



Rapport

Hållbara textilier

Konsumentundersökning 2019

Naturvårdsverket

Inledning

Naturvårdsverket har, på uppdrag av regeringen, ett ansvar för att ta fram riktade kommunikationsinsatser för att öka kunskapen hos konsumenter för en mer hållbar konsumtion av textilier. Inom ramen för regeringsuppdraget genomför myndigheten tillsammans med Konsumentverket och Kemikalieinspektionen kampanjen Textilsmart.

Gullers Grupp har tidigare genomfört en omfattande konsumentundersökning med allmänheten, inklusive en kvantitativ enkät, fokusgrupper, djupintervjuer och butiksundersökningar. En fortsättning på arbetet är denna uppföljande undersökning i form av en kvantitativ konsumentundersökning via webbpanel.

Undersökningen ligger inom ramen för arbetet med kampanjen Textilsmart. Naturvårdsverket vill få ytterligare underliggande kunskap för kampanjen, följa upp mot sina kommunikationsmål och fördjupa kunskapen om ett antal andra utvalda delar.

Undersökningen fungerar således som en kvalitetssäkrare av kommunikationen i kampanjen.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESULTAT

SUMMERING

ATTITYD

Många kan tänka sig att köpa mindre mängd textilier: Totalt 83 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att köpa mindre mängder nya textilier, om de visste att det gör skillnad för miljön. Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 68 % kunde tänka sig det.

Nästan fyra av tio kan tänka sig att hyra eller låna kläder: Totalt 36 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att hyra eller låna kläder, om de visste att det gör skillnad för miljön. Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 24 % kunde tänka sig det.

Drygt sju av tio kan tänka sig att köpa mer second hand: Totalt 73 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att köpa mer second hand, om de visste att det gör skillnad för miljön. Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 44 % kunde tänka sig det.

Drygt nio av tio kan tänka sig att sköta om sina kläder bättre: Totalt 93 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att sköta om kläder och textilier bättre, om de visste att det gör skillnad för miljön. Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 82 % kunde tänka sig det.

Drygt nio av tio kan tänka sig att laga när det är möjligt: Totalt 93 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att laga eller låta laga, om de visste att det gör skillnad för miljön. Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 78 % kunde tänka sig det.

Många tänker på mikroplaster i relation till skötsel av textilier: Totalt 70 % tänker på hur de kan sköta och tvätta sina textilier för att minska spridning av mikroplaster. Bland dessa återfinns även 30 % som tänker på det, men som saknar kunskap om hur de ska göra.

Många tänker på det globala hållbarhetsperspektivet vid köp: Totalt 57 % tänker på om produkten är bra eller dålig ur ett globalt hållbarhetsperspektiv när de köper kläder eller hemtextilier – 6 % anser att det är viktigt, 24 % tänker på det ibland och 27 % tänker på det men saknar tillräcklig kunskap. Jämfört med 2018 års undersökning har andelen som tänker på hållbarhetsperspektivet minskat.

Mest avgörande i köpögonblicket är utseende, passform och pris: Utseende, passform och pris är det som främst avgör huruvida man köper ett plagg eller inte. Även kvalitet och material är viktigt. Jämfört med 2018 års undersökning har andelen som svarar utseende, passform och pris minskat. Andelen som svarar kvalitet, material och miljömärkning/miljöinformation har ökat.

BETEENDE

Drygt en av tio ställer frågor om kemikalieinnehåll/miljöpåverkan: Totalt 14 % ställer ofta eller ibland frågor om kemikalieinnehåll eller miljöpåverkan vid köp av kläder eller textilier. Det är 13 % som skulle vilja fråga men som saknar kunskap. Andelen som svarar att de ställer frågor är mindre år 2019 än 2018 – dock är det 2019 en relativt stor andel som svarar att de skulle vilja fråga men att de saknar tillräcklig kunskap. Det svarsalternativet fanns inte med i samma formulering år 2018.

