless of age up to the oldest age group. The women over the age of 60 purchase somewhat less (a total of 20 garments). The vast majority (20.2 out of 23.5) garments are purchased new. This corresponds to 86% of the clothes. The next most common way to get clothes is to receive them as gifts, with 2 garments per person. On average, less than one garment per person is purchased used (0.6), and correspondingly less than one garment that is received as hand-me-down (0.7). In total, this represents 1.3 second-hand garments per respondent per year. The young women between the ages of 18 and 29 acquired the largest share of reused clothing by 12%.</p> <p>Laundry has a major influence on environmental impact and is a significant factor for overall environmental impact of clothing consumption. Not surprisingly and completely in line with previous research, the next-to-skin garments are washed more often than sweaters, and woolen undershirts and sweaters are washed less often than similar cotton garments. Consumers concerned about the environment wash their woolen clothes less frequently than others. A similar connection does not exist for laundering frequency of cotton.</p> | | |
| Stikkord Klær, anskaffelse, innkjøp, gjenbruk, arv, gaver, bruktøy, klesvask, bomull, ull, | | |
| Keywords Clothing, garments, acquisition, shopping, reuse, hand-me-downs, gifts, second hand, laundry, cotton, wool, | | |

Forord

Hensikten med denne rapporten er å øke kunnskapen om klesanskaffelser og vedlikehold i dagens Norge. Rapporten bygger i all hovedsak på en spørreundersøkelse utført av Kantar TNS for SIFO ved årsskiftet 2018-2019 om bærekraftig forbruk. Prosjektet er finansiert av SIFOs kjerneområde Bærekraftig forbruksutvikling.

Rapporten er kvalitetssikret av Torvald Tangeland og Gunnar Vittersø.

Forsidebilde er tatt av Vilde Anine Rydal Haugrønning.

Oslo, 23. april 2020

Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – Storbyuniversitetet

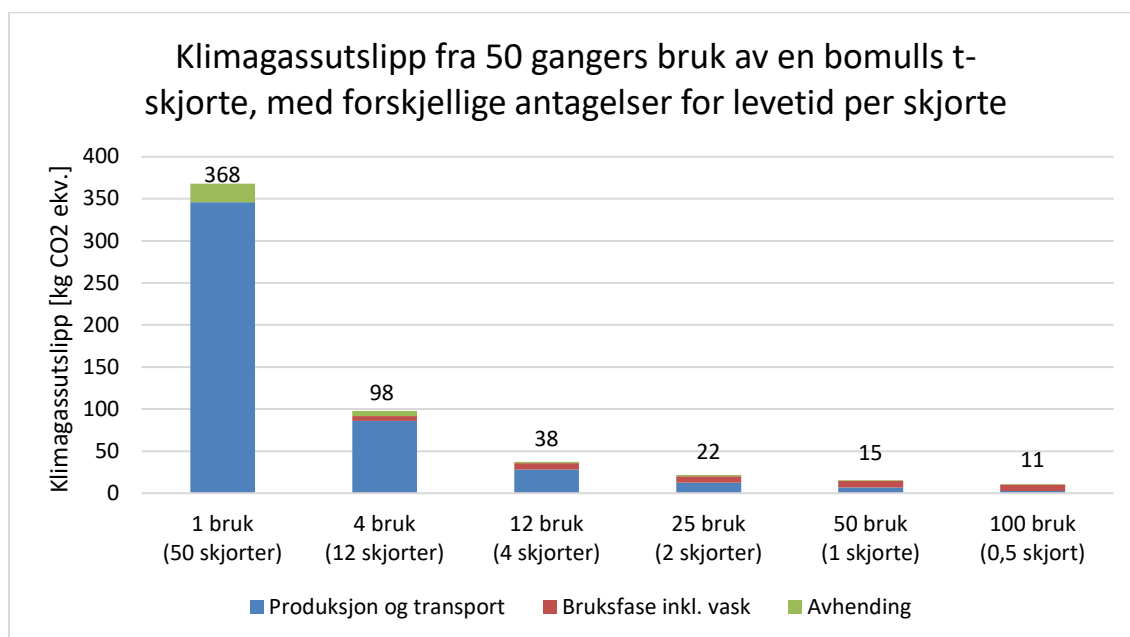
Innhold

| | |
|---|----|
| Forord | 2 |
| Innhold | 3 |
| 1. Innledning | 4 |
| 2. Metode | 6 |
| 3. Resultater | 7 |
| 3.1 Antall anskaffelser | 7 |
| 3.2 Nytt og brukt; kjøpt og arvet | 16 |
| 3.3 Hva slags plagg gjenbrukes | 23 |
| 3.4 Nye klær som gaver | 25 |
| 3.5 Miljøholdninger og handlinger | 26 |
| 3.6 Vaskehyppighet..... | 33 |
| 3.7 Klesvask som miljøhandling | 37 |
| 4. Konklusjon | 40 |
| Litteratur | 44 |

1. Innledning

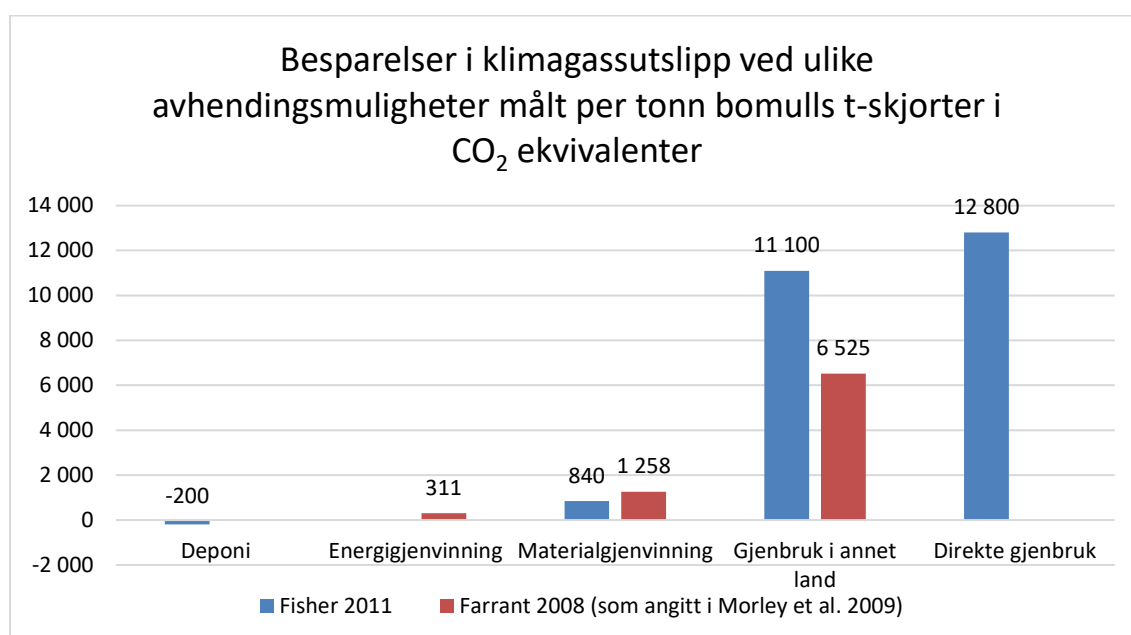
Forbruksforskningsinstituttet SIFO mottar årlig mange spørsmål fra presse og andre interessenter omkring klær og miljø, ikke minst med fokus på kjøp og salg av brukte klær. Vi har gode data på bruksfasen og avhending av klær, nasjonalt (Klepp & Laitala, 2016) og internasjonalt (Laitala, 2014; Laitala & Klepp, 2019; Laitala m.fl., 2017b). Ikke minst har vi data på vask (Laitala m.fl., 2017a) inkludert problemene omkring mikroplast (Henry m.fl., 2018, 2019), men noe mindre om anskaffelser. Klær er en vesentlig bidragsyter til klima og miljøproblemer og mer kunnskap om dette forbruket er derfor viktig. Denne rapporten diskuterer antall og type klær som norske forbrukere anskaffer og hvordan de skaffer dem tilveie. Dette er koblet til forbrukernes miljøholdninger og vaskevaner. Tema inngår i to av SIFOs kjerneområder; *Bærekraftig forbruksutvikling* og *Klær og mat*. Undersøkelsen som rapporten bygger på er del av en spørreundersøkelse omkring bærekraft og forbruk gjennomført i desember 2018 og januar 2019.

Et stort potensial for å redusere miljøpåvirkninger fra klesforbruk ligger i produkter med lengre levetid, som kan redusere materialutvinning, forurensning og energibruk i alle faser av et produkts livssyklus, fordi lengre levetid erstatter eller utsetter nykjøp. Figur 1-1 gir et eksempel på hvordan mengden klimagassutslipp ved 50 bruk av t-skjorter reduseres når de enkelte t-skjortene brukes flere ganger.



Figur 1-1 Klimagassutslipp fra 50 gangers bruk av en bomulls t-skjorte, med forskjellige antagelser for levetid per skjorte. Målt i kg CO₂ ekvivalenter per 50 bruk. (Carbon Trust, 2011)

Figur 1-2 viser hvor mye ulike former for avfallshåndtering som resirkulering eller gjenbruk påvirker klimagassutslipp. Søppelfylling har størst negativ påvirkning. Forbrenning med energiutnyttelse er en bedre løsning enn søppelfylling, og den vanligste måten å behandle husholdningsavfall i Norge i dag (SSB, 2019a). Dette er etterfulgt av resirkulering av materialene, som for eksempel at de blir brukt som kluter. I figuren erstatter de papirkluter (Farrant, 2008; Farrant m.fl., 2010; Fisher m.fl., 2011; Morley m.fl., 2009). Dersom de hadde erstattet kluter av tekstiler ville de spart mer enn i denne beregningen. Når dette ikke er valgt i eksemplet er det fordi det er sjeldnere. De to siste søylene viser miljøpåvirkning fra lengre levetid for t-skjortene gjennom gjenbruk, og viser at privat direkte gjenbruk gir mer miljøgevinst enn den organiserte. Dette skyldes at det blir mindre transport og sortering. Estimaten varierer noe fordi de to ulike studiene bygger på ulike antagelser om levetid, erstatningsgrad, transport og andre detaljer.



Figur 1-2 Besparelser i klimagassutslipp ved ulike avhendingsalternativer målt per tonn bomulls t-skjorter i CO₂ ekvivalenter (Farrant, 2008; Fisher m.fl., 2011; Morley m.fl., 2009).

Fordi lengre produktlevetid inkludert gjenbruk har stort potensiale til å redusere klimagassutslipp, materialutvinning og tilknyttet forurensning, har vi ønsket å få frem mer kunnskap om anskaffelse og vedlikehold av klær i Norge. Vi vet fra før at det er vanligere å gi til gjenbruk enn å anskaffe brukte klær, og at det er vanligere med privat sirkulering enn kommersiell (Klepp & Laitala, 2018; Laitala & Klepp, 2014, 2017, 2018), men ikke hvor stor andel av anskaffelsene som kommer fra de ulike kildene. Rapporten er basert på surveydata som er presentert i det neste kapittelet. Resultatene blir presentert i kapitlene 3.1-3.7, etterfulgt av konklusjon i kapittel 4.

2. Metode

Kantar TNS har gjennomførte web-basert survey for SIFO ved årsskiftet 2018-2019 om bærekraftig forbruk. Målgruppe var den norske befolkningen 18-80 år. Surveyen ble besvart av 1194 respondenter (opprinnelig 1196, men to av svarene ble tatt ut etter kvalitetskontroll). Utvalget følger stort sett befolkningen etter region, kjønn og alder, men er i tillegg vektet slik at det er representativt i forhold til disse tre variablene, se tabell 2-1.

Tabell 2-1 Respondentenes bakgrunnsvariabler (N=1194)

| Bakgrunnsvariabler | | Prosent |
|------------------------------|--|---------|
| Kjønn | Mann | 50,4 |
| | Kvinne | 49,6 |
| Aldersgruppe | 18-29 | 20,7 |
| | 30-44 | 25,9 |
| | 45-59 | 25,7 |
| | 60-80 | 27,6 |
| Livsopphold | Arbeid-heltid | 47,2 |
| | Arbeid-deltid | 6,6 |
| | Selvstendig næringsdrivende | 2,6 |
| | Alderspensjonist | 18,7 |
| | Arbeidsledig/arbeidstrygd/annen type trygd | 11,0 |
| | Elev, student | 11,0 |
| | Hjemmeværende/ husarbeid i hjemmet | 0,5 |
| | Annet | 2,3 |
| Utdanning | Grunnskoleutdanning | 5,3 |
| | Videregående allmennfaglig | 16,2 |
| | Videregående yrkesfaglig | 15,7 |
| | Fagskole – Yrkesrettet (1/2 – 2 år) | 9,2 |
| | Universitets-/høgskoleutdanning (≤4år) | 29,4 |
| | Universitets-/høgskoleutdanning (>4 år) | 24,2 |
| Personlige brutto årsinntekt | Under 200.000 kroner | 14,5 |
| | 200.000 - 399.999 kroner | 23,2 |
| | 400.000 – 599.999 kroner | 32,8 |
| | 600.000 - 799.999 kroner | 13,0 |
| | 800.000 kroner eller mer | 7,4 |
| | Ønsker ikke å svare | 9,1 |
| Hushold/ boligsituasjon | Ektefelle / samboer | 36,9 |
| | Ektefelle / samboer og barn | 24,4 |
| | Bor med mine barn | 4,0 |
| | Bor med mine foreldre | 7,2 |
| | Bor alene | 20,7 |
| | Bofellesskap | 5,3 |
| | Annet | 1,2 |
| Område | Oslo/Akershus | 24,3 |
| | Rest Østland | 26,5 |
| | Sør-/Vestland | 31,2 |
| | Trøndelag/Nord-Norge | 18,0 |

3. Resultater

Vi skal først se hva respondentene forteller om sine anskaffelse av nye, brukte og arvede klær, deretter se på hva slags plagg gjenbrukes og gis som gaver. Etter dette følger en diskusjon av forholdet mellom miljøholdninger og handlinger som blant annet omfatter spørsmål om de som kjøper mer brukt, kjøper mindre nytt. Til slutt ser vi på spørsmålene omkring klesvask og diskuterer om det å vaske sjeldnere er en miljøholdning.

3.1 Antall anskaffelser

Vi har spurt om respondenter har kjøpt eller fått bestemte plagg til eget bruk de siste 12 månedene, og etterpå hvor mange av dem som var anskaffet gjennom å kjøpe nytt, kjøpe brukt, arve eller fått som gave. Vårt ønske var å dekke de aller fleste vanlige plaggtypene. Vi har ikke spurt om tilbehør som luer, skjerf og hansker. Følgende plagg er inkludert i undersøkelsen:

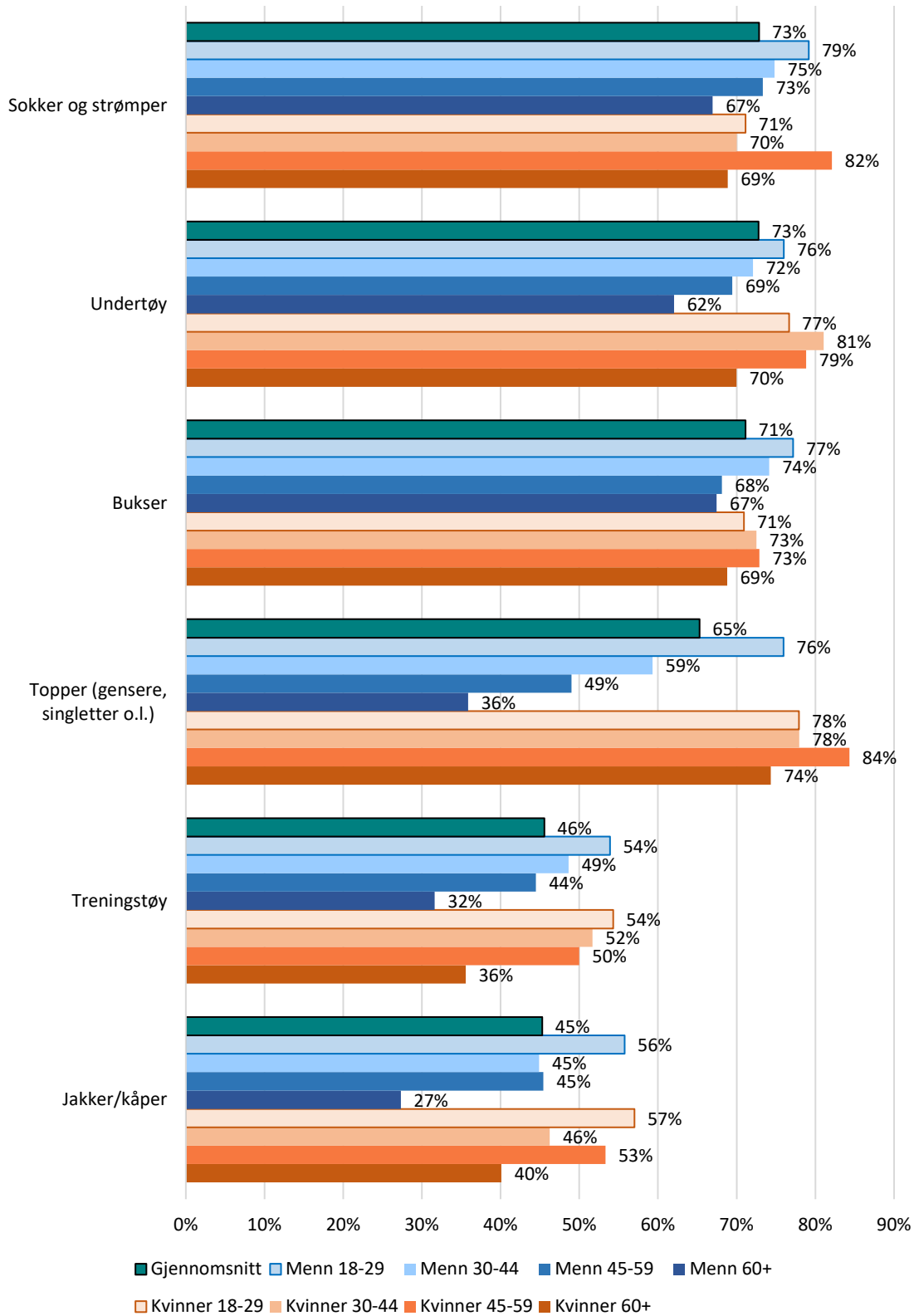
- Bukser inkl. jeans, dressbukser og shorts (ikke treningstøy)
- Skjørt eller kjole
- Undertøy (boksere, truser og BH)
- Nattøy
- Jakker/kåper inkl. regntøy og dressjakker
- Topper, gensere, trøyer, t-skjorter og singletter
- Skjorter eller bluser
- Sport, friluftsliv og treningstøy inkl. badetøy
- Sokker og strømper
- Strømpebukser, tights og leggings

I tillegg brukte vi følgende mulig svar:

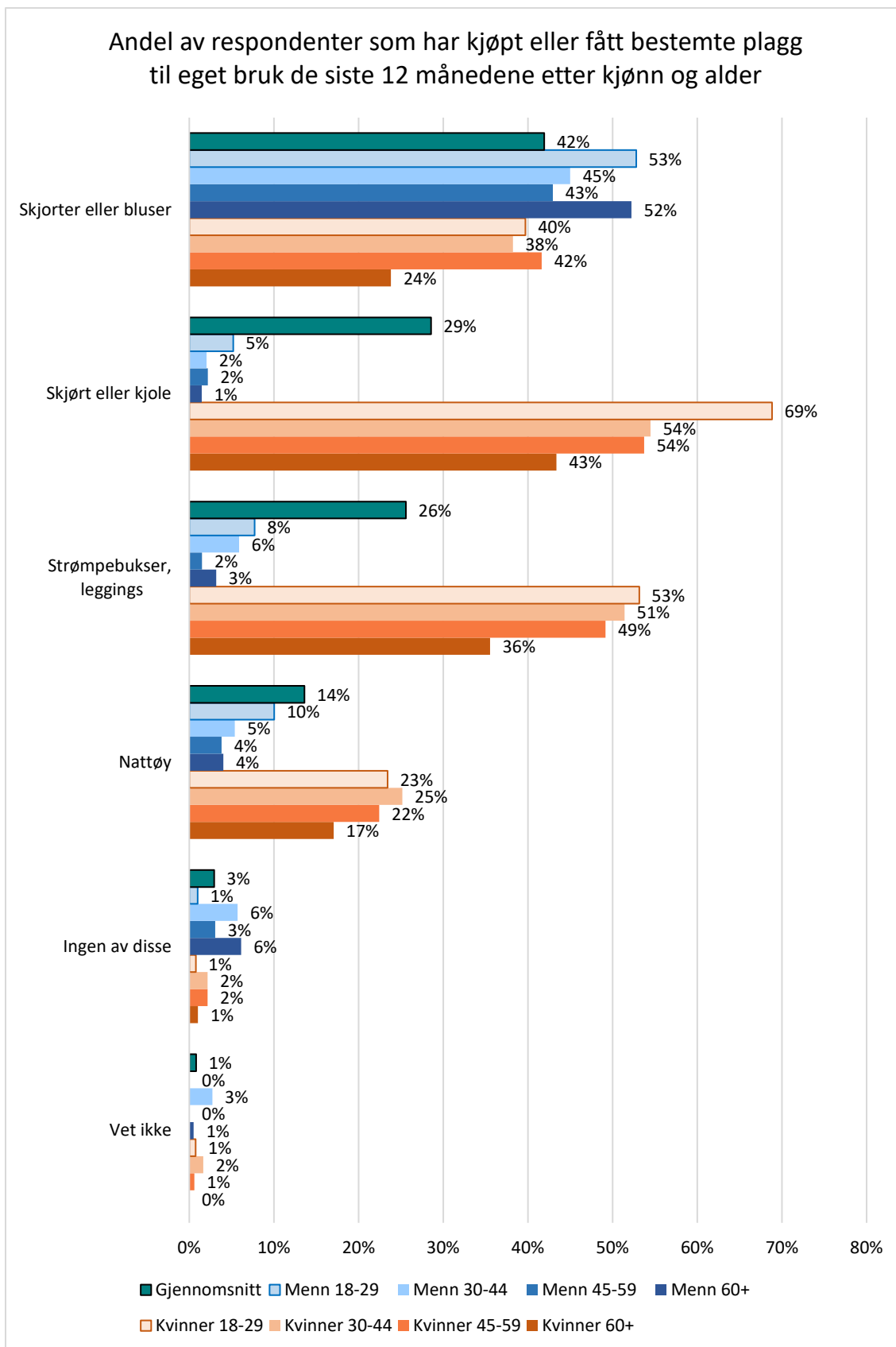
- Ingen av disse
- Vet ikke

Det er aller vanligst at respondentene har skaffet sokker eller strømper (73%) og undertøy (73%), etterfulgt av bukser (71%) og ulike topper slik som gensere, t-skjorter eller singletter (65%) (figur 3-1). Litt under halvparten har anskaffet treningstøy (46%), jakke/kåpe (45%) eller skjorte/bluse (42%). Under en tredjedel har anskaffet skjørt eller kjole (29%) eller strømpebukser (26%), noe som er forventet siden disse plaggene er hovedsakelig brukt av kvinner. Aller minst vanlig var det å anskaffe nattøy. Bare 14% hadde gjort det (Figur 3-2). Vi vet også fra tidligere studier at mange voksne, særlig menn sover nakne eller i undertøy (Klepp m.fl., 2016). Bare tre prosent av respondentene har ikke anskaffet noen av plaggene i listen i løpet av det siste året.

Andel av respondenter som har kjøpt eller fått bestemte plagg til eget bruk de siste 12 månedene etter kjønn og alder



Figur 3-1 Hvilke av følgende plagg har du kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene? Seks vanligste plaggtypene. Etter kjønn og alder. (N=1193)



Figur 3-2 Hvilke av følgende plagg har du kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene? De fire minst vanligste plaggkategoriene samt «ingen» og «vet ikke» svarene. Etter kjønn og alder. (N=1193)

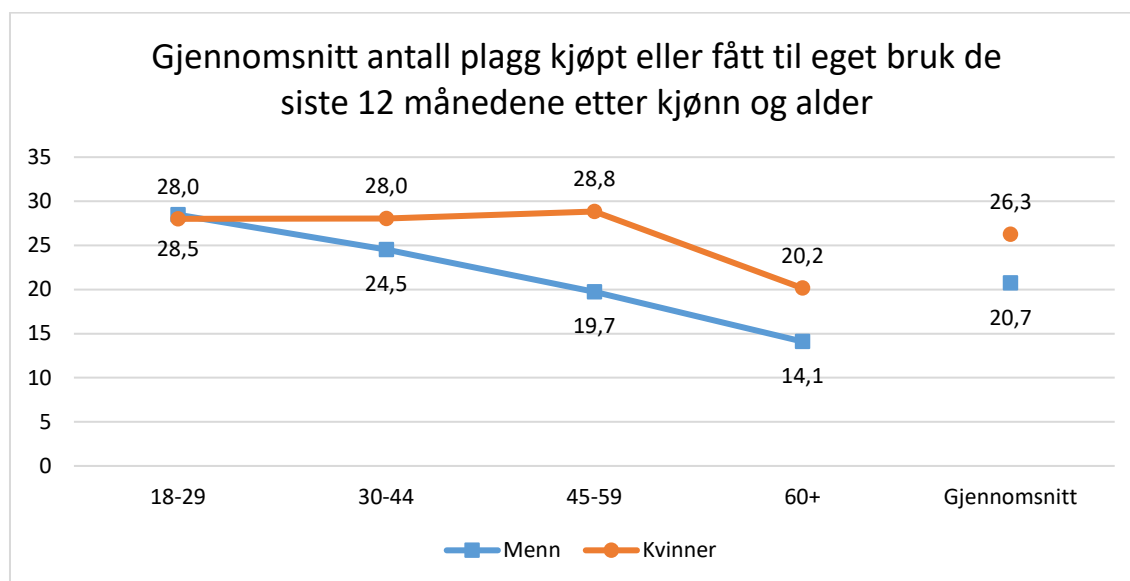
I gjennomsnitt rapporterte respondentene å ha anskaffet 23,5 plagg i løpet av det siste året (Tabell 3-1). Sokker utgjorde det største antallet med 6,5 par/år, etterfulgt av undertøy (4,9 stk) og topper/genser (4 stk). Av de inkluderte kleskategoriene var nattøy den minste, der det ble anskaffet kun 0,2 plagg per år.

Tabell 3-1 Antall ulike typer plagg kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene etter kjønn og alder (N=1193)

| Kjønn | Alder | Bukser | Skjørt / kjole | Undertøy | Nattøy | Jakker / kåper | Topper / gensere o.l. | Skjorter / bluser | Treningsstøy | Sokker | Leggings/ Strømpebukser | Totalt |
|----------------------|--------------|--------|----------------|------------|------------|----------------|-----------------------|-------------------|--------------|------------|-------------------------|------------|
| Menn | 18-29 | 3,2 | 0,2 | 5,4 | 0,2 | 1,3 | 5,4 | 1,8 | 2,2 | 8,3 | 0,5 | 28,5 |
| | 30-44 | 2,8 | 0,0 | 5,4 | 0,1 | 0,9 | 3,4 | 1,6 | 1,7 | 8,4 | 0,1 | 24,5 |
| | 45-59 | 2,3 | 0,0 | 4,3 | 0,0 | 0,7 | 2,2 | 1,7 | 1,4 | 7,2 | 0,0 | 19,7 |
| | 60+ | 1,8 | 0,0 | 3,3 | 0,0 | 0,4 | 1,4 | 1,6 | 0,8 | 4,8 | 0,0 | 14,1 |
| | Total | | 2,4 | 0,0 | 4,5 | 0,1 | 0,7 | 2,8 | 1,7 | 1,4 | 7,0 | 0,1 |
| Kvinner | 18-29 | 2,6 | 2,0 | 5,3 | 0,5 | 1,1 | 5,5 | 1,2 | 2,2 | 6,0 | 1,7 | 28,0 |
| | 30-44 | 2,7 | 1,8 | 6,2 | 0,4 | 1,0 | 5,6 | 1,2 | 1,8 | 5,8 | 1,6 | 28,0 |
| | 45-59 | 2,6 | 1,5 | 5,6 | 0,4 | 1,1 | 5,5 | 1,3 | 1,7 | 7,3 | 1,9 | 28,8 |
| | 60+ | 2,1 | 1,0 | 4,6 | 0,3 | 0,7 | 3,9 | 0,7 | 0,8 | 5,0 | 1,2 | 20,2 |
| | Total | | 2,5 | 1,6 | 5,4 | 0,4 | 1,0 | 5,1 | 1,1 | 1,6 | 6,0 | 1,6 |
| Gjennom-snitt | 18-29 | 2,8 | 1,2 | 5,3 | 0,4 | 1,2 | 5,5 | 1,5 | 2,2 | 6,9 | 1,2 | 28,2 |
| | 30-44 | 2,7 | 0,9 | 5,8 | 0,3 | 1,0 | 4,5 | 1,4 | 1,7 | 7,1 | 0,8 | 26,3 |
| | 45-59 | 2,4 | 0,7 | 4,9 | 0,2 | 0,9 | 3,7 | 1,5 | 1,6 | 7,2 | 0,9 | 24,0 |
| | 60+ | 1,9 | 0,4 | 3,9 | 0,1 | 0,5 | 2,5 | 1,2 | 0,8 | 4,9 | 0,6 | 16,8 |
| | Total | | 2,4 | 0,8 | 4,9 | 0,2 | 0,9 | 4,0 | 1,4 | 1,5 | 6,5 | 0,9 |

Kvinner svarer at de har kjøpt eller fått 5,5 plagg mer enn menn ($p < 0,001$), men forskjellene mellom de yngste og eldste aldergruppene er større, 11,4 plagg ($p < 0,001$). De under 30 rapporter høyeste antall anskaffelser, 28,2, mens de eldste over 60 rapporter å ha anskaffet 16,8 plagg. Dette er overaskende resultater. Vi ville forventet en større forskjell mellom kjønnene. I alderen 18-29 år er forskjellen mellom kjønnene minimal; de unge mennene å ha anskaffet i gjennomsnitt et halvt plagg mer enn de unge kvinnene (ikke signifikant forskjell). For de mellom 45 og 59 år er forskjellene betydelig større, der kvinnene har anskaffet 9.1 flere plagg mer enn menn i samme aldersgruppe (Figur 3-3). Klesvanene er mer ulike mellom kjønn i denne alderen. Vi vet ikke om det vi ser er en endring mot likere klesvaner for menn og kvinner som foreløpig vises blant de yngre eller mer permanente forskjeller. En annen overraskelse er aldersprofilen. Det er ingen signifikant forskjell i antall klær som

anskaffes av kvinner mellom 18 og 59 år. Eldre kvinner anskaffer færre klær, og menn har et synkende antall anskaffelser med alder. De yngste mennene er på nivå med kvinner.



Figur 3-3 Gjennomsnitt antall plagg kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene etter kjønn og alder (N=1194, p<0,001)

Vi vil i det følgende sammenligne funnene med de tallene på klesforbruk vi kan finne hos SSB og annen statistikk. Det finnes ikke nye tall på forbruk siden siste Forbruksundersøkelse ble gjennomført i 2012, som viste at gjennomsnittlig ble det brukt kr 6188 på klesplagg for menn, og kr 9923 på klesplagg for kvinner per husholdning i 2012 (SSB, 2013).

SSB har også oversikt over klesimport. I 2018 var import av klær og tilbehør til klær til Norge 14,6 kg per person (SSB, 2019b). Hovedorganisasjonen for handels- og tjenestenæringen Virke har laget oversikt over import i antall plagg i ulike kleskategorier basert på SSBs statistikk (Rekdal, 2019), se Tabell 3-2. Vi har brukt disse tallene for å beregne import per person basert på innbyggertallet i 2018. Tallene har ikke med det som forbrukere selv importerer via bestillinger direkte fra utlandet, dersom verdien på bestillingen er under 350 kroner. Virke (2019) estimerer at 23% av klærne kjøpes på nett og 76% er kjøpt i fysisk butikk.

Gjennomsnittlig antall plagg per person uansett kjønn er 57,6 plagg, som er mye høyere enn våre tall (23,5 plagg per person). Dersom man trekker fra hansker, skjerf og hatter som vi ikke inkluderte i våre spørsmål, er resultatet fortsatt mye høyere (48,6 plagg). Andre kategorier som kan inneholde flere typer klær enn de vi har inkludert er yttertøy, der vi bare har spurt om jakker/kåper, og «annet» som jo er noe uklart. Vi ser også at Virkes tall per plaggtype er gjennomgående høyere enn det som våre respondenter rapporterer. Det er overaskende fordi våre tall inkluderer arv og kjøp av brukt i tillegg til nykjøp og import-tallene ekskluderer nettsalg fra utlandet under 350 kroner.

Tabell 3-2 Import av klær 2018, antall per kategori (Rekdal, 2019)

| | Antall i millioner stykk /par i 2018 | Per person, stk | Herreklær, stk | Dameklær, stk |
|---|---|--------------------|-------------------|------------------|
| Strømper og sokker | 64,3 | 12,1 | | |
| T-skjorter | 37,3 | 7,0 | | |
| Gensere | 26,2 | 4,9 | | |
| Bukser & shorts damer | 20,3 | 3,8 | | 7,7 |
| Annet | 20 | 3,8 | | |
| Hatter | 18,2 | 3,4 | | |
| Truser damer | 16,3 | 3,1 | | 6,2 |
| Arbeidshansker | 13,8 | 2,6 | | |
| Bukser & shorts menn | 11,8 | 2,2 | 4,4 | |
| Truser menn | 11,5 | 2,2 | 4,3 | |
| Hansker | 10,8 | 2,0 | | |
| Kjoler & skjørt | 10,1 | 1,9 | | 3,8 |
| Bluser | 8,9 | 1,7 | | 3,4 |
| Strømpebukser | 8,8 | 1,7 | | 3,3 |
| Ytterklær | 7,9 | 1,5 | | |
| Skjorter menn | 6,4 | 1,2 | 2,4 | |
| Sjal, skjerf o.l. | 4,5 | 0,8 | | |
| Badetøy | 2,8 | 0,5 | | |
| Shorts | 2,6 | 0,5 | | |
| Nattkjoler damer | 2,4 | 0,5 | | 0,9 |
| Totalt, alle kategorier | | 57,6 | | |
| Totalt antall uten hansker, skjerf og hatter | | 48,6 | | |

Det kan være flere forklaringer til forskjellene. For det første, er det uklart hvor stor andel av klærne som blir importert som faktisk blir solgt. For det andre, kan det ha vært vanskelig for våre respondenter å huske nøyaktig antall for hele siste 12 månedene. Vi antar at det er lettere å glemme kjøp, enn å overestimere. Dette er i det minste vår erfaring når vi har bedt informanter anslå antall klær i garderoben for så etterpå å telle dem. Størst er forskjellen for dem som har mange klær (Klepp & Laitala, 2015, 2016). Undersøkelsens tema er bærekraft. Dette kan ha påvirket slik at noen har rundet tallene ned. Vi tror dermed at forbrukeres underestimering, manglende kleskategorier og usolgte klær til sammen kan forklare forskjellen mellom import og det folk forteller. At importen er mer enn dobbelt så stor er likevel overraskende. Dette tilsier at innkjøp burde bli studert også med andre metoder. I den nyeste rapporten om tekstilavfall er mengden usolgte tekstiler i Norge estimert til å være minst 714 tonn, men tallene er svært usikre (Watson m.fl., 2019). Dette tilsvarer kun 135 gram per person, som er mindre enn ett plagg. Bedre kunnskap omkring solgte og usolgte klær er viktig. Det beste ville være å kunne bruke metoder som ikke er basert på forbrukernes hukommelse, og selskapenes vilje til å dele informasjon.

Vi kan ikke si noe sikkert om endring over tid fordi vi ikke har tilsvarende undersøkelser å sammenligne med. I 2016 stilte vi en del spørsmål om hvor lenge det var siden siste kjøp av ulike typer klær. Tallene er ikke direkte sammenlignbare både på grunn av måte spørsmålet

ble stilt og at de omhandler grupper av klær og ikke enkeltplagg. Menn rapporterte gjennomsnittlig over et halvt år lengre tid siden sist kjøp for tre av de fire kategoriene sammenlignet med kvinner. Unntaket er trenings/fritidstøy der det var et par måneder kortere tid siden siste kjøp for mennene. De eldre respondentene svarte at det var noe lengre tid siden siste kjøp enn de unge i alle fire kategoriene. Lengst tid siden sist kjøp rapporterte eldre menn. Kortest tid siden siste kjøp for de eldre mennene var kjøp av treningstøy. De skiller seg klart fra de eldre kvinnene som hadde kjøpt festklær sist. Forskjellen for innkjøp av fest- og formelle klær varierer mer med alder for menn enn for kvinner. Sett i forhold til det store fokuset på unge kvinners forbruk av klær (Storm-Mathisen & Brusdal, 2009) mente vi da at de unge kvinnene ikke skilte seg spesielt ut. «De forteller riktignok om kortest tid siden innkjøp (0,6 år siden innkjøp av festklær), men dette er ikke veldig langt fra de unge mennene eller middelaldrende kvinner, begge med 0,8 år. De unge mennene kjøper treningstøy noe oftere enn de unge kvinnene. Antall år for innkjøp av vintersko er det samme for kvinner fra de yngste og opp til 59 år» (Klepp & Laitala, 2016, p. 87).

Vi mener undersøkelse i denne studien viser det samme. Det er en viss forskjell mellom kvinner og menn og unge og gamle, men denne forskjellen er ikke veldig stor. Våre yngste respondenter rapportere omtrent like mange kjøpte klær uavhengig av kjønn. Også dette fant vi i 2016. I begge studiene er det de eldre mennene som skiller seg ut med færre kjøp enn de andre gruppene.