Många vet inte hur stor andel av de plagg de köper som är miljömärkta: Nästan hälften av respondenterna (44 %) vet inte hur stor andel av de klädesplagg de köper som är miljömärkta. Totalt 6 % svarar att inga av de kläder de köper är miljömärkta, 23 % svarar att hälften eller mer är miljömärkta och resterande andel svarar att det rör sig om en mindre del. Jämfört med 2018 års resultat så är det en större andel som i årets undersökning svarar att de inte vet. Det är dock en mindre andel som svarar att inga av klädesplaggen är miljömärkta. I övrigt är resultaten snarlika.

Drygt hälften köper i någon utsträckning begagnade kläder: Drygt hälften (52 %) köper i någon utsträckning begagnade kläder – för merparten av dessa rör det sig dock om en mindre del. Andelen som svarar att de köper begagnade kläder har ökat jämfört med 2018 års undersökning – då det var 36 %.

Nästan tre av tio lånar, delar eller hyr kläder ofta eller ibland: Nästan tre av tio (27 %) lånar, delar eller hyr kläder ofta eller någon enstaka gång. Andelen som svarar att de lånar, delar eller hyr kläder har ökat jämfört med 2018 års undersökning – då det var 22 %.

Klädernas levnadstid varierar men är ofta mer än 4 år: Nästan hälften (49 %) använder sina kläder mer än 4 år. I 2018 års undersökning svarade 37 % att de använder sina kläder mer än 4 år.

Många lämnar trasiga kläder till återvinning: Många (40 %) lämnar trasiga kläder och textilier till återvinning, använder det till annat (37 %), slänger i soporna (36 %) eller låter laga (33 %). Jämfört med 2018 års undersökning är det en mindre andel som lämnar till återvinning eller slänger i soporna – men större andel som låter laga.

De flesta lämnar hela textilier till välgörenhet: De flesta (72 %) lämnar hela och rena kläder och hemtextilier som de inte längre vill ha, till insamling för välgörenhet. Det är även relativt vanligt att ge till vänner och bekanta, lämna till återvinning, ge till insamling i butik och sälja (18-25 %). Jämfört med 2018 års undersökning har störst skillnad skett när det kommer till lämna till återvinning samt slänger i soporna – som båda minskat 2019.

Brist på kunskap vanligaste anledningen till att slänga i soporna: Över hälften (56 %) av dem som slänger hela eller trasiga kläder i soporna, svarar att anledningen är att de inte vet var de ska göra av dem. En annan vanlig anledning är bekvämlighet (27 %). Resultatet är snarlikt utfallet i 2018 års undersökning.

KUNSKAP

Åtta av tio tror att störst miljöpåverkan sker vid tillverkningen: Åtta av tio tror att störst miljöpåverkan sker vid tillverkningen – och 14 % tror att det är vid transport. Andelen som tror att det är vid tillverkning har ökat jämfört med 2018 års undersökning, då utfallet var 70 %.

Fyra av tio tror att begagnade plagg sparar ca 75 % energi: Drygt fyra av tio (43 %) tror att energibesparingen vid köp av ett begagnat plagg jämfört med ett nytt är ca 75 %. 16 % tror att det är över 95 %. Resultatet är snarlikt utfallet i 2018 års undersökning.

INFORMATION

Media, internet och sociala medier främsta informationskällorna: Media (42 %) och internet och sociala medier (27 %) är främsta informationskällorna när det kommer till textilers påverkan på miljö, kemikalier och hälsa. Resultatet är snarligt utfallet i 2018 års undersökning.

De flesta vill ha information i butiken: Nästan hälften (43 %) vill ha information för att kunna göra mer miljömedvetna val i butiken. Övriga intressanta kanaler är media (15 %) och internet och sociala medier (14 %). Resultatet är snarligt utfallet i 2018 års undersökning.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESULTAT

OM UNDERSÖKNINGEN

METOD: Kvantitativ enkät via slumpmässigt rekryterad webbpanel.

MÅLGRUPP: Allmänheten i Sverige, 17 år och äldre. Resultatet är viktat för att vara representativt för Sveriges befolkning avseende ålder och kön.

ANTAL SVARANDE: 1 000 personer.

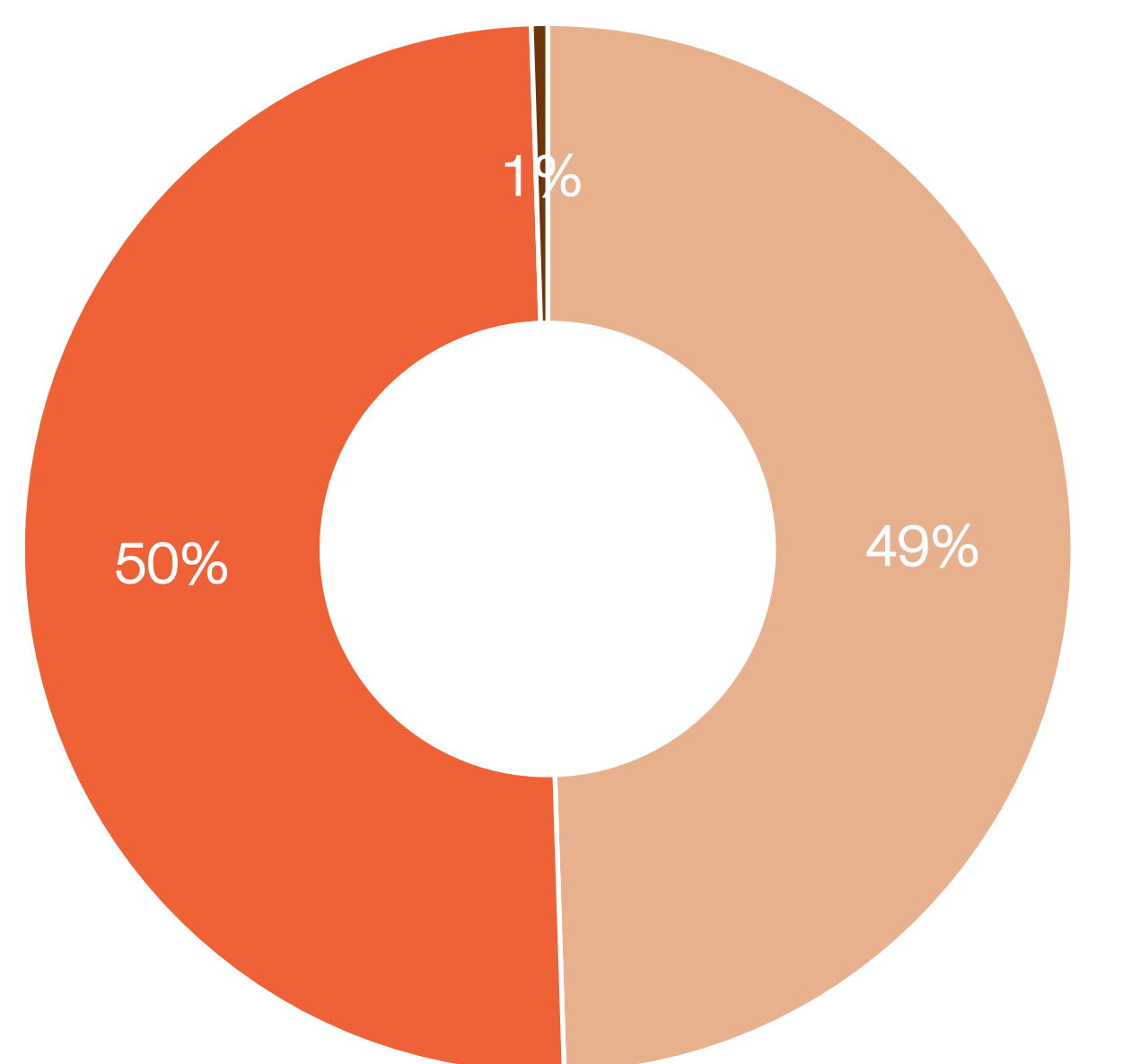
TIDPUNKT: Okt-nov 2019.