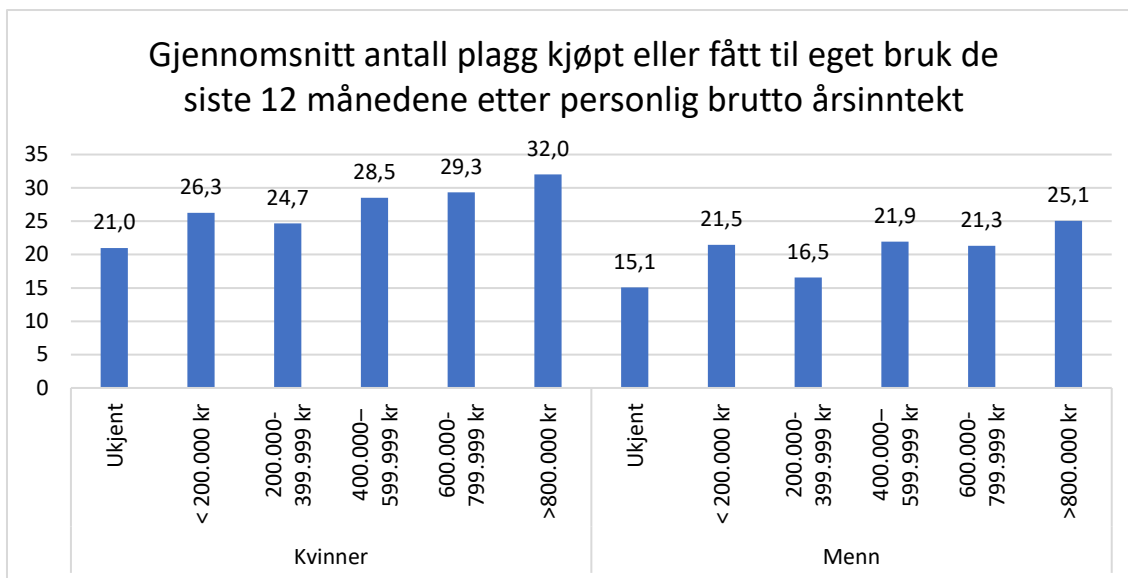
Vi hadde forventet flest innkjøp blant de yngre og minkende antall kjøp med stigende alder. De unge har enda ikke hatt tid til å bygge opp en full garderobe, og er i en livsfase med større endringer privat og profesjonelt. Å gå fra student til yrkesaktiv er for eksempel en endring som kan krever anskaffelser av klær fordi nye roller og posisjoner kan stiller andre krav til den daglige påkledning. Det er fortsatt mulig at disse antagelsene stemmer, men i større grad for menn.

Betydningen av jevnaldergrupper, utseende og klær er også forventet å være sterkest i ungdommen, og i det unge voksenlivet der etablering av parforhold og vennskap preger manges liv (Klepp & Storm-Mathisen, 2005; Storm-Mathisen & Klepp, 2006). Ut ifra dette synes vi det er overaskende at de unge ikke kjøper mer (sett i forhold til andre aldersgrupper). En mulig forklaring er økonomi (Tabell 3-3). En annen grunn kan være at hensyn til miljø er sterkere blant de yngste, enn hos de eldre. Vi skal komme tilbake til miljøhensyn i kapittel 3.5.

Tabell 3-3 Respondentenes gjennomsnitt brutto årsinntekt etter alderskategori (N=1085, p<0.001)

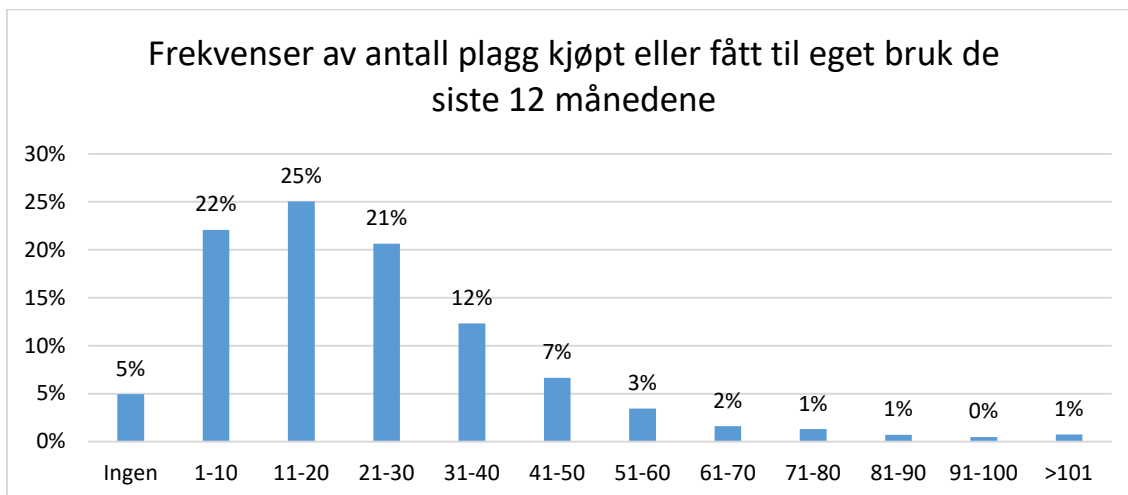
| Aldersgruppe | Gjennomsnitt inntekt |
|--------------|----------------------|
| 18-29 | 288.501 |
| 30-44 | 467.977 |
| 45-59 | 566.393 |
| 60+ | 473.026 |

Når vi sammenligner antall klesanskaffelser per inntektsgruppe, ser vi at mengden klær kvinner anskaffer øker med økt inntekt. For menn er sammenhengen ikke like lineær, men også her anskaffer de med den høyeste inntektsgruppen som tjener mer enn 800 000 kr per år mest. Gruppen som ikke rapporterer inntekt, anskaffer minst (Figur 3-4).

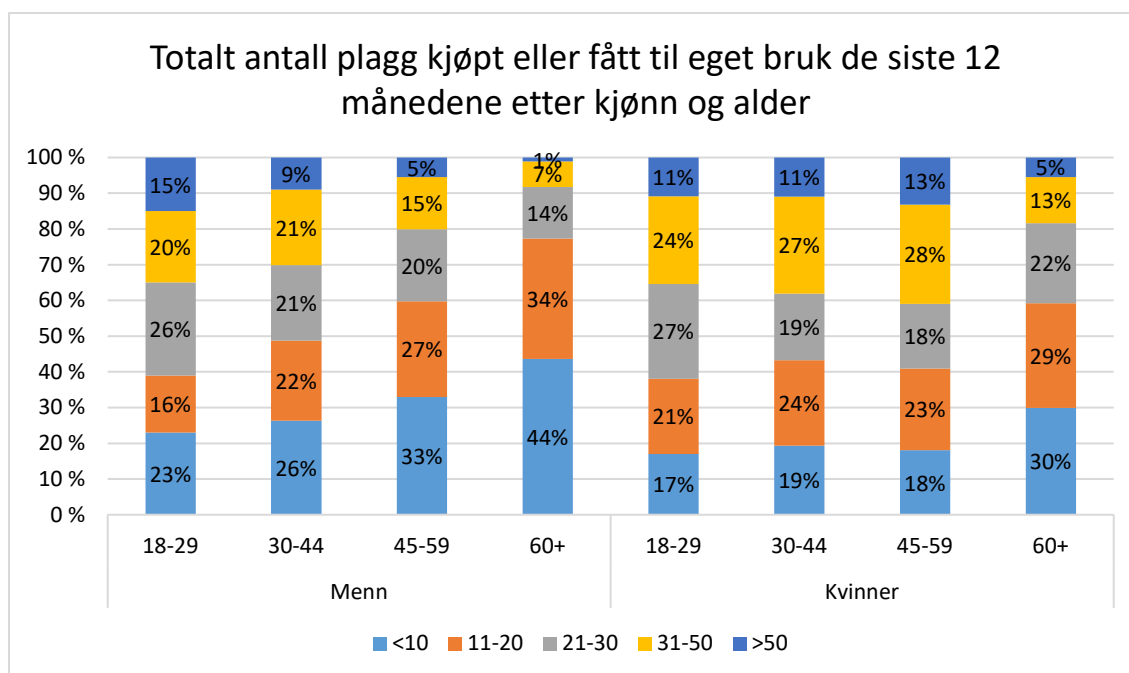


Figur 3-4 Antall plagg kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene etter personlig brutto årsinntekt. (N=1194, kjønn p<0,001, inntekt p<0,05)

Så langt har vi diskutert antall anskaffelser som gjennomsnitt for de ulike gruppene av forbrukere. Vi ønsket også å vite hvorvidt det er store forskjeller mellom forbrukerne i hvor mange plagg som anskaffes. Figur 3-5 viser nettopp dette. Det er store forskjeller mellom respondentene i hvor mange plagg de sier de har anskaffet siste 12 månedene. De fleste (80 %) forteller om innkjøp mellom 1 og 40 plagg. Det er derimot få som sier de har anskaffet over 60 plagg (5 %), like få er det som sier at de ikke har anskaffet noen plagg.



Figur 3-5 Frekvenser av antall plagg kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene (N=1194)



Figur 3-6 Fordeling av total antall plagg kjøpt eller fått til eget bruk de siste 12 månedene etter kjønn og alder (N=1194) Pearson Chi-Square-test for kjønn ($p<0.001$), alder ($p<0,001$) og kjønn og alder ($p<0.001$)

Figur 3-6 viser antallet anskaffede klær fordelt på kjønn og alder. Vi ser her at det er færrest av de som har kjøpt aller mest (over 50 plagg) blant de aller eldste over 60 år. Flest storforbrukere av klær finnes blant de yngste mennene med 15% som har kjøpt mer enn 50 plagg, etterfulgt av kvinner mellom 45 og 59 år (13%). Hovedinntrykket er likevel at antallet innkjøp varierer veldig fra en forbruker til den neste både for kvinner og menn og eldre og yngre. Det er med andre ord ingen innarbeidet standard eller norm. Både det å kjøpe 10 og det å kjøpe opp til 50 plagg i året kan ses å være vanlig, med unntak av de eldste mennene der få anskaffer over 30 plagg i året.

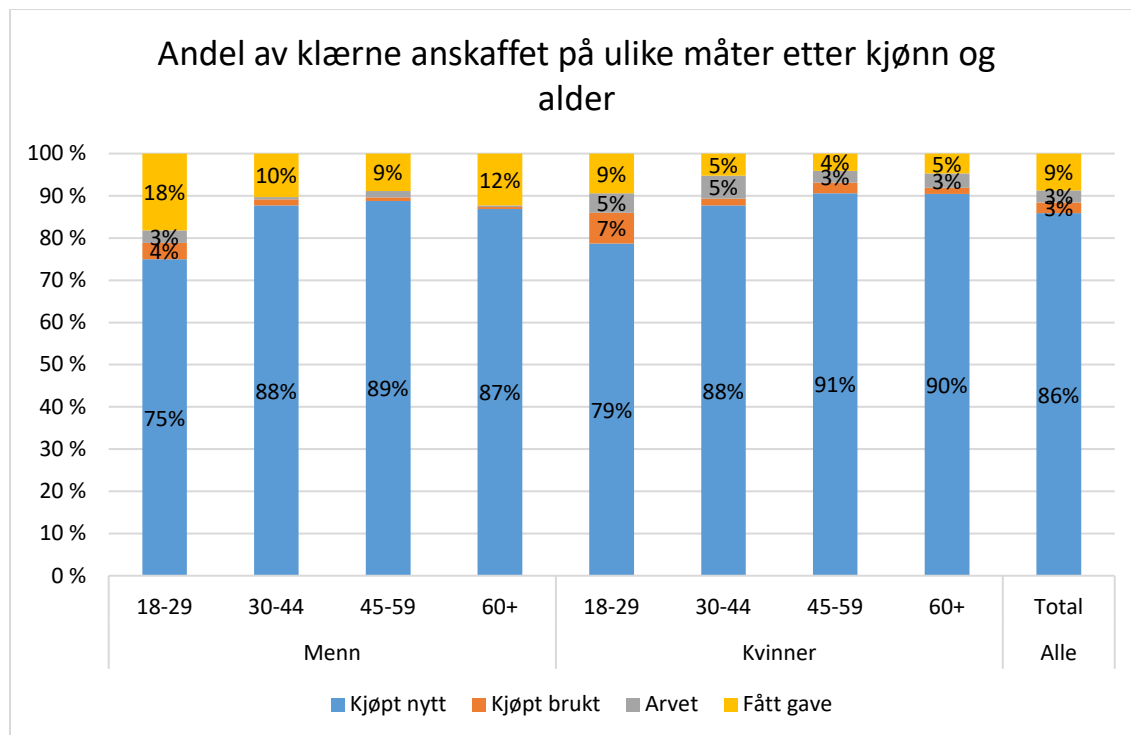
3.2 Nytt og brukt; kjøpt og arvet

Vi har stilt spørsmål om hvordan klærne er anskaffet (Tabell 3-4). De aller fleste av plaggene er kjøpt nye (20,2 av 23,5), som tilsvarer 86% av alle klærne. Det nest vanligste måten å få klær er å få de som gaver. Dette er 2 plagg i gjennomsnitt per person. Menn får mer klesgaver enn kvinner, og de unge får mer enn de eldre. I gjennomsnitt er det mindre enn et plagg per person som er kjøpt brukt (0,6), og tilsvarende mindre enn et plagg som er arvet brukt (0,7). Totalt utgjør dette 1,3 gjenbrukte plagg per respondent per år.

Tabell 3-4 Antall plagg anskaffet på ulike måter etter kjønn og alder (N=1194)

| Kjønn | Alder | Kjøpt nytt | Kjøpt brukt | Arvet | Fått gave | Totalt |
|----------------|--------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|
| Menn | 18-29 | 21,3 | 1,1 | 0,8 | 5,2 | 28,5 |
| | 30-44 | 21,5 | 0,4 | 0,1 | 2,5 | 24,5 |
| | 45-59 | 17,5 | 0,2 | 0,3 | 1,7 | 19,7 |
| | 60+ | 12,3 | 0,1 | 0,1 | 1,7 | 14,1 |
| | Total | 17,6 | 0,3 | 0,3 | 2,5 | 20,7 |
| Kvinner | 18-29 | 22,0 | 2,0 | 1,3 | 2,6 | 28,0 |
| | 30-44 | 24,6 | 0,4 | 1,5 | 1,5 | 28,0 |
| | 45-59 | 26,1 | 0,7 | 0,8 | 1,2 | 28,8 |
| | 60+ | 18,2 | 0,3 | 0,7 | 1,0 | 20,2 |
| | Total | 22,8 | 0,9 | 1,1 | 1,6 | 26,3 |
| Total | 18-29 | 21,8 | 1,7 | 1,1 | 3,7 | 28,2 |
| | 30-44 | 23,1 | 0,4 | 0,8 | 2,0 | 26,3 |
| | 45-59 | 21,5 | 0,4 | 0,5 | 1,5 | 24,0 |
| | 60+ | 14,9 | 0,2 | 0,3 | 1,4 | 16,8 |
| | Total | 20,2 | 0,6 | 0,7 | 2,0 | 23,5 |

Figur 3-7 viser hvordan menn og kvinner i ulike aldre har anskaffet sine klær siste året som fordeling mellom de ulike anskaffelsesformene. De unge kvinnene mellom 18 og 29 anskaffet størst andel av gjenbrukte klær. 12% av deres anskaffelser var enten kjøpt brukt eller arvet. Også de unge mennene anskaffer noe mer brukte klær enn de andre; 7% av deres anskaffelser var brukte klær.



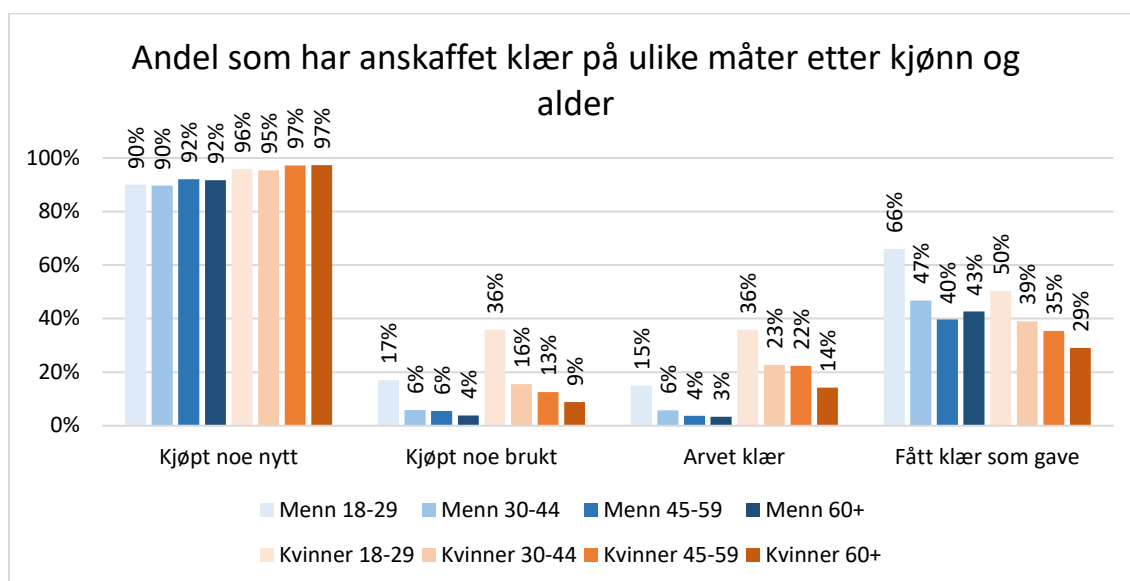
Figur 3-7 Andel av klærne anskaffet på ulike måter etter kjønn og alder. Prosent. (N=1194)

Omfanget av kommersielt gjenbruk korresponderer godt med tidligere undersøkelser (Klepp & Laitala, 2018; Laitala & Klepp, 2014, 2017). Det gjentas ofte i medier at gjenbruk er en «trend» og at interessen vokser raskt. Det er lite i vårt materiale som tyder på det. Riktignok er interessen for gjenbruk større blant de unge enn blant andre, men heller ikke i denne gruppen er kjøp av brukte klær omfattende (1,7 plagg i året av totalt 28,2 plagg).

For arv er resultatene noe mer overraskende. Vårt fokus i tidligere undersøkelser har vært i andel av respondentene som arvet eller kjøpt brukt, og disse studiene har vist at arv er viktigere enn kjøp av brukte klær (Laitala & Klepp, 2017). Forskjellen i betydning mellom arv og kjøp av brukte klær er imidlertid mindre her enn tidligere undersøkelser har vist, bare 0,1 plagg per år. Vi har ikke tidligere spurt om antall plagg eller om alle former for deling av klær privat, bare der klærne skifter både eier og bruker (brukte klær som arv og gave). Dermed har vi ekskludert det å dele og låne «stjele» av hverandre (Klepp & Laitala, 2018) fra denne undersøkelsen.

Fordi vi har spurt om hvor mange som har anskaffet klær på ulike måter kan vi også se hvor mange det er som har benyttet ulike anskaffelsesmåter (Figur 3-8). Det absolutt vanligste måten å anskaffe klær er å kjøpe de nytt, og de fleste har kjøpt noen nye klær til seg selv i løpet av året som har gått. Det er noen flere kvinner (96%) enn menn (91%). Majoriteten av respondentene har ikke anskaffet brukte klær det siste året. Dette gjelder 89% av menn, som har verken kjøpt brukt eller arvet plagg siste år, mot 66% av kvinner. Men – vi kan ikke være

sikre på at alle plaggtyper er inkludert. Det var noen respondenter som krysset av at de hadde skaffet bestemte typer klær, men ikke svart hvordan eller hvor mange. Det er imidlertid ingen grunn til å tro at det er spesielt bruktkjøp eller arv som er underrepresentert.