BESTÄLLARE: Naturvårdsverket.

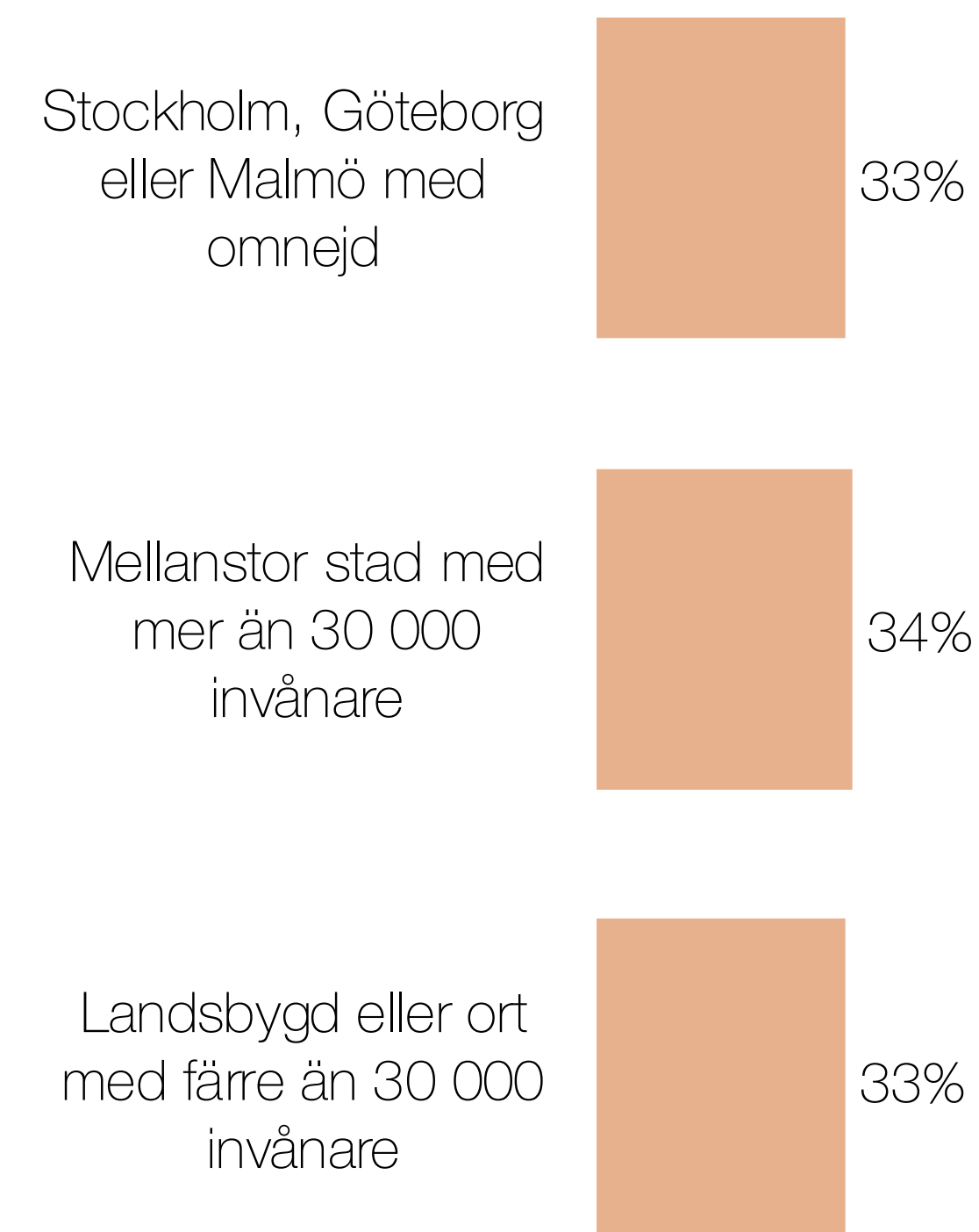