Figur 3-8 Andel av respondenter som har anskaffet klær på ulike måter etter kjønn og alder. (N=1194, ANOVA mellom aldersgrupper og kjønn: kjøp av nytt, brukt kjøp og arv $p < 0.001$, gaver $p < 0.005$)

For å kunne sammenligne endring over tid, bruker vi resultater fra en survey-undersøkelse gjennomført i 2012, selv om spørsmålene er stilt annerledes. Mens vi nå har fokusert på bestemte plaggtyper anskaffet i løpet av de siste 12 månedene, spurte vi i 2012 «Har du i løpet av de to siste årene kjøpt- eller fått brukte klær til eget bruk?». Respondentene kunne svare om de enten hadde kjøpt, fått eller begge deler (Laitala & Klepp, 2017). Dette er et mye mer generelt spørsmål, samtidig som den undersøkte tidsperioden er to år i stedet for ett år, slik i den nyeste undersøkelsen.

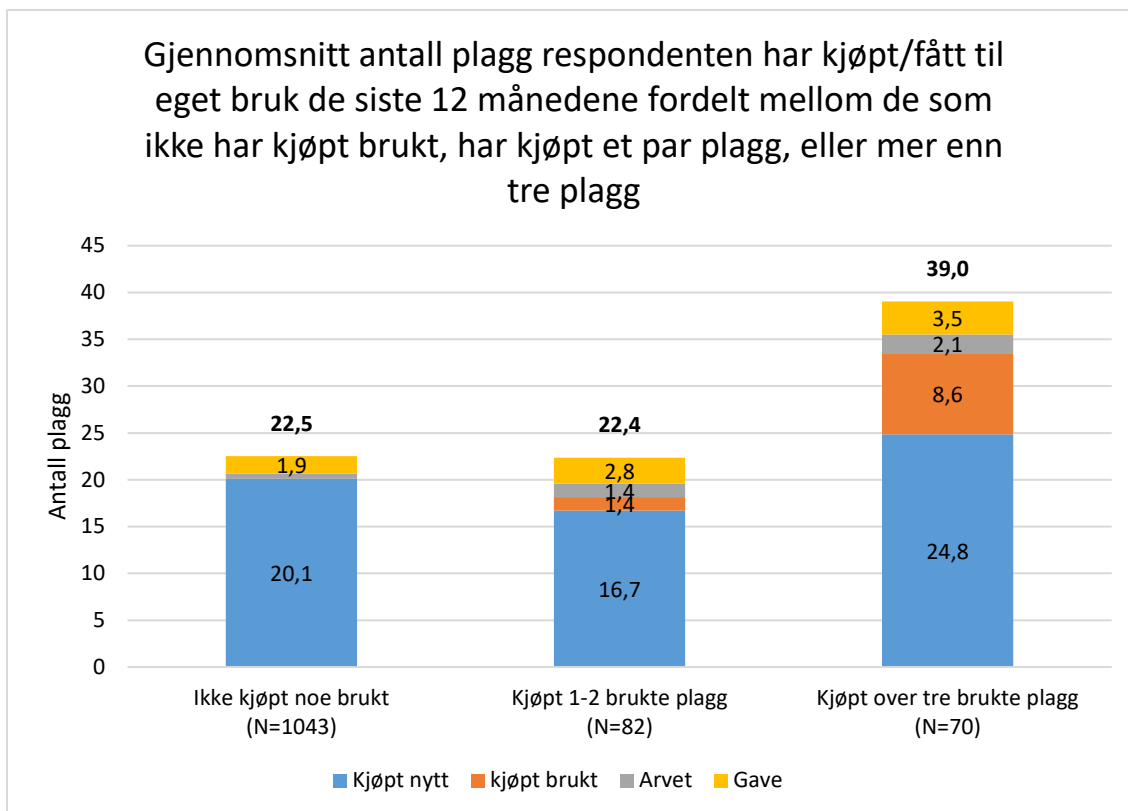
I 2012, var det 17% som hadde kjøpt brukte klær i løpet av to siste år mot 13% som hadde gjort det i løpet av et år i 2019. De tilsvarende tallene for å få brukte klær var 30% i 2012 mot 15% i 2019 (Tabell 3-5). Vi ser at forskjellen på betydningen av arv kontra det å kjøpe brukt er mindre nå enn i 2012. Det kan være en indikasjon på at kjøp og salg overtar for arv, det å gi og få i nære relasjoner. Dersom det er tilfelle, er endringene ikke positive for miljøet. En nøyere studie av forholdet mellom arv og kjøp av brukte klær kunne belyse dette bedre. En slik studie burde inkludere barneklær. Vi ser også at antallet som har kjøpt brukte klær ikke har steget, men dette kan skyldes måten vi har spurt. Det er likevel et unntak; det er økning i kjøp av brukt blant de unge mellom 18-24 år. Dette er en positiv utvikling, ikke minst fordi det er en vane de kan tenkes å ta med seg videre i livet og dermed føre til mer kjøp av brukte klær på sikt. Det er ikke noe som tyder på noen økt interesse for brukte klær blant de andre aldersgruppene. Sett i forhold til den store mediaoppmerksomheten kommersiell og ideell sirkulering av klær får, og hvor liten del av klesomsetningen dette utgjør, tilsier at dette burde vært undersøkt nærmere.

Tabell 3-5 Andel av respondenter som har fått eller kjøpt brukte klær etter kjønn og alder i to undersøkelser, SIFO-survey2012 og SIFO-survey 2019. Svarene fra 2012 gjelder for to siste år, mens undersøkelsen fra 2019 gjelder kun siste året. (2012 N=1019, 2019 N=1194)

| <i>Bakgrunn</i> | | Har kjøpt brukte klær [%] | | Har arvet/fått brukte klær [%] | | Har verken kjøpt eller arvet brukte klær [%] | |
|-----------------|---------|---------------------------|-------------|--------------------------------|-------------|--|-------------|
| | | 2012 (2 år) | 2019 (1 år) | 2012 (2 år) | 2019 (1 år) | 2012 (2 år) | 2019 (1 år) |
| <i>År</i> | | | | | | | |
| Totalt | | 17 | 13 | 30 | 15 | 59 | 77 |
| <i>Kjønn</i> | Menn | 11 | 7 | 22 | 6 | 69 | 89 |
| | Kvinner | 23 | 18 | 38 | 24 | 50 | 66 |
| <i>Alder</i> | 18-24 | 24 | 30 | 45 | 30 | 45 | 53 |
| | 25-39 | 22 | 17 | 36 | 19 | 51 | 70 |
| | 40-59 | 12 | 10 | 28 | 13 | 65 | 81 |
| | 60+ | 16 | 6 | 19 | 8 | 66 | 87 |

Resultatene viser et tilsvarende bilde som tidligere undersøkelser og internasjonale undersøkelser (Laitala & Klepp, 2014, 2017; Laitala m.fl., 2017b). Andel klær som gjenbrukes i vestlige land er lite.

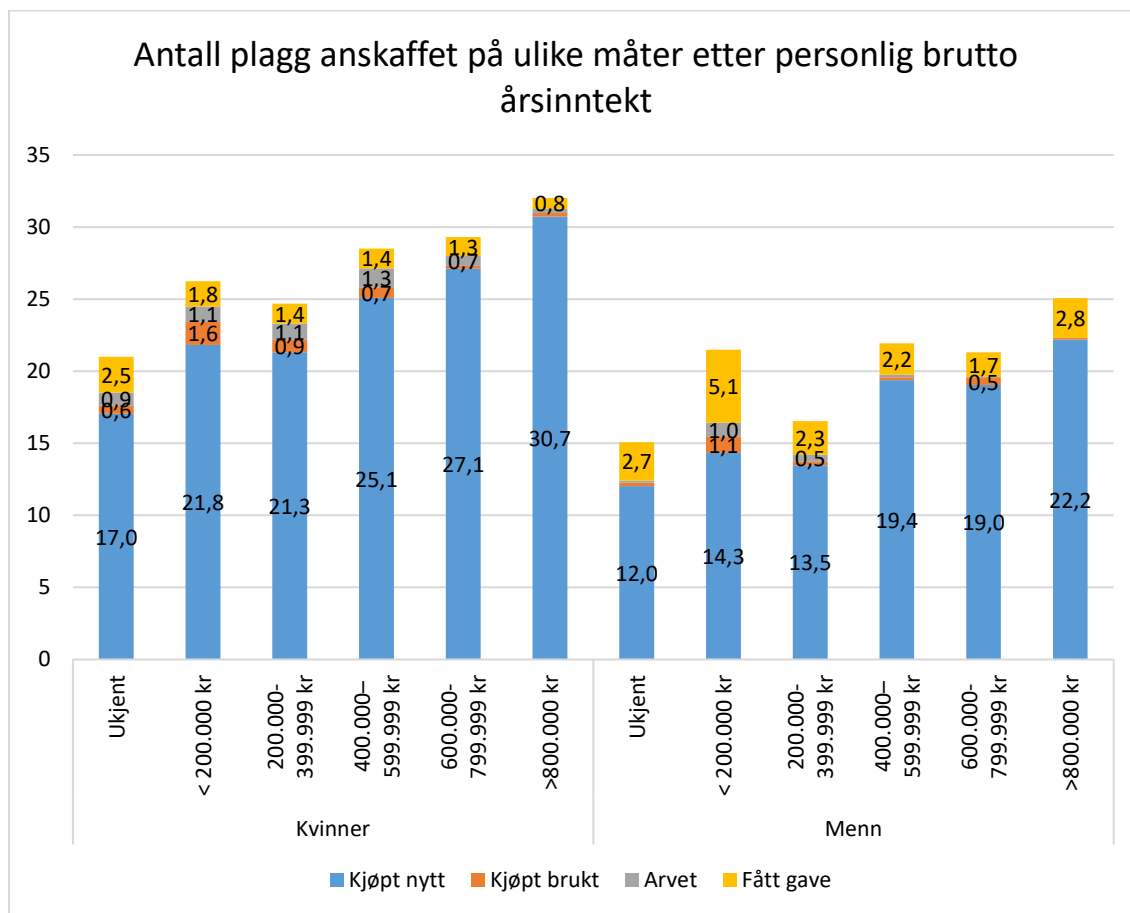
Handel og bytte med brukte klær fremstilles ofte som en løsning på miljøproblemene forbundet med produksjon og forbruk av klær. Brukttøymarkedet er f. eks. et tiltak mange organisasjoner og kommuner støtter av miljøhensyn. Bedrifter som tilbyr salg av brukte klær, både i butikk og som nettbaserte løsninger, fremstiller dette som «grønne» løsninger. Et slik resonnement forutsetter to ting, 1) at brukte klær erstatter og ikke kommer i tillegg til innkjøp av nye klær, og 2) at kjøp av brukte klær ikke er en kommersialisering av tidligere privat sirkulering (arv), men kommer i tillegg. For å se om det første stemmer, har vi sett på om det totale antallet klær som anskaffes endres dersom respondentene kjøper mange brukte plagg.



Figur 3-9 Gjennomsnitt antall plagg respondentene har kjøpt/fått til eget bruk de siste 12 månedene fordelt mellom de som ikke har kjøpt noe brukt, har kjøpt et par plagg, og de som har kjøpt mer enn tre brukte plagg (N=1194, p<0.05).

De som bare har kjøpt et par brukte plagg har i gjennomsnitt kjøpt mindre nye klær enn de som ikke har kjøpt noe brukt (Figur 3-9). Deres totale antall anskaffede plagg er det samme som de som ikke har kjøpt brukt. Dette skyldes at de også har fått og arvet noe mer. De som har kjøpt flere enn tre brukte plagg har også anskaffet flere nye plagg, og deres totale antall anskaffelser er mye høyere enn for de to andre gruppene. Det er dermed ikke en klar sammenheng mellom å kjøpe brukt, og kjøpe mindre nytt. De som kjøper mye brukt kjøper også mye nytt. Samtidig er det mulig at de som kjøper noen få brukte plagg ville ha kjøpt noe mer nytt om de ikke hadde hatt denne muligheten. Det er også mulig at våre «storforbrukere» ville ha kjøpt enda mer nytt, om de ikke også hadde kjøpt brukt. Vi trenger flere undersøkelser for å gå inn dypere inn i dette. De resultatene tyder på at kjøp av brukte klær utgjør en svært liten del av klesomsetningen og ikke nødvendigvis reduserer kjøp av nye klær.

Tidligere så vi en sammenheng mellom høyre inntekt og økning i det totale antallet klær som blir anskaffet årlig. Figur 3-10 viser fordeling mellom ulike anskaffelsesmåter etter inntekt og kjønn.



Figur 3-10 Antall plagg anskaffet på ulike måter etter personlig brutto årsinntekt (N = 1194)

Vi ser at de med lavest inntekt (under 200.000 kr) kjøper mest brukte klær, og de med høyest inntekt arver og kjøper minst brukt. Alder spiller også inn her, de unge har gjennomsnittlig lavere inntekt (Tabell 3-3).

For menn, er det signifikante forskjeller mellom inntektsgruppene både innkjøp av nytt, arv og gaver, mens for det å kjøpe brukt er forskjellen ikke signifikant. For kvinner er bare signifikante forskjellen når det gjelder innkjøp av nytt ($p < 0.05$).

Vi har ikke gode muligheter til å sammenligne antall anskaffelser mellom by og land, men materialet kan analyseres på region (Tabell 3-6). Det er kun signifikant forskjell på antall plagg som er arvet, men også resterende kategorier har noen ikke signifikante tendenser der Oslo/Akershus skiller seg noe ut. Hovedstadsregionen har mer kjøp, både av nye og brukte klær, men litt mindre arv enn resten av landet. Vi vet at klær prioriteres i møter med mange mennesker og noe høyere prioritering av klær i landets mest urbaniserte område er dermed ikke overaskende. Materialet er ikke egnet for å skille bedre mellom urbane og ikke urbane strøk i andre deler av landet.

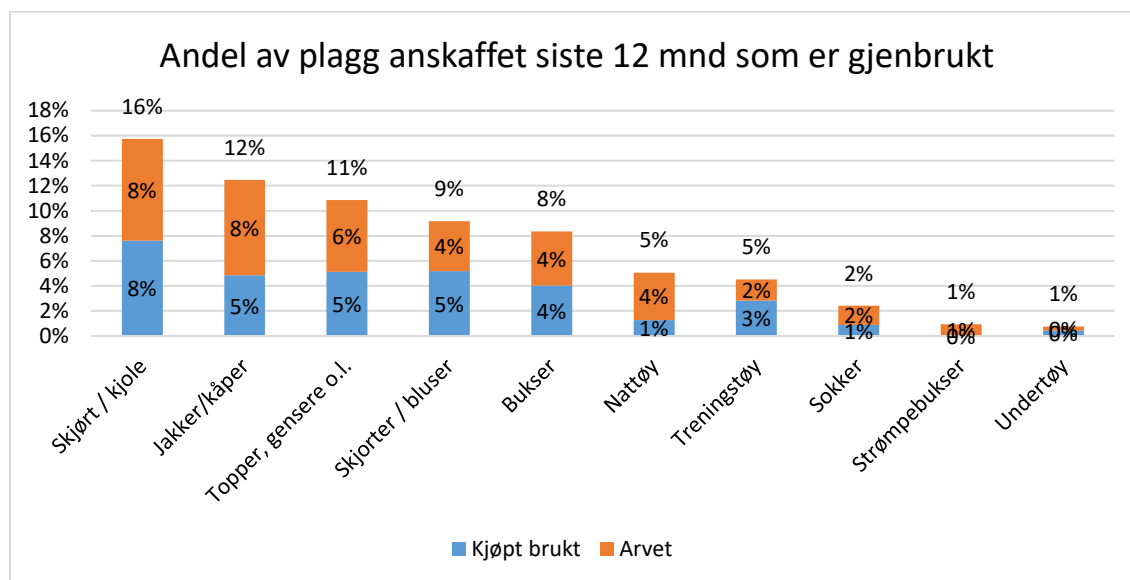
Tabell 3-6 Antall plagg anskaffet på ulike måter til eget bruk de siste 12 månedene etter geografisk område. (N=1193). ANOVA test mellom landsdelene for Kjøpt nytt (P= 0.051), Kjøpt brukt (p=0.513), Arvet (p=0.010), Gaver (p=0.191) og total (p=0.070).

| | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|--------|
| Oslo/Akershus | 22,5 | 0,8 | 0,4 | 2,3 | 26,0 |
| Rest Østland | 18,4 | 0,7 | 1,1 | 1,7 | 21,8 |
| Sør-/Vestland | 20,1 | 0,4 | 0,5 | 2,0 | 23,0 |
| Trøndelag / Nord-Norge | 19,8 | 0,5 | 0,8 | 2,4 | 23,4 |

Det er en interessant tendens i materialet til at både bruktkjøp og nykjøp er høyere i Oslo og Akershus. I omtaler av bruktmarkedet for klær fremsettes det ofte påstander at dette erstatter kjøp av nye klær og dermed sparer miljøet. Tallene viser at det er i det samme området det kjøpes mye, både nytt og brukt. Dette funnet stemmer overens med det vi fant på individnivå, det er de samme som kjøper mye både brukt og nytt. Arv derimot følger ikke samme mønster, men både tallene og forskjellene er små.

3.3 Hva slags plagg gjenbrukes

Det er store forskjeller mellom plaggtypene i hvor vanlig det er at de brukes av flere. Skjørt og kjoler gjenbrukes oftest, etterfulgt av jakker, topper, skjorter og bukser (Figur 3-11). Det er lite nattøy, treningstøy, sokker og aller minst strømpebukser og undertøy blant det gjenbrukte klærne.



Figur 3-11 Andel av plagg anskaffet siste 12 mnd som er gjenbrukt (N=1194)

Når skjørt og kjoler topper listen over de plagg som gjenbrukes ofte kan det bidra til å forklare en del av menns lavere interesse for gjenbruk; markedet tilbyr flest klær i en kategori menn bruker lite.

Det totale antallet plagg anskaffet årlig er høyere i de kategoriene som gjenbrukes sjeldent. Dette kommer frem ved å sammenligne de fem plaggtypene som gjenbrukes oftest mot de fem som gjenbrukes sjeldnest. Forskjellen er 14,0 plagg per år på kategoriene med minst gjenbruk mot 9,5 plagg per år i de kategoriene med mest gjenbruk. Den gruppen klær som gjenbrukes aller oftest; kjoler og skjørt, er også den typen plagg som sjeldent anskaffes. De utgjør bare i gjennomsnitt 0,8 slike plagg i året. Vekten av plagg er viktig i en miljøsammenheng. Blant de typer klær som ombrukes lite er det mange små lette plagg som sokker og undertøy. Dette tilsier at ombruk likevel er noe viktigere enn det lave antallet plagg skulle tilsi, fordi større plagg ombrukes mest.

For de fleste gruppene med klær er det ikke så stor forskjell mellom det kommersielle gjenbruket og det som foregår privat. Nattøy og jakker skiller seg ut ved å være klær som er litt vanligere å arve enn å kjøpe brukt ($p < 0,05$, ensidig t-test).

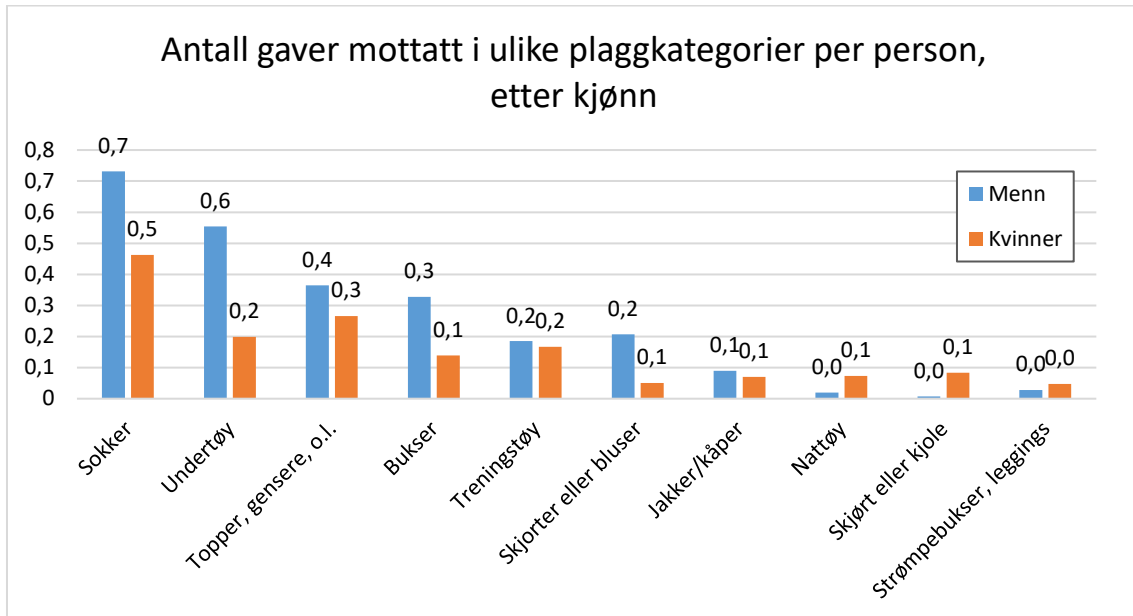
Vi har ikke undersøkt hvorfor noen klær er mer populære å gjenbruke enn andre. Vi har derimot kunnskap om hva som er motivasjon og barrierer for å kjøpe eller arve brukte klær (Laitala & Klepp, 2018). Viktige begrunnelser for både arv og kjøp av brukte klær er miljø og økonomi, men også det å ha klær som ikke «alle har» og at de brukte klærne passer ens stil. Ser vi på barrierene er det innkjøpssituasjonene, sammen med at de generelt foretrakk nye klær. Helse og hygiene brukes ofte som argument blant de som ikke bruker brukte klær.

De store forskjellene mellom ulike typer plagg finner vi også igjen internasjonalt (Klepp m.fl., Upublisert). Holdningene til gjenbruk, både de som motiverer til og de som brukes som argument mot gjenbruk, kan brukes til å forstå ulikhetene mellom plagg. Vi vet at det er klare normer i den norske befolkningen som tilsier at spesielle plagg – og sko - ikke skal gjenbrukes. Dette gjelder undertøy spesielt. For andre plagg kan selve anskaffelsessituasjonen bety mer. Det er viktig å prøve bukser fordi det er vanskeligere å finne noen som passer enn f. eks. å finne en skjorte i riktig størrelse. En annen mulig årsak til forskjellene mellom plaggene er slitasje. Plagg som ofte avhendes på grunn av slitasje vil være mindre aktuelle til gjenbruk (Klepp & Laitala, 2016; Laitala m.fl., 2017c). Det er dermed flere grunner til at ikke undertøy, sokker og strømper kommer til å bli noen slagere på gjenbruksmarkedet uten store endringer i klesvaner og normer.

Plagg som brukes sjeldent, og avhendes av andre grunner enn slitasje, vil være de som er mest aktuelle for gjenbruk. Dette er spe- og småbarnstøy og klær for spesielle anledninger slik som brudekjoler; begge er klesgrupper vi ikke har inkludert i studien. Av de inkluderte kategoriene, er det kjoler og skjørt som oftest skifter eier og bruker. Det kan forklares med at dette er plagg hvor variasjon, stil og smak er viktig. Dette er også plagg som kan kjøpes i større grad basert på størrelse og ikke nødvendigvis må prøves, i hvert fall sammenlignet med bukser.

3.4 Nye klær som gaver

Mange, og særlig menn, får nye klær som gaver (se kap. 3.2). Dette korresponderer godt med tidligere studier av klesvaner og gavegivning. Klær er den vanligste julegaven både til barn og voksne. Brukte tekstiler gis derimot ytterst sjelden som gave (Bugge m.fl., 2019). Vi har også sett på hva slags plagg som mottas som gaver både til kvinner og menn (Figur 3-12).



Figur 3-12 Antall ulike klesgaver mottatt per person, etter kjønn (N=1193. ANOVA test mellom kjønn viser signifikant forskjell ($p < 0.05$) på kleskategorier sokker, undertøy, bukser, skjorter/bluser, nattøy og skjørt/kjole).

For menn er sokker, undertøy og gensere vanlige gaver, en del bukser, treningsstøy og skjorter blir også gitt. Kvinner derimot får sjelden undertøy, mens sokker og topper/gensere derimot er mer vanlig. Det er bare nattøy og skjørt/kjole som kvinner får mer av enn menn. Det er interessant å merke seg at de samme plaggene (sokker og undertøy) som i svært liten grad finnes på brukmarkedet er de som oftest gis som gaver. I de aller fleste kleskategoriene utgjør gavene mindre enn 12% av anskaffelsene per plaggtype, unntatt nattøy der gavene utgjør 20%.

3.5 Miljøholdninger og handlinger

Vi vil her se på hvorvidt miljøholdninger og miljøhandlinger påvirker hva og hvor mye klær som anskaffes. Fordi lang levetid er viktig for å redusere nykjøp er alle aktiviteter som kan bidra til lenger levetid viktige. Vi har derfor sett på om det er noen sammenheng mellom det å ha reparert eller tilpasset klær siste to årene og anskaffelsesmåter (Tabell 3-7).

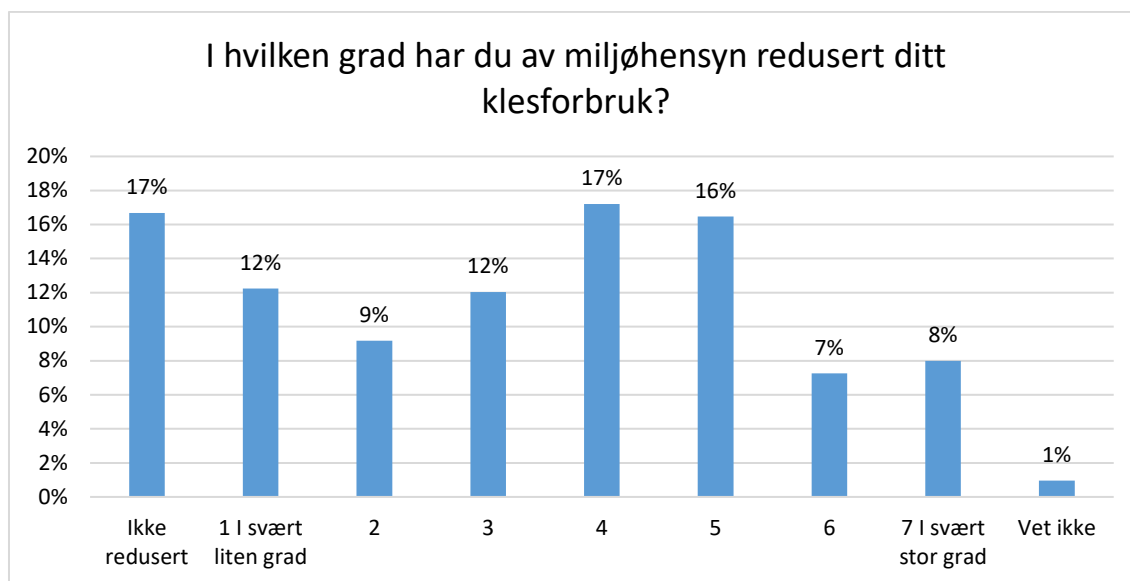
Tabell 3-7 Sammenligning i antall plagg anskaffet på ulike måter mellom de som har og de som ikke har reparert/tilpasset klær i de siste to årene. Forskjellen er positiv når de som har forsøkt å reparere anskaffer mindre plagg enn de som ikke har reparert. (N=1194. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| Kjønn og alder | Forsøkt å reparere klær i de siste to årene | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt antall plagg |
|----------------|---|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| Totalt | Ja | 20.4 | 0.8 | 1.1 | 2.3 | 24.5 |
| | Nei | 20.1 | 0.4 | 0.4 | 1.9 | 22.7 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>-0.3</i> | <i>-0.3</i> | <i>-0.7*</i> | <i>-0.4</i> | <i>-1.8</i> |
| Menn | Ja | 17.1 | 0.4 | 0.6 | 2.4 | 20.5 |
| | Nei | 18.0 | 0.3 | 0.1 | 2.5 | 20.9 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0.9</i> | <i>-0.1</i> | <i>-0.5*</i> | <i>0.1</i> | <i>0.4</i> |
| Kvinner | Ja | 23.1 | 1.1 | 1.5 | 2.1 | 27.8 |
| | Nei | 22.7 | 0.6 | 0.7 | 1.0 | 25.0 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>-0.4</i> | <i>-0.5</i> | <i>-0.8*</i> | <i>-1.1*</i> | <i>-2.8</i> |
| 18-29 | Ja | 21.9 | 1.7 | 1.6 | 3.8 | 29.0 |
| | Nei | 22.3 | 1.4 | 0.5 | 3.5 | 27.7 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0.3</i> | <i>-0.2</i> | <i>-1.1*</i> | <i>-0.3</i> | <i>-1.3</i> |
| 30-44 | Ja | 21.9 | 0.4 | 1.4 | 2.1 | 25.7 |
| | Nei | 24.2 | 0.4 | 0.3 | 1.9 | 26.8 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>2.3</i> | <i>0.1</i> | <i>-1.1*</i> | <i>-0.2</i> | <i>1.1</i> |
| 45-59 | Ja | 22.1 | 0.8 | 0.9 | 1.4 | 25.2 |
| | Nei | 21.1 | 0.2 | 0.3 | 1.5 | 23.1 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>-1.0</i> | <i>-0.6</i> | <i>-0.6*</i> | <i>0.1</i> | <i>-2.1</i> |
| 60+ | Ja | 15.1 | 0.2 | 0.3 | 1.5 | 17.2 |
| | Nei | 14.8 | 0.1 | 0.3 | 1.3 | 16.6 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>-0.3</i> | <i>-0.1</i> | <i>0.0</i> | <i>-0.2</i> | <i>-0.6</i> |

Det er ikke store forskjeller mellom de informantene som har reparert/tilpasset klær, og de som ikke har gjort det i forhold til antall plagg de har anskaffet, og kun noen få av forskjellene er signifikante. Overraskende, gjelder dette hovedsakelig mengden klær som arves. De som har reparert/tilpasset klær arver mer klær, og dette gjelder både menn og kvinner og alle aldersgrupper opp til 59 år. I tillegg mottar kvinner som reparerer mer som gave, enn de som ikke reparerer. De andre forskjellene er ikke signifikante, men vi ser tendenser til at det totale antallet anskaffede klær blant kvinner er høyere blant de som har reparert. Når man kombinerer de to kategoriene for anskaffelse av brukte klær (kjøp og arv), viser det seg at de som reparerer/justerer har anskaffet i gjennomsnitt ett brukt plagg mer i løpet av året enn de som ikke har reparert. Denne forskjellen er signifikant både for menn og kvinner. Dette kan være fordi de som anskaffer brukte klær kan ha økt behov for å reparere og tilpasse, men også for at de kan ha høyere interesse for og kunnskap om klær. Det kan også være fordi de som kan reparere oppfatter brukte klær som et bedre alternativ. Plagg på brukmarkedet kan ha feil og mangler, eller kreve tilpasninger til størrelse og smak. Det å selv kunne gjøre slike endringer kan gjøre dette markedet mer attraktivt. Med flere eldre klær vil også reparasjon være viktigere. Det er likevel ikke så lett å tolke disse resultatene. Når det er tendenser til at kvinner som reparerer anskaffer flere plagg i året enn de som ikke reparerer er det lite som

tyder på at det å reparere er uttrykk for en miljøhandling og heller ikke at reparasjon fører til færre innkjøp. Det siste er overaskende fordi reparasjon jo fører til at klær kan brukes lenger. Vi trenger derfor mer kunnskap omkring reparasjon og forholdet mellom reparasjon, levetid og antall anskaffelser.

Vi har også spurt direkte om respondentene selv mener de har redusert klesforbruket sitt av hensyn til miljøet. Bare 17 % svarer at de ikke har gjort det. 12 prosent svarer at de har gjort dette i svært liten grad og bare 8 % svarer at de har redusert sitt klesforbruk av hensyn til miljø i svært stor grad. Vi kan vel likevel si at flertallet sier de har redusert innkjøpene av hensyn til miljøet i noen grad. Interessen for klær og miljø i norske medier økte våren 2019, etter at materialet til denne undersøkelsen var samlet inn. Det er dermed mulig at dette antallet er høyere når denne rapporten skrives enn da materialet ble samlet inn.



Figur 3-13 I hvilken grad har du av miljøhensyn redusert ditt klesforbruk? På en skala fra 1 til 7, der 1 er i svært liten grad og 7 er i svært stor grad (N=1194).

De som sier de har redusert sitt klesforbruk (svarkategorier 5-7) rapporterer færre kjøp av nye plagg enn de som ikke svarer de har redusert (Tabell 3-8). Det er dermed en sammenheng mellom de to spørsmålene om handling. For menn er bare forskjellen i reduksjon av innkjøp av nye plagg signifikant ($p < 0,05$). For kvinner er forskjellene på alle andre kategorier enn kjøp av brukttøy, signifikant. De respondentene som sier de har redusert har kjøpt noe mer brukte klær og fått mer i arv. Det er ikke forskjell i mottatte gaver. Totalt antall er signifikant mindre, nesten fem plagg.

Tabell 3-8 I hvilken grad har du av miljøhensyn redusert ditt klesforbruk? (redusert angitt som skala 5 til 7 på figur 3-13) (N= 1194. Signifikant forskjell angitt med * $p < 0,05$)

| | | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt antall plagg |
|--------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| Totalt | Redusert | 16,1 | 0,9 | 1,1 | 2,2 | 20,3 |
| | Stabilt bruk /usikker | 22,0 | 0,4 | 0,5 | 2,0 | 24,9 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>5,9*</i> | <i>-0,5*</i> | <i>-0,6*</i> | <i>-0,2</i> | <i>4,6*</i> |
| Menn | Redusert | 14,5 | 0,6 | 0,5 | 2,5 | 18,1 |
| | Stabilt bruk /usikker | 18,6 | 0,3 | 0,2 | 2,5 | 21,6 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>4,2*</i> | <i>-0,3</i> | <i>-0,4</i> | <i>0,0</i> | <i>3,5</i> |
| Kvinner | Redusert | 17,2 | 1,2 | 1,5 | 2,0 | 21,8 |
| | Stabilt bruk /usikker | 26,2 | 0,7 | 0,9 | 1,3 | 29,0 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>9,0*</i> | <i>-0,5</i> | <i>-0,6*</i> | <i>-0,6*</i> | <i>7,2*</i> |
| Alder 18-29 | Redusert | 16,7 | 2,7 | 1,7 | 4,0 | 25,1 |
| | Stabilt bruk /usikker | 25,3 | 0,9 | 0,7 | 3,5 | 30,3 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>8,6*</i> | <i>-1,8*</i> | <i>-1,0*</i> | <i>-0,5</i> | <i>5,3*</i> |
| Alder 30-44 | Redusert | 17,2 | 0,3 | 1,0 | 2,1 | 20,7 |
| | Stabilt bruk /usikker | 25,7 | 0,4 | 0,7 | 2,0 | 28,9 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>8,5*</i> | <i>0,1</i> | <i>-0,3</i> | <i>-0,1</i> | <i>8,2*</i> |
| Alder 45-59 | Redusert | 16,4 | 0,3 | 0,9 | 1,4 | 19,0 |
| | Stabilt bruk /usikker | 23,5 | 0,5 | 0,4 | 1,5 | 25,9 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>7,1*</i> | <i>0,2</i> | <i>-0,5</i> | <i>0,2</i> | <i>6,9*</i> |
| Alder 60+ | Redusert | 14,2 | 0,2 | 0,7 | 1,2 | 16,3 |
| | Stabilt bruk /usikker | 15,2 | 0,1 | 0,2 | 1,5 | 17,0 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>1,0</i> | <i>-0,1</i> | <i>-0,5</i> | <i>0,3</i> | <i>0,7</i> |

De unge under 30 år som sier de har redusert rapporterer mye lavere antall nykjøp, men har erstattet noe av det med kjøp og arv av brukttøy. Allikevel, er total mengde anskaffelser signifikant mindre med 5,3 plagg. De i alderen 30-44 år som sier de har redusert har også gjort det. Deres reduksjon i antall nykjøp har ikke blitt erstattet av mer bruktkjøp eller gaver. De eldste respondentene over 60 år anskaffer minst fra før, og det er ingen signifikante forskjeller mellom gruppene.

Her ser vi dermed en sammenheng mellom det respondenten sier om sine handlinger, og hva de rapporterer å ha gjort det siste året. I neste seksjon skal vi se på om det er sammenheng mellom miljøholdninger og antall klesanskaffelser. Endringer over tid på disse

miljøholdningene og deres samfunnsmessige konsekvenser er diskutert av Tangeland og Vittersø (2019).

Tabell 3-9 viser at de fleste er enig med påstandene «Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse miljøproblemet» og «Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser», mens litt under halvparten støtter seg til utsagnet «Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/ bærekraftige produkter». Det er ingen forskjell mellom kjønn på det første utsagnet, mens kvinner sier seg mer villig til å gi avkall på varer og tjenester, og til å betale mer. Det siste er i tråd med tidligere undersøkelser. 50 prosent av kvinnene sier de kjøper enten miljømerkede og/eller økologisk merket mat, mens bare henholdsvis 38 og 37 prosent av mennene sier det samme (Vittersø & Laitala, 2017).

Unge kvinner og de over 60 i begge kjønn sier seg mest villig til å gi avkall på varer og tjenester. Vi vet fra før at de yngre er mer engasjerte i miljøspørsmål (Vittersø & Laitala, 2017), men mer overaskende er det kanskje at også de eldste skiller seg ut. Det er mulig det er mer knyttet til løsningen, altså det å gi avkall på forbruksgoder, fordi de har levd lenger og dermed også opplevd tider med mye mindre forbruksgoder enn i dag.