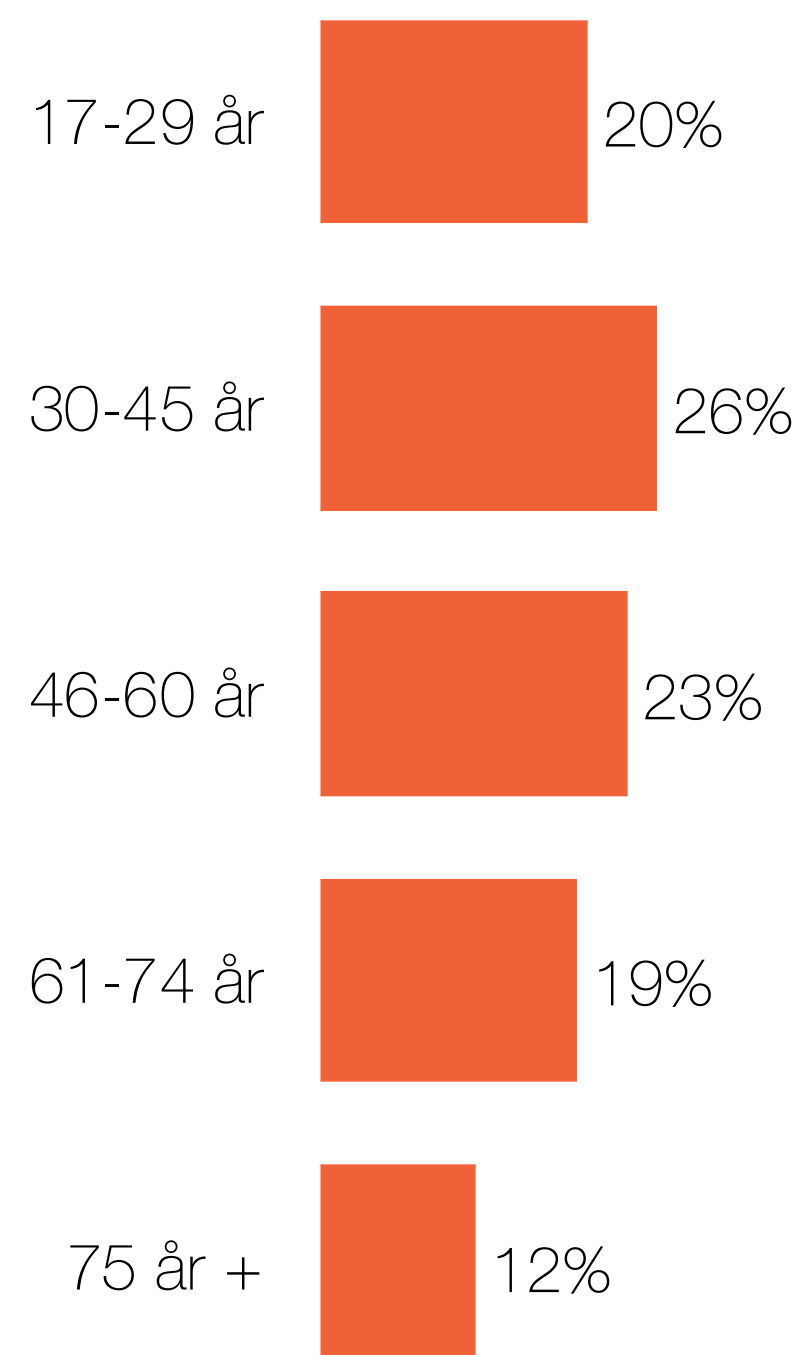
UTFÖRARE: Gullers Grupp. Webbpanel via Norstat Sverige.