Tabell 3-9 Andel av respondenter som er enig i følgende påstander: 1) Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse miljøproblemet 2) Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser 3) Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/bærekraftige produkter. Etter kjønn og alder. (N=1194. ANOVA mellom kjønn og alder viser signifikante forskjeller på de to siste påstandene $p < 0.05$.)

| Kjønn | Alder | Den enkelte forbruker kan selv bidra | Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester * | Jeg er villig til å betale mer * |
|---------------------|-------|--------------------------------------|---|----------------------------------|
| Gjennomsnitt | | 61 % | 60 % | 47 % |
| Menn | 18-29 | 64 % | 52 % | 52 % |
| | 30-44 | 66 % | 45 % | 35 % |
| | 45-59 | 59 % | 57 % | 35 % |
| | 60+ | 61 % | 63 % | 50 % |
| | Total | 62 % | 55 % | 42 % |
| Kvinner | 18-29 | 66 % | 69 % | 56 % |
| | 30-44 | 59 % | 56 % | 40 % |
| | 45-59 | 57 % | 63 % | 50 % |
| | 60+ | 58 % | 75 % | 63 % |
| | Total | 60 % | 66 % | 52 % |

De tre neste tabellene viser sammenheng mellom de som er enig eller uenig i de ulike påstandene og antall klær som er anskaffet på ulike måter. Tabell 3-10 viser at de som mener at den enkelte forbruker kan bidra, har kjøpt mindre nye plagg, og de har også et mindre totalt forbruk av klær. Innen kjønns- og aldersgruppene, er disse samme kategoriene signifikant forskjellige blant menn og de i alderen 30-44 år av begge kjønn, samt kjøp av brukte klær blant de over 60 år.

Tabell 3-10 Sammenligning av antall plagg anskaffet på ulike måter og de som er enig/uenig i påstanden «Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse miljøproblemet». Etter kjønn og alder. Forskjellen er positiv når de som er enig i påstanden anskaffer mindre plagg. (N=864. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| | | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt antall plagg |
|----------------|------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| Totalt | Uenig | 24,2 | 0,8 | 0,8 | 2,3 | 28,0 |
| | Enig | 18,8 | 0,6 | 0,7 | 2,1 | 22,3 |
| | <i>Forskjell</i> | 5,3* | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 5,8* |
| Menn | Uenig | 22,1 | 0,4 | 0,5 | 2,6 | 25,6 |
| | Enig | 15,9 | 0,4 | 0,3 | 2,5 | 19,0 |
| | <i>Forskjell</i> | 6,2* | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 6,6* |
| Kvinner | Uenig | 27,2 | 1,2 | 1,1 | 1,9 | 31,5 |
| | Enig | 21,9 | 0,9 | 1,1 | 1,7 | 25,6 |
| | <i>Forskjell</i> | 5,3 | 0,3 | 0,0 | 0,2 | 5,8 |
| 18-29 | Uenig | 23,8 | 3,0 | 1,9 | 2,2 | 30,9 |
| | Enig | 20,3 | 1,5 | 1,1 | 4,0 | 27,0 |
| | <i>Forskjell</i> | 3,5 | 1,4 | 0,8 | -1,8 | 3,9 |
| 30-44 | Uenig | 30,8 | 0,2 | 1,1 | 3,0 | 35,1 |
| | Enig | 20,0 | 0,5 | 0,9 | 1,8 | 23,1 |
| | <i>Forskjell</i> | 10,8* | -0,3 | 0,3 | 1,2 | 12,0* |
| 45-59 | Uenig | 24,2 | 0,3 | 0,3 | 1,9 | 26,7 |
| | Enig | 20,6 | 0,6 | 0,7 | 1,6 | 23,4 |
| | <i>Forskjell</i> | 3,6 | -0,2 | -0,4 | 0,3 | 3,3 |
| 60+ | Uenig | 18,2 | 0,4 | 0,3 | 2,4 | 21,2 |
| | Enig | 14,9 | 0,1 | 0,2 | 1,3 | 16,5 |
| | <i>Forskjell</i> | 3,3 | 0,3* | 0,1 | 1,1 | 4,8 |

Tabell 3-11 viser at de som er enig i påstanden «Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser» kjøper gjennomsnittlig færre nye klær, og det totale antallet klær er mindre enn blant de som er uenig med påstanden. Forskjellen på antall nykjøp er signifikante blant menn. Kvinner som er enig med påstanden kjøper mindre brukte klær enn de som er uenige. De unge mellom 18 og 29 år som er enig med påstanden kjøper mindre nye klær, men flere brukte plagg enn de som er uenige. Dere totalforbruk er allikevel mindre. De i alderen 30-44 år kjøper mindre nye klær og har mindre totalforbruk, men får mer i arv. De som er enig og i alderen 45-59 år kjøper mindre brukte klær, og de over 60 får mindre gaver enn de i samme aldersgruppe som er uenig med påstanden.

Tabell 3-11 Sammenligning i antall plagg og de som er enig/uenig med miljøpåstanden «Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser». Etter kjønn og alder. Forskjellen er positiv når de som er enig i påstanden anskaffer færre plagg. (N=843. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| | | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt antall plagg |
|----------------|------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| Totalt | Uenig | 25,6 | 0,7 | 0,4 | 2,7 | 29,4 |
| | Enig | 19,1 | 0,5 | 0,8 | 2,0 | 22,5 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>6,5*</i> | <i>0,2</i> | <i>-0,4</i> | <i>0,7</i> | <i>7,0*</i> |
| Menn | Uenig | 25,4 | 0,1 | 0,4 | 3,1 | 29,0 |
| | Enig | 16,1 | 0,3 | 0,4 | 2,4 | 19,1 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>9,3*</i> | <i>-0,2</i> | <i>0,0</i> | <i>0,8</i> | <i>9,9*</i> |
| Kvinner | Uenig | 26,1 | 2,0 | 0,5 | 1,7 | 30,4 |
| | Enig | 21,7 | 0,7 | 1,2 | 1,7 | 25,3 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>4,5</i> | <i>1,3*</i> | <i>-0,7</i> | <i>0,0</i> | <i>5,1</i> |
| 18-29 | Uenig | 28,7 | 0,2 | 1,3 | 5,1 | 35,3 |
| | Enig | 20,4 | 1,6 | 1,4 | 3,4 | 26,7 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>8,4*</i> | <i>-1,4*</i> | <i>-0,1</i> | <i>1,7</i> | <i>8,6*</i> |
| 30-44 | Uenig | 34,4 | 0,3 | 0,0 | 1,3 | 36,0 |
| | Enig | 20,7 | 0,3 | 1,1 | 2,2 | 24,3 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>13,6*</i> | <i>0,0</i> | <i>-1,1*</i> | <i>-0,8</i> | <i>11,7*</i> |
| 45-59 | Uenig | 20,2 | 2,7 | 0,1 | 1,7 | 24,7 |
| | Enig | 21,7 | 0,3 | 0,7 | 1,6 | 24,2 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>-1,5</i> | <i>2,4*</i> | <i>-0,6</i> | <i>0,1</i> | <i>0,5</i> |
| 60+ | Uenig | 15,7 | 0,2 | 0,4 | 3,1 | 19,3 |
| | Enig | 15,1 | 0,2 | 0,3 | 1,2 | 16,8 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0,6</i> | <i>0,0</i> | <i>0,0</i> | <i>1,8*</i> | <i>2,5</i> |

Tabell 3-12 viser at de som er enig i påstanden «Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/bærekraftige produkter» kjøper mindre nye klær, arver litt mer, men slik at det totale antallet er fortsatt mindre. Menn som er enig med påstanden kjøper mindre nytt og har mindre totalforbruk. Denne forskjellen kommer ikke opp som signifikant blant kvinner. De unge 18-29 år som er enig arver flere klær, de i alderen 30-44 år kjøper mindre nye klær og har mindre totalforbruk, og de over 60 år kjøper mer brukt enn forbrukere i samme aldersgruppe som er uenige med påstanden.

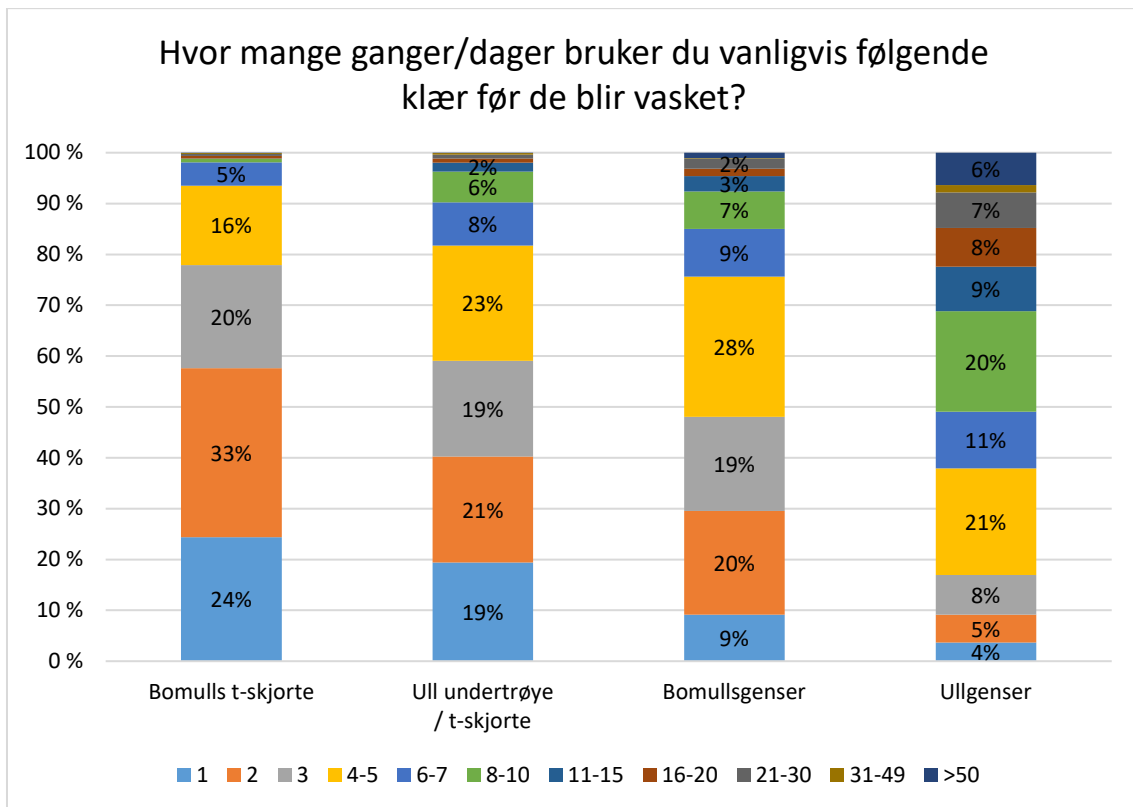
Tabell 3-12 Sammenligning mellom antall plagg anskaffet på ulike måter og de som er enig/uenig med miljøpåstanden «Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/bærekraftige produkter». Etter kjønn og alder. Forskjellen er positiv når de som er enig i påstanden anskaffer mindre plagg. (N=864. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| | | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt antall plagg |
|----------------|------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| Totalt | Uenig | 22,8 | 0,8 | 0,4 | 2,2 | 26,1 |
| | Enig | 19,1 | 0,7 | 0,8 | 2,1 | 22,8 |
| | <i>Forskjell</i> | 3,7* | 0,1 | -0,5* | 0,1 | 3,3* |
| Menn | Uenig | 22,2 | 0,3 | 0,1 | 2,6 | 25,3 |
| | Enig | 15,6 | 0,4 | 0,2 | 2,6 | 18,9 |
| | <i>Forskjell</i> | 6,6* | -0,1 | -0,1 | 0,0 | 6,4* |
| Kvinner | Uenig | 23,7 | 1,5 | 0,8 | 1,5 | 27,5 |
| | Enig | 22,0 | 0,9 | 1,4 | 1,8 | 26,1 |
| | <i>Forskjell</i> | 1,6 | 0,6 | -0,5 | -0,3 | 1,4 |
| 18-29 | Uenig | 24,7 | 1,5 | 0,4 | 3,9 | 30,5 |
| | Enig | 20,1 | 2,1 | 1,4 | 3,6 | 27,2 |
| | <i>Forskjell</i> | 4,6 | -0,6 | -1,1* | 0,3 | 3,3 |
| 30-44 | Uenig | 28,0 | 0,6 | 0,7 | 2,1 | 31,5 |
| | Enig | 20,3 | 0,4 | 1,0 | 2,2 | 23,9 |
| | <i>Forskjell</i> | 7,8* | 0,2 | -0,3 | -0,2 | 7,5* |
| 45-59 | Uenig | 20,6 | 1,0 | 0,1 | 1,4 | 23,1 |
| | Enig | 22,7 | 0,2 | 0,5 | 1,6 | 25,0 |
| | <i>Forskjell</i> | -2,1 | 0,8 | -0,4 | -0,3 | -1,9 |
| 60+ | Uenig | 15,7 | 0,0 | 0,1 | 1,9 | 17,8 |
| | Enig | 15,2 | 0,2 | 0,5 | 1,4 | 17,3 |
| | <i>Forskjell</i> | 0,5 | -0,2* | -0,4 | 0,5 | 0,5 |

3.6 Vaskehyppighet

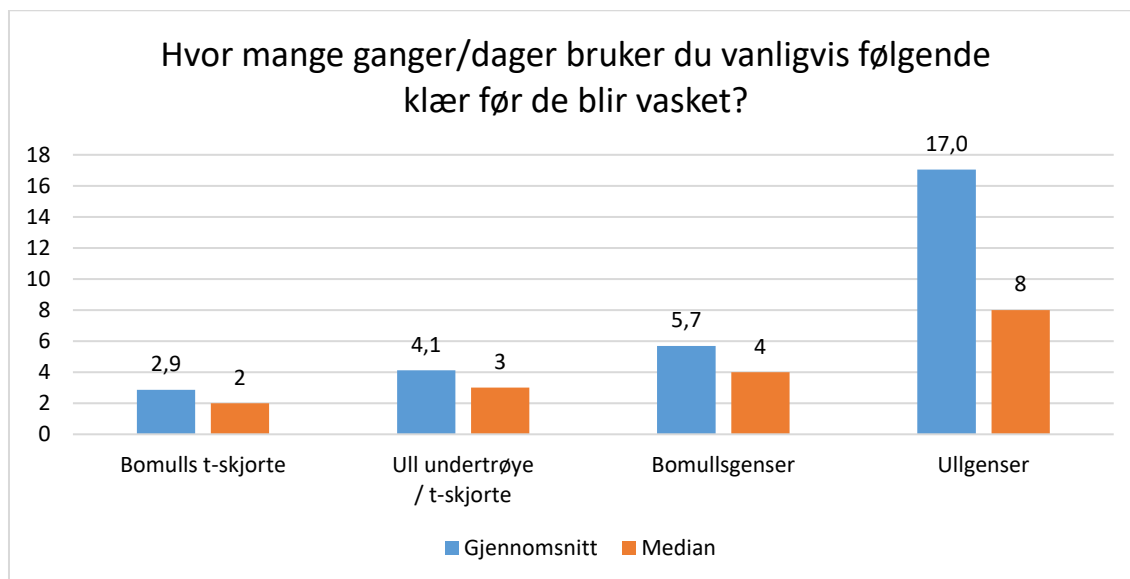
Klesvask utgjør en vesentlig faktor i klesforbrukets miljøbelastning totalt sett. Klesvasken bidrar til å holde klær rene, og dermed også i bruk. Hyppig og eller feil klesvask sliter på klærne og belaster miljøet. Vi har derfor inkludert noen spørsmål om vaskehyppighet gjennom å spørre hvor mange ganger respondentene bruker undertrøyer i bomull og ull, samt gensere i bomull og ull, før plaggene blir vasket.

Ikke overaskende og helt i tråd med tidligere undersøkelser vaskes de kroppsnære plaggene, slik som trøyer, oftere enn gensere, og ull sjeldnere enn bomull. Det neste vi kan legge merke til er at det ikke er en innarbeidet, felles norm for vaskehyppighet. Forbrukere velger tvert imot svært ulik vaskehyppighet. Spesielt gjelder dette ullplaggene og aller mest ullgenseren. Selv om over halvparten (52%) svarer at de vaskes etter mellom 4 og 10 gangers bruk er det hele 6% som vasker dem etter 50 gangers bruk, og 9% som sier de vasker etter en eller to gangers bruk.



Figur 3-14 Antall dager trøyer/gensere brukes før de vaskes. (Bomulls t-skjorte N=1105, Ull undertrøye/t-skjorte N=981, bomullsgenser N=1008, ullgenser N=982).

Figur 3-15 viser den gjennomsnittlige og median vaskehyppigheten for de fire plaggene. Det er noen respondenter som hadde angitt veldig lange brukstider før vask på alle fire produktene, og disse urealistisk høye verdiene ble utelatt fra beregning av gjennomsnitt (høyest verdi for hver plaggtype). Median-verdiene viser de midterste verdiene som respondenten har angitt, slik at halvparten av observasjonene er mindre enn medianen og den andre halvparten er større enn medianen. Dette kan gi et mer realistisk bilde av vaskefrekvensene når materialet inneholder noen få høye verdier som påvirker gjennomsnittet betraktelig.



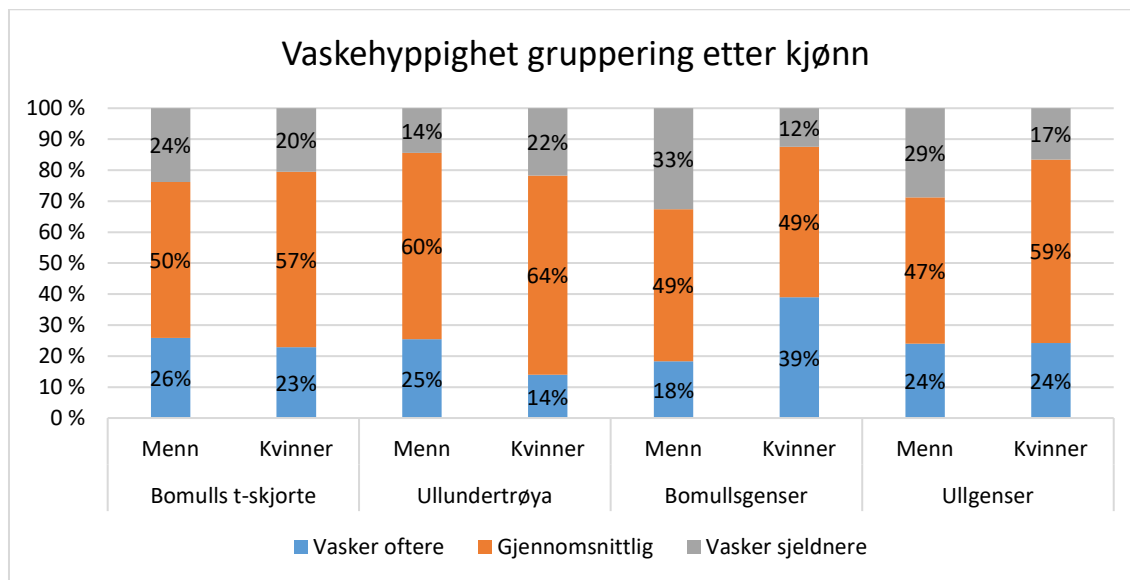
Figur 3-15 Gjennomsnitt og median antall dager t-skjorter/gensere brukes (Bomulls t-skjorte N=1103, Ull undertrøye/t-skjorte N=980, bomullsgenser N=1007, ullgenser N=981).