INFORMATION: Skillnader utifrån ålder/kön/typ av boendeort presenteras främst i de fall skillnaderna är signifikanta (95 %-ig nivå).

Bakgrundsvariabler



■ Man ■ Kvinna ■ Annan könsidentitet



Fakta

Fullständig fråga:

Är du...?, Hur gammal är du? samt Bor du i...?

Övrig information:

Envalsfråga. Bas: 1015. Detta är de bakgrundsvariabler som enkätens frågor bryts mot. Fortsättningsvis kallas kategorierna i geografivariabeln Storstad, Mellanstor stad samt Landsbygd ("boendeort"). Observera att resultaten är viktade.

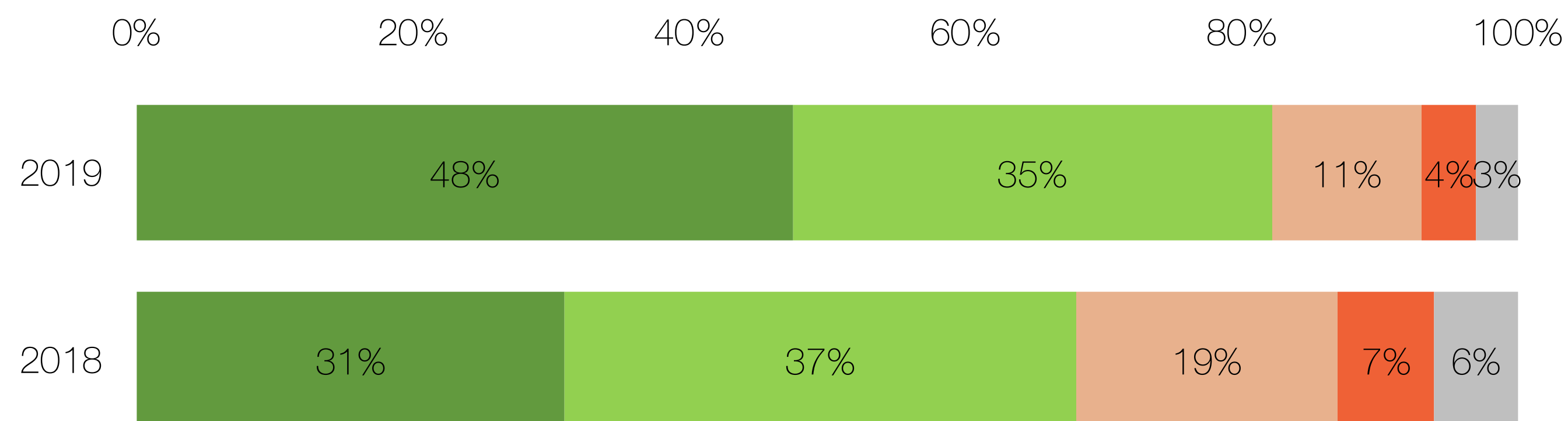
SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESULTAT

RESULTAT// ATTITYD

Många kan tänka sig att köpa mindre mängd textilier



Totalt 83 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att köpa mindre mängder nya textilier om de visste att det gör skillnad för miljön.

Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 68 % kunde tänka sig det.

Kvinnor kan tänka sig det i större utsträckning än vad män kan (92 % respektive 73 %).