For å kunne se tydeligere om det er noen bestemte grupper av forbrukere som vasker ofte har vi samlet svarene i tre grupper, de som vasker ofte, gjennomsnittlig og sjelden. Vi har ønsket å ha flest informanter i den gjennomsnittlige gruppen, slik at «ofte» og «sjelden» skiller seg klart ut. Fordeling i grupper basert på produkters vaskehyppighet er angitt i Tabell 3-13.

Tabell 3-13 Omkodning av vaskehyppighet i kategorier etter antall dager i bruk før vask

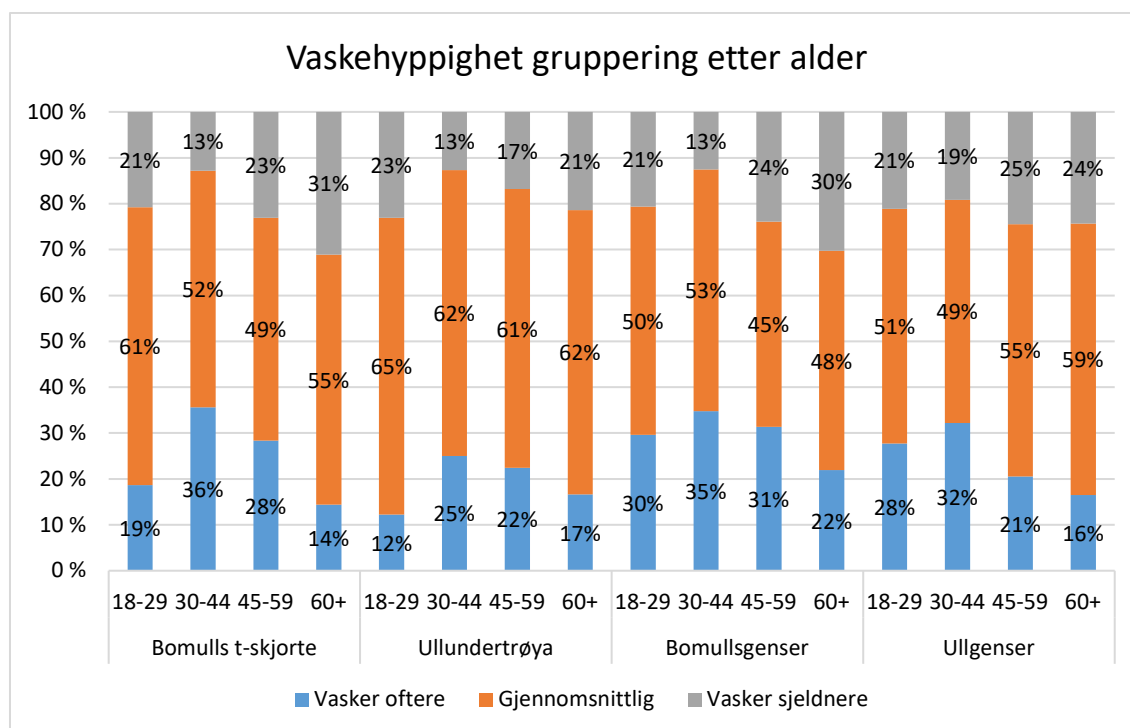
| | Bomulls t-skjorte | Ull undertrøye | Bomulls-genser | Ull-genser |
|-------------------------------|-------------------|----------------|----------------|------------|
| Vasker oftere | 1 | 1 | 1-2 | 1-4 |
| Vasker gjennomsnittlig | 2-3 | 2-5 | 3-6 | 5-17 |
| Vasker sjeldnere | ≥4 | ≥6 | ≥7 | ≥18 |

Figur 3-16 viser vaskehypighet gruppene etter kjønn. Det er signifikante forskjeller mellom menn og kvinner i alle gruppene unntatt bomulls t-skjortene. Det første vi kan se er at kvinner vasker mer gjennomsnittlig enn menn. Det er stort sett flere menn som vasker sjeldnere, unntatt ullundertrøyer. Kvinner synes dermed å «treffe» normen for vaskehypighet bedre. Dette gjelder ikke bomullsgensere som mange kvinner vasker oftere. Forskjellen mellom kvinner og menn er her stor (18% og 39 %). Dette kan skyldes at denne plaggtypen er mer ulike for kvinner og menn, og at kvinner sjeldnere har trøye under eller at de er mer kroppsnære. For de andre plaggene er forskjellen mindre, og for begge de to kroppsnære trøyene (i ull og bomull) er det flest menn som vasker oftest.



Figur 3-16 Vaskehypighet gruppering etter kjønn (De som ikke bruker bestemte plagg er utelatt). (Bomulls-t-skjorte N=1105, p=0,099 ikke sign, Ullundertrøye/t-skjorte N=980, p<0,001, bomullsgenser N=1009, p<0,001, ullgenser N=982 p<0,001.)

Figur 3-17 viser samme fordeling, men etter aldersgrupper. Den viser at det er signifikante forskjeller mellom aldersgruppene for alle fire plaggtypene. Denne oversikten viser et interessant mønster. Respondentene i alderen 30-44 år vasker alle de fire overdelene oftest. De over 60 vasker begge bomulls overdelene sjeldnest. Dette er ikke overaskende. I og med at vaskehyppigheten har gått opp kraftig i deres levetid er det at de har «stoppet» på et nivå slik det var vanlig i deres tid som unge voksne (Klepp, 2006). Resultatene er på linje med undersøkelser fra de siste 20 år (Arild m.fl., 2003; Klepp, 2007; Laitala m.fl., 2012; Laitala m.fl., 2017b). En annen mulig forklaring er at flere av de eldste er utenfor arbeidslivet. Kravene til rene eller nyvaskede klær er større i anledninger der mange møtes slik som på jobb, enn hjemme (Klepp 2006). Mer overaskende er det at den aldersgruppen som vasker nest sjeldnest er den yngste. Det er dermed en stor forskjell mellom aldersgruppen 18-29 og 30-44 i forhold til hvor mange som vasker ofte. Det er ikke så enkelt å forklare dette funnet. En mulighet kan være at dette har noe med bosituasjon å gjøre. En annen tolkning er at det er en endring mot sjeldnere vask vi er vitne til, en endring som da starter med de unge. Sammenligner vi enkeltplagg over tid så ser vi en lignende tendens. Vaskehyppigheten har ikke bare stoppet opp, men gått noe ned. I 2002 ble t-skjorter vasket i gjennomsnitt etter 1,8 dager i bruk, mens nå ligger gjennomsnittet på 2,9, og median på 2 dager. Av de ulike plaggene er det særlig ull-undertøyene som de unge vasker sjeldnest. En tolkning er at dette er et plagg de unge bruker mer og har mer kunnskap om. Overgangen til mer bruk av ull i undertøy er bare noen tiår gammel, og preger barneklær og klær for friluftsliv, mer enn klær for eldre (Klepp m.fl., 2016). Den hyppige og harde vasken er en bomullsvask. Dette er den fiberen som i dag er standarden, og som maskiner, vaskemidler og vaner er tilpasset, mens andre fiber blir unntaket; det som krever «spesielle» midler, programmer og metoder (Klepp & Tobiasson, 2019). Vi har vært vitne til en økning i vaskehyppigheten siden midten av 1800-tallet, og det er en god ting at denne nå muligens har stoppet opp. Det er derfor god grunn til å undersøke dette nærmere for å se om det faktisk er en endring vi er vitne til.



Figur 3-17 Vaskehyppighet etter alder (Bomulls t-skjorte N=1106, p<0,001, Ull undertrøye/t-skjorte N=982, p<0,005, bomullsgenser N=1008, p<0,001, ullgenser N=982 p<0,005).

3.7 Klesvask som miljøhandling

Klesvask belaster miljøet både gjennom bruken av vann, energi og kjemikalier, samt spredning av mikroplast og fordi det sliter på klærne. Det er mulig at de som vasker sjelden gjør det av hensyn til miljøet. Vi har derfor sjekket om det er en sammenheng mellom vaskehyppighet og generelle miljøholdninger eller miljøhandlinger i form av å kjøpe færre plagg.

Tabell 3-14 viser at det er en klar sammenheng mellom det å vaske oftere enn gjennomsnittlig, og kjøpe flere nye plagg og høyre totalforbruk. Dette er signifikant for alle fire produktgruppene. Det er flere mulige forklaringer til dette. For det første, så er det noe sammenheng mellom forbrukergruppene som kjøper mest (18-59 år gamle kvinner og menn under 30) og gruppene som generelt vasker oftest (kvinner og respondentene i alderen 30-44 år). Men i tillegg til disse demografiske forskjellene, kan det også være slik at de som vasker ofte, sliter klærne ut og har dermed behov for hyppigere erstatninger. De kan også være en omvendt effekt. Det vil si at de som har lite klær venter lengre mellom vaskene, fordi de har lite å skifte til.

Tabell 3-14 Sammenligning av antall plagg anskaffet på ulike måter mellom de som vasker ofte, gjennomsnittlig eller sjeldnere. Forskjellen er positiv når de som vasker oftere kjøper flere plagg enn de som vasker sjeldent (N angitt i tabell. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| | | Antall plagg kjøpt nytt | Antall plagg kjøpt brukt | Antall plagg arvet | Antall plagg fått som gave | Totalt antall plagg |
|------------------------------------|------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| Bomulls t-skjorte N=1105 | Vasker oftere | 25.6 | 0.5 | 0.8 | 2.4 | 29.3 |
| | Gjennomsnittlig | 20.0 | 0.5 | 0.7 | 2.1 | 23.3 |
| | Vasker sjeldnere | 17.3 | 0.9 | 0.6 | 1.7 | 20.5 |
| | <i>Forskjell</i> | 8.4* | -0.4 | 0.2 | 0.7 | 8.9* |
| Ull undertrøye N=981 | Vasker oftere | 24.7 | 0.7 | 0.5 | 2.9 | 28.8 |
| | Gjennomsnittlig | 20.7 | 0.5 | 0.8 | 2.0 | 24.0 |
| | Vasker sjeldnere | 19.5 | 0.8 | 0.8 | 1.8 | 23.0 |
| | <i>Forskjell</i> | 5.2* | -0.1 | -0.3 | 1.0* | 5.8* |
| Bomulls-genser N=1008 | Vasker oftere | 24.6 | 0.8 | 1.0 | 1.8 | 28.2 |
| | Gjennomsnittlig | 21.2 | 0.6 | 0.6 | 2.3 | 24.8 |
| | Vasker sjeldnere | 16.6 | 0.6 | 0.8 | 2.2 | 20.2 |
| | <i>Forskjell</i> | 8.0* | 0.2 | 0.1 | -0.4 | 8.0* |
| Ull-genser N=982 | Vasker oftere | 22.7 | 0.5 | 0.7 | 2.5 | 26.5 |
| | Gjennomsnittlig | 21.5 | 0.8 | 0.7 | 2.3 | 25.2 |
| | Vasker sjeldnere | 18.5 | 0.6 | 1.0 | 1.6 | 21.7 |
| | <i>Forskjell</i> | 4.2* | 0.0 | -0.3 | 0.9 | 4.7* |

Tabell 3-15 viser en sammenligning mellom vaskefrekvens målt i antall dager mellom vask for de fire ulike overdelene, og hvorvidt den varierer mellom de som enten har reparert klær eller ikke. Det er ingen signifikant forskjell for vask av bomullsoverdelene, mens for ull ser vi et interessant mønster. De som har reparert klær vasker begge ulloverdelene sjeldnere enn de som ikke har reparert. Dette er trolig at de som reparerer har større kunnskap omkring klær og tekstiler og dermed også er mer i stand til å utnytte ullens egenskaper til å holde seg ren lengre (Laing, 2019).

Tabell 3-15 Sammenligning mellom vaskefrekvens i antall dager mellom vask, og de som har reparert/justert noen klær. Forskjellen er positiv når de som har reparert klær vasker sjeldnere enn de som ikke har gjort det. (N angitt i tabell. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| Antall dager i bruk mellom vask | Bomulls t-skjorte | Ull under-trøye | Bomulls-genser | Ullgenser |
|---------------------------------|-------------------|-----------------|----------------|-----------|
| Har reparert | 2.9 | 4.5 | 5.8 | 21.6 |
| Ikke reparert /vet ikke | 2.9 | 3.8 | 5.6 | 13.3 |
| <i>Forskjell</i> | 0.0 | 0.7* | 0.3 | 8.2* |
| N | 1103 | 980 | 1007 | 981 |

Tabell 3-16 viser en sammenligning mellom vaskefrekvens målt i antall dager mellom vask for de fire ulike overdelene, og hvorvidt den varierer mellom de som sier de har redusert sitt klesforbruk eller ikke. Eneste signifikant forskjell er på vask av ull undertrøyene; de som sier de har redusert sitt klesforbruk vasker disse plaggene sjeldnere enn de som ikke har redusert.

Tabell 3-16 Sammenligning mellom vaskefrekvens i antall dager mellom vask, og de som svarer at de har redusert klesforbruk. Forskjellen er positiv når de som har redusert klesforbruk vasker sjeldnere enn de som ikke har gjort det. (N angitt i tabell. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| Antall dager i bruk mellom vask | Bomulls t-skjorte | Ull under-trøye | Bomulls-genser | Ullgenser |
|---------------------------------|-------------------|-----------------|----------------|-----------|
| Redusert klesforbruk | 3.1 | 4.8 | 5.5 | 17.8 |
| Stabilt bruk / vet ikke | 2.8 | 3.8 | 5.8 | 16.7 |
| <i>Forskjell</i> | 0.3 | 1.0* | -0.3 | 1.2 |
| N | 1103 | 980 | 1007 | 981 |

Det er ingen signifikant forskjell mellom hvor ofte bomullsoveredelene vaskes og hvor enig respondentene er med de tre ulike miljøpåstandene, men for ullplaggene, er de som vasker sjeldnere mer enig i påstandene «Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser» og «Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/bærekraftige produkter» (Tabell 3-17).

Vaskehypighet er en sammensatt avgjørelse. Den tas delvis som resultat av faste innarbeidete rutiner, det vi også kan kalles ritualer, slik som rent undertøy etter full kroppsvask (Klepp, 2005). Andre plagg vil være gjenstand for vurdering, i form av å bli sett og luktet på med kritisk sans. Både klærnes form, eierens aktiviteter og krav til renhet vil dermed spille inn. Den dominerende vasken i dag er en bomullsvask. Det vil si at utstyr og rutiner er bygget rundt klær som blir fort skitne, og som krever mye for å bli rene og tørre. Ull blir dermed det som er «annerledes» og som krever spesiell kompetanse og utstyr (Klepp m.fl., 2016). Det er mindre faste standarder og større ulikheter mellom forbrukere. Noen vasker som om det var bomull, f. eks. gjennom å følge regelen om «rent undertøy hver dag», andre utnytter fiberens mulighet til å holde seg ren (Laing, 2019). Det er dermed ikke overaskende at nettopp vaskehypigheten for ull er mer følsom ovenfor miljøholdninger enn klær i andre fiber, og spesielt bomull.

Tabell 3-17 Sammenligning mellom de som vasker ofte, gjennomsnittlig eller sjeldnere i hvor enig de er i tre ulike miljøpåstander angitt på en skala fra 1 til 5, der 1 er helt uenig og 5 er helt enig. Forskjellen er positiv når de som vasker sjeldnere er mer enig med påstandene enn de som vasker oftere (N angitt i tabell. Signifikant forskjell angitt med * p<0.05.)

| Type plagg | Vaskehypighet | Den enkelte forbruker kan selv bidra | Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester | Jeg er villig til å betale mer |
|--------------------------|------------------|--------------------------------------|---|--------------------------------|
| Bomulls-t-skjorte | Vasker oftere | 3.7 | 3.6 | 3.1 |
| | Gjennomsnittlig | 3.7 | 3.8 | 3.3 |
| | Vasker sjeldnere | 3.9 | 3.7 | 3.4 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0.2</i> | <i>0.1</i> | <i>0.2</i> |
| | N | 1052 | 1067 | 1066 |
| Ull undertrøye | Vasker oftere | 3.7 | 3.5 | 3.0 |
| | Gjennomsnittlig | 3.8 | 3.8 | 3.3 |
| | Vasker sjeldnere | 3.8 | 4.0 | 3.6 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0.1</i> | <i>0.6*</i> | <i>0.6*</i> |
| | N | 936 | 953 | 949 |
| Bomulls-genser | Vasker oftere | 3.8 | 3.8 | 3.2 |
| | Gjennomsnittlig | 3.7 | 3.7 | 3.3 |
| | Vasker sjeldnere | 3.9 | 3.8 | 3.5 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0.1</i> | <i>0.1</i> | <i>0.2</i> |
| | N | 961 | 977 | 974 |
| Ullgenser | Vasker oftere | 3.8 | 3.6 | 3.0 |
| | Gjennomsnittlig | 3.7 | 3.8 | 3.4 |
| | Vasker sjeldnere | 3.9 | 4.0 | 3.6 |
| | <i>Forskjell</i> | <i>0.0</i> | <i>0.4*</i> | <i>0.6*</i> |
| | N | 938 | 953 | 951 |

4. Konklusjon

Gjennom en representativ survey har vi søkt å få ny kunnskap om det norske klesforbruket med vekt på anskaffelser og vaskehypighet. Den viser ikke overaskende et høyt klesforbruk. Respondentene rapporterte at de hadde anskaffet i gjennomsnitt 23,5 plagg i løpet av det siste året. Sokker utgjorde det største antallet med 6.5 par/år, etterfulgt av undertøy (4.9 stk.) og topper/genser (4 stk.). Fordelingen av antallet anskaffelser på alder og kjønn er mer overaskende. De yngste mennene og alle kvinner frem til 59 år anskaffer like mye klær. Menn anskaffer færre plagg ettersom de blir eldre og de eldste anskaffer minst. Kvinner derimot holder samme nivået, 28-29 plagg uavhengig av alder, frem til den eldste aldersgruppen. Kvinnene over 60 år anskaffer noe mindre (totalt 20 plagg). Unge kvinners klesforbruk skiller seg dermed hverken fra unge menn, eller fra sin mødre generasjon når det gjelder mengden klær.

Det beste sammenligningsgrunnlaget vi har for anskaffelser av klær er Hovedorganisasjonen for handels- og tjenestenæringen Virkes oversikt over import basert på SSBs statistikk (Rekdal, 2019). Den viser at antall importerte plagg er dobbelt så høyt som det våre respondenter har svart. Det kan være flere forklaringer slik som usolgte varer, underrapportering og at vi ikke har inkludert alle typer klær.

Vi har få tidligere studier av klesforbruk i Norge som kan brukes til å vise endring over tid. De tidligere studie vi har viset at med unntak av treningstøy og fritidstøy svarer menn at det er litt lengre tid siden sist kjøp enn det kvinner svarer (Klepp & Laitala, 2016). De unge mennene kjøper denne typen klær oftere enn unge kvinner. Forskjellen mellom kvinner og menn skyldes i hovedsak de eldre mennenes innkjøpsvaner.

Det er veldig store individuelle forskjeller mellom respondentene i hvor mange plagg de sier de har anskaffet siste 12 månedene. De fleste (80 %) forteller om innkjøp mellom 1 og 40 plagg. Det er derimot 5 % som sier de har anskaffet over 60 plagg, og like få som sier at de ikke har anskaffet noen klær. Det er med andre ord ingen innarbeidet standard eller norm for antall anskaffelser. Både det å kjøpe 10 og det å kjøpe opp til 50 plagg i året kan sies å være vanlig, med unntak av de eldste mennene der få anskaffer over 30 plagg.

De aller fleste (20,2 av 23,5) plagg kjøpes nye. Dette tilsvarer 86% av klærne. Den nest vanligste måten å få klær på er å få de som gaver, med 2 plagg per person. Menn og unge får mer klesgaver enn andre. For menn er sokker, undertøy og gensere vanlige gaver å motta, og en del bukser, treningstøy og skjorter blir også gitt. Kvinner derimot får sjelden undertøy, mens sokker og topper/gensere derimot er mer vanlig.

Å kjøpe brukte klær er ikke vanlig og det kjøpes ikke mye. I gjennomsnitt er det mindre enn ett plagg per person som er kjøpt brukt (0,6), og tilsvarende mindre enn ett plagg som er arvet (0,7). Totalt utgjør dette 1,3 gjenbrukte plagg per respondent per år. De med lavest inntekt (under 200.000 kr/år) kjøper mest brukte klær, og de med høyest inntekt arver og kjøper minst brukt.

De unge kvinnene mellom 18 og 29 år anskaffet størst andel av gjenbrukte klærne (12%). I denne gruppen har det trolig vært en liten økning. Også de unge mennene anskaffer noe mer brukte klær enn andre menn, men totalt sett er det mindre arv og bruktkleskjøp blant mennene. Omfanget av kommersielt gjenbruk korresponderer godt med tidligere undersøkelser. Arv derimot viser overaskende lave tall. Det er derfor viktig å undersøke om

arv går ned og i tilfelle om det har sammenheng med en mulig økning i interessen for kommersielt gjenbruk.

Vi har ønsket å undersøke om anskaffelse av de brukte klærne kommer i tillegg til eller i stedet for kjøp av nye klær. Dette er viktig for å fastslå om denne formen for sirkulering av klær bidrar til å redusere miljøbelastningene ved klesforbruket. Vi finner ikke en entydig sammenheng mellom det å kjøpe brukt og det å kjøpe mindre nytt. I hvert fall ikke når man sammenligner med andre forbrukere. De som har kjøpt et par brukte plagg har i gjennomsnitt kjøpt mindre nye klær enn de som ikke har kjøpt noe brukt. De som kjøper mye brukt kjøper også mye nytt. Vi vet ikke om de ville kjøpt enda mer nytt om de ikke hadde hatt denne muligheten. Det er mye vi ikke vet om forholdet mellom kjøp av nye og brukte klær. Vi kan likevel si at det er feil å anta at alt brukttøykjøp erstatter kjøp av nye klær.

Vi har ikke materiale til å belyse regionale forskjeller i noen særlig grad, men ser at hovedstadsregionen har mer kjøp, både av nye og brukte klær, men litt mindre arv enn resten av landet.

Det er store forskjeller mellom plaggtypene i hvor vanlig det er at de brukes av flere. Skjørt og kjoler gjenbrukes oftest, etterfulgt av jakker, topper, skjorter og bukser (Figur 3-11). Det er lite nattøy, treningstøy, sokker og aller minst strømpebukser og undertøy blant de gjenbrukte klærne. Det totale antallet plagg anskaffet årlig er høyere i de kategoriene som gjenbrukes sjeldent, slik som sokker og undertøy. For de fleste gruppene med klær er det ikke så stor forskjell mellom det kommersielle gjenbruket og det som foregår privat. Nattøy, jakker og sokker skiller seg ut ved å være klær som er litt vanligere å arve enn å kjøpe brukt.

Motivasjonen for, og imot gjenbruk, kan brukes til å forstå ulikhetene mellom grupper av plagg. Plagg som brukes sjeldent, og avhendes av andre grunner enn slitasje, vil være de som er mest aktuelle for gjenbruk. Dette er spe- og småbarnstøy, klær for spesielle anledninger slik som brudekjoler; begge er klesgrupper vi ikke har inkludert i studien. Av de inkluderte kategoriene, er det kjoler og skjørt som oftest skifter eier og bruker. Det kan forklares med at dette er plagg hvor variasjon, stil og smak er viktig. Sokker, undertøy og treningstøy anskaffes sjeldent brukt, noe som kan forklares med at forestillinger om hygiene er en barriere, men også at dette er plagg som ofte slites ut av første eiere.

Vi har ønsket å se på hvorvidt miljøholdninger og handlinger påvirker hvordan og hvor mye klær som anskaffes. De som reparerer/justerer har anskaffet i gjennomsnitt ett brukt plagg mer enn de som ikke har reparert, men det leder ikke til mindre forbruk totalt sett. Dermed ser vi ikke noen klar sammenheng mellom det å reparere og det å anskaffe mindre klær.

Vi har også spurt direkte om respondentene selv mener de har redusert klesforbruket sitt av hensyn til miljøet. Flertallet sier de har gjort dette i noen grad. De som sier at de har redusert sitt klesforbruk har kjøpt færre nye plagg, noe mer brukte klær, og fått mer i arv enn de som ikke svarer at de har redusert. Det er ikke forskjell i antall mottatte gaver. Totalt har de som sier de har redusert forbruket anskaffet nesten fem plagg mindre enn andre. Vi ser altså en sammenheng mellom det respondenten sier om sine handlinger, og hva de rapporterer å ha gjort det siste året.

Vi har også sett på om det er noen sammenheng mellom det respondenten sier om sine holdninger, og hva de rapporterer å ha gjort det siste året. Unge kvinner og de over 60 i begge kjønn sier seg mest villig til å gi avkall på varer og tjenester av hensyn til miljøet. De

som mener at den enkelte forbruker kan bidra til å løse miljøproblemet, er villige til å gi avkall på varer og tjenester, eller er villige til å betale mer for miljøvennlige/bærekraftige produkter, har kjøpt mindre nye plagg, og har også mindre total forbruk av klær. Det er med andre ord en sammenheng mellom det respondentene forteller om miljøholdninger og det de forteller om anskaffelser av klær.

Klesvask har stor påvirkning på miljøbelastning og utgjør en vesentlig faktor for klesforbrukets miljøbelastning totalt sett. Ikke overaskende og helt i tråd med tidligere undersøkelser vaskes det kroppsnære plagget trøye, oftere enn gensere, og ullgensere og ulltrøyer sjeldnere enn tilsvarende plagg i bomull. Vaskehyppigheten, altså hvor ofte klærne vaskes, følger ikke en klar norm, men varierer tvert imot mye mellom forbrukere.

Det er forskjeller i vaskehyppighet i ulike aldersgrupper. Respondentene i alderen 30-44 år vasker alle de fire overdelene oftest. De over 60 vasker ikke overaskende begge bomulls overdelene sjeldnest. Mer overaskende er det at denne aldersgruppen vasker ullundertøy oftere enn de unge. Det er stor forskjell mellom aldersgruppen 18-29 og 30-44 i forhold til hvor mange som vasker ofte. En av flere mulige tolkninger er at vi er vitne til en endring mot sjeldnere vask som starter med de unge. Av de ulike plaggene er det særlig ullundertrøyene som de unge vasker sjeldnest. Dette er et plagg de unge bruker mer og har mer kunnskap om, det er derfor ikke overaskende at de utnytter ullens egenskaper i form av muligheten for sjeldnere vask bedre enn de eldre. Vi ser også at sjeldnere vask av ull har sammenheng med miljøholdninger og med det å reparere klær. En tilsvarende sammenheng finner vi ikke for vask av bomull. Dette forklarer vi med at bomullsvasken er mer preget av innarbeidete rutiner og faste standarder enn vask av ull. Det er større ulikheter mellom forbrukernes praksiser og dermed vil vask av ull også være mer påvirket av holdninger.

Studien viser at det er lite faste normer og store variasjoner forbrukere imellom både når det gjelder antall anskaffelser og vaskehyppighet. Dette tilsier at det er et stort potensial for endring. Vi har dessverre lite å sammenligne med, men det er mulig at den yngste aldersgruppen viser tendenser til mer brukttøykjøp og lavere vaskehyppighet. Arv er ikke lenger signifikant viktigere enn kjøp av brukte klær, og er dermed trolig på vikende front. Tallene omkring anskaffelser av brukte klær er svært små. Vi mener det haster med å få bedre kunnskap om arv – og relasjonen mellom arv og kjøp av brukte og nye klær. Denne kunnskapen er viktig for å forhindre at økt oppmerksomhet omkring de kommersielle formene for sirkulering av klær ikke går på bekostning av de tradisjonelle ikke-kommersielle formene. Et annet område det er viktig å få bedre kunnskap om, er det totale antallet nykjøp i forhold til importen av klær. Våre respondenter forteller at de kjøper under halvparten av det antallet klær som hvert år importeres til Norge. Vi trenger kunnskap om hvor stor denne differansen faktisk er for å kunne få bedre oversikt over hva som skjer med de usolgte klærne. Det er mulig at antallet kjøpte klær er mye høyere enn det informantene forteller om. Dette er en svakhet ved vår undersøkelse. Dersom det er slik at den er kraftig underestimert, vil dette trolig særlig gjelde de som kjøper mest, og de kleskategoriene det kjøpes mest av. Dersom det er systematiske forskjeller i hvor mye som underestimeres vil det påvirke flere av de resultatene vi har trukket ut av undersøkelsen. Den lave andelen kjøp av brukte klær er et viktig funn som i liten grad vil være påvirket av en slik underestimering. Kjøp av brukte klær er ikke noen viktig del av det norske klesforbruket i dag, men den store oppmerksomheten omkring dette fenomenet kan endre dette. I seg selv er oppmerksomheten positiv fordi den forteller befolkningen at gamle klær kan være like fine som de nye. For miljøet er de klærne

som du allerede har i skapet de som er de beste (Klepp & Tobiasson, 2020). Som vi har vist med denne og tidligere rapporter er det ingen mangel på klær i norske klesskap.

Litteratur

- Arild, A.-H., Brusdal, R., Halvorsen-Gunnarsen, J.-T., Terpstra, P. M. J., & Van Kessel, I. A. C. (2003). *An investigation of domestic laundry in Europe-Habits, hygiene and technical performance*. Retrieved from Oslo: http://sifo.no/files/file48506_fagrappport2003-1.pdf
- Bugge, A. B., Klepp, I. G., Borch, A., Schjøll, A., Laitala, K., & Haugrønning, V. A. R. (2019). *Jul - pynt, gaver, klær og mat (Christmas – decorations, gifts, clothes and food)*. Retrieved from Oslo: <http://hdl.handle.net/20.500.12199/2928>
- Carbon Trust. (2011). *International Carbon Flows - Clothing (CTC793) (CTC793)*. Retrieved from London: <http://www.carbontrust.com/media/38358/ctc793-international-carbon-flows-clothing.pdf>
- Farrant, L. (2008). *Environmental benefits from reusing clothes*. (Masters thesis), Technical University of Denmark, Kgs. Lyngby Retrieved from <http://etd.dtu.dk/thesis/240978/>
- Farrant, L., Olsen, S., & Wangen, A. (2010). Environmental benefits from reusing clothes. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 15(7), 726-736. doi:10.1007/s11367-010-0197-y
- Fisher, K., James, K., & Maddox, P. (2011). *Benefits of reuse case study: Clothing*. Retrieved from Banbury, UK: http://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/Clothing%20reuse_final.pdf
- Henry, B., Laitala, K., & Klepp, I. G. (2018). *Microplastic pollution from textiles: A literature review. Project report No. 1-2018*. Retrieved from Oslo: <http://www.hioa.no/eng/content/download/144803/4071096/file/OR1%20-%20Microplastic%20pollution%20from%20textiles%20-%20A%20literature%20review.pdf>
- Henry, B., Laitala, K., & Klepp, I. G. (2019). Microfibres from apparel and home textiles: Prospects for including microplastics in environmental sustainability assessment. *Science of The Total Environment*, 652, 483-494. doi:10.1016/j.scitotenv.2018.10.166
- Klepp, I. G. (2005). The meaning of cleanliness: Modern demonstrations of female purity. In G. Hagemann & H. Roll-Hansen (Eds.), *Twentieth-century housewives: Meanings and implications of unpaid work* (pp. 191-216). Oslo: Unipub.
- Klepp, I. G. (2006). *Skittentøyets kulturhistorie-hvorfor kvinner vasker klær*. Oslo: Novus forlag.
- Klepp, I. G. (2007). "Vi vasker oss vel egentlig for mye." Et hygienisk argument. *Norsk antropologisk tidskrift*, 18(1), 6-21.
- Klepp, I. G., & Laitala, K. (2015). His mother's dress - Growth in the number of clothes. In P. Strandbakken & J. Gronow (Eds.), *The Consumer in Society* (pp. 311-334). Oslo: Abstrakt forlag.
- Klepp, I. G., & Laitala, K. (2016). *Klesforbruk i Norge*. Retrieved from Oslo: http://www.sifo.no/files/file80519_fagrappport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf
- Klepp, I. G., & Laitala, K. (2018). Shared use and owning of clothes: Borrow, steal, or inherit. In I. S. Cruz, R. Ganga, & S. Wahlen (Eds.), *Contemporary Collaborative Consumption - Trust and Reciprocity Revisited* (pp. 153-177). Wiesbaden, Germany: Springer VS.

- Klepp, I. G., Laitala, K., Kettlewell, R., & Wiedemann, S. (Upublisert). Clothing lifetimes: What should be measured and how.
- Klepp, I. G., Laitala, K., & Tobiasson, T. S. (2016). *Woolbed - Sweet dreams in merino*. Retrieved from Oslo: http://sifo.no/files/file80443_oppdragsrapport_no_2_2016_-_woolbed_final.pdf
- Klepp, I. G., & Storm-Mathisen, A. (2005). Reading fashion as age: Teenage girls and grown womens Accounts of Clothing as Body and Social Status. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 9(3), 323-342.
- Klepp, I. G., & Tobiasson, T. S. (2019). *Lettstelt: Rene klær med lite arbeid og miljøbelastning*. Oslo: Solum Bokvennen.
- Klepp, I. G., & Tobiasson, T. S. (2020). *Lettkledd. Velkledd med lite miljøbelastning*. Oslo: Solumbokvennen.
- Laing, R. M. (2019). Natural fibres in next-to-skin textiles: current perspectives on human body odour. *SN Applied Sciences*, 1(11), 1329.
- Laitala, K. (2014). Consumers' clothing disposal behaviour – a synthesis of research results. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 444-457. doi:10.1111/ijcs.12088
- Laitala, K., & Klepp, I. G. (2014). Arv og deling av klær, sko og sportsutstyr. In R. Lavik & E. Borgeraas (Eds.), *Forbrukstrender 2014: SIFO survey* (pp. 25-28). Oslo: SIFO.
- Laitala, K., & Klepp, I. G. (2017). Clothing Reuse: The Potential in Informal Exchange. *Clothing Cultures*, 4(1), 61-77. doi:10.1386/cc.4.1.61_1
- Laitala, K., & Klepp, I. G. (2018). Motivations for and against second-hand clothing acquisition. *Clothing Cultures*, 5(2), 247-262. doi:10.1386/cc.5.2.247_1
- Laitala, K., & Klepp, I. G. (2019). *Global differences in consumer practices affect clothing lifespans*. Paper presented at the Plate, Berlin.
- Laitala, K., Klepp, I. G., & Boks, C. (2012). Changing laundry habits in Norway. *Int. Journal of Consumer Studies*, 36(2), 228-237. doi:10.1111/j.1470-6431.2011.01081.x
- Laitala, K., Klepp, I. G., & Henry, B. (2017a). Global laundering practices. Alternatives to machine washing *H&PC Today – Household and Personal Care Today*, 12(5), 10-16.
- Laitala, K., Klepp, I. G., & Henry, B. (2017b). *Use phase of apparel: A literature review for Life Cycle Assessment with focus on wool*. Retrieved from Oslo: <http://www.hioa.no/content/download/145229/4086578/file/FR%206-2017%20-%20A%20literature%20review%20for%20Life%20Cycle%20Assesement%20with%20ofocus%20on%20wool.pdf>
- Laitala, K., Klepp, I. G., & Henry, B. (2017c, 9 November). *Use phase of wool apparel: a literature review for improving LCA*. Paper presented at the Product Lifetimes And The Environment - PLATE 2017, Delft.
- Morley, N., Bartlett, C., & McGill, I. (2009). *Maximising Reuse and Recycling of UK Clothing and Textiles. Incl. Appendix 1 - Technical Report*. Retrieved from London: <http://randd.defra.gov.uk/Default.aspx?Menu=Menu&Module=More&Location=None&ProjectID=16096>
- Rekdal, K. E. (2019). *Import av klær 2012-18*. Retrieved from Oslo:
- SSB. (2013). Forbruksundersøkelsen, 2012. Retrieved 26.1.2016, from SSB <https://www.ssb.no/fbu>
- SSB. (2019a). Tabell 12313: Mengder husholdningsavfall, etter region, materiale, behandling, statistikkvariabel og år. from Statistisk sentralbyrå <https://www.ssb.no/statbank/table/12313/>

- SSB. (2019b). Table 08812: External trade in goods, by commodity group (two-digit SITC), country and mode of transport (tonnes) 1988 - 2018. Retrieved from <https://www.ssb.no/tabell/08812>
- Storm-Mathisen, A., & Klepp, I. G. (2006). Young Fashion and Adult Style: How Teenage Girls and Grown Women Accounts for the Impact of Style and Fashion on Their Personal Clothing Practices. *Ethnologia Scandinavica. A journal for Nordic ethnology*, 36, 91-106.
- Tangeland, T., & Vittersø, G. (2019). Er forbrukernes miljøholdninger et hinder for en bærekraftig fremtid? In G. Vittersø (Ed.), *Bærekraft: Vanskelige valg i hverdagen* (pp. 7-11). Oslo: SIFO.
- Virke. (2019). *Handelsrapporten 2019/2020. Handlevaner på nett og butikk 2019*. Retrieved from Oslo:
- Vittersø, G., & Laitala, K. (2017). Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler? Endringer i bruk av miljømerker 2005 – 2017. In *Forbrukstrender 21. september 2017 SIFO-survey* (pp. 13-20): Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus.
- Watson, D., Trzepak, S., Rubach, S., & Johnsen, F. M. (2019). *Kartlegging av brukte tekstiler og tekstilavfall i Norge*. Retrieved from Oslo:

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet – storbyuniversitetet har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnet for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

SIFOs kjerneområder er:

- Bærekraftig forbruk
- Digital hverdag
- Mat og klær
- Markedsbasert velferd