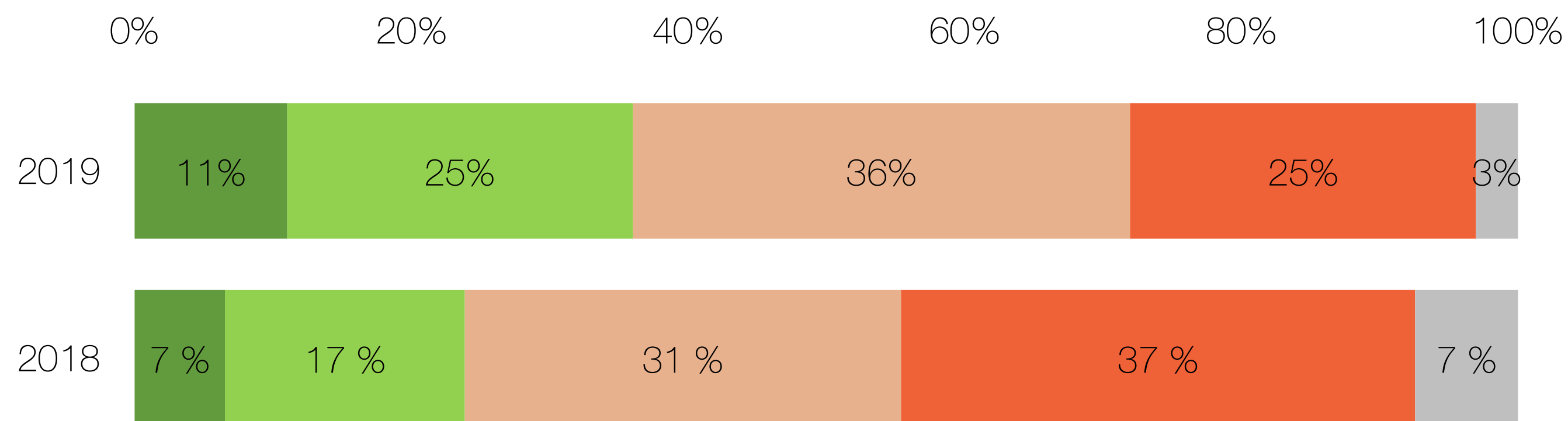
Det finns inga tydliga skillnader baserat på ålder eller boendeort.

Fakta ■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls ■ Vet ej

Fullständig fråga: *Om du visste att dina val gör skillnad för miljön skulle du kunna tänka dig att köpa mindre mängder nya textilier?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Nästan fyra av tio kan tänka sig att hyra eller låna kläder



Totalt 36 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att hyra eller låna kläder om de visste att det gör skillnad för miljön.

Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 24 % kunde tänka sig det.

Kvinnor kan tänka sig det i större utsträckning än vad män kan (46 % respektive 25 %).

Även 30-45 åringar kan tänka sig det i större utsträckning än övriga åldersgrupper (45 %).

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls ■ Vet ej

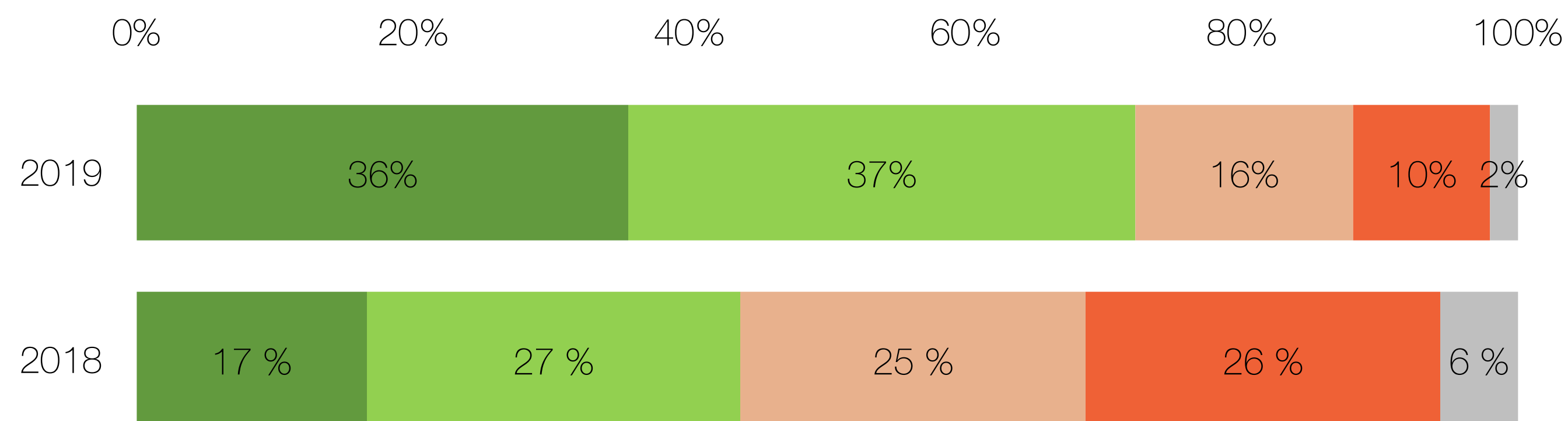
Fullständig fråga:

Om du visste att dina val gör skillnad för miljön skulle du kunna tänka dig att hyra eller låna kläder?

Övrig information:

Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Drygt sju av tio kan tänka sig att köpa mer second hand



Totalt 73 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att köpa mer second hand om de visste att det gör skillnad för miljön.

Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 44 % kunde tänka sig det.

Kvinnor kan tänka sig det i större utsträckning än vad män kan (81 % respektive 65 %).

Boende i stor eller mellanstor stad kan tänka sig det i större utsträckning än vad personer på landsbygd kan (18 % respektive 12 %).

Det finns en tendens till att ju yngre en är, i desto större utsträckning kan en tänka sig att köpa mer second hand.

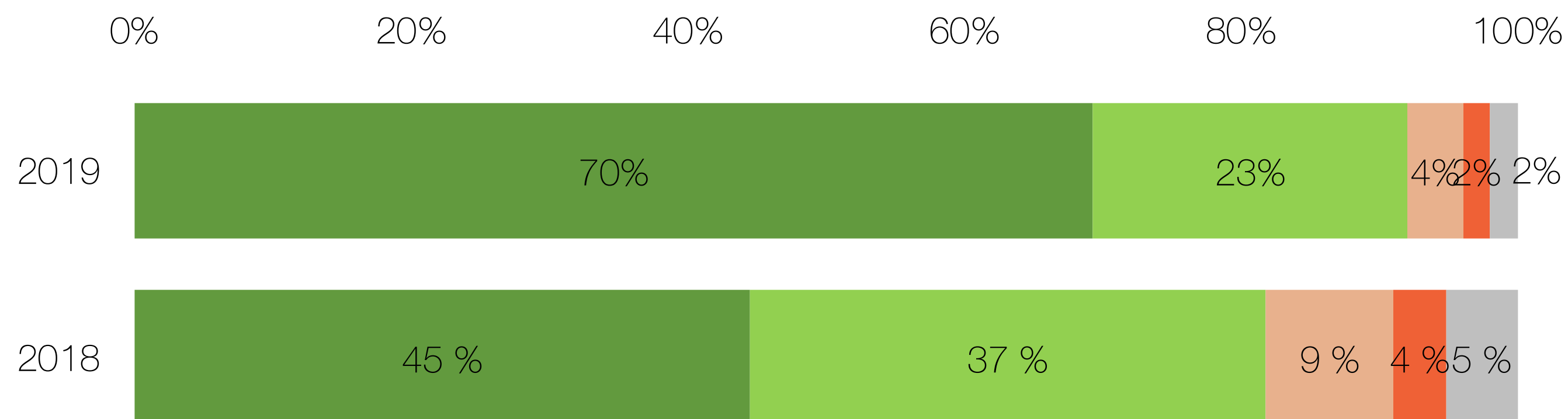
Fakta

■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls ■ Vet ej

Fullständig fråga: *Om du visste att dina val gör skillnad för miljön skulle du kunna tänka dig att köpa mer second hand?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Drygt nio av tio kan tänka sig att sköta om sina kläder bättre



Totalt 93 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att sköta om kläder och textilier bättre, om de visste att det gör skillnad för miljön.

Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 82 % kunde tänka sig det.

Kvinnor kan tänka sig det i större utsträckning än vad män kan (97 % respektive 89 %) och det finns en tendens till att äldre kan tänka sig det i större utsträckning än yngre.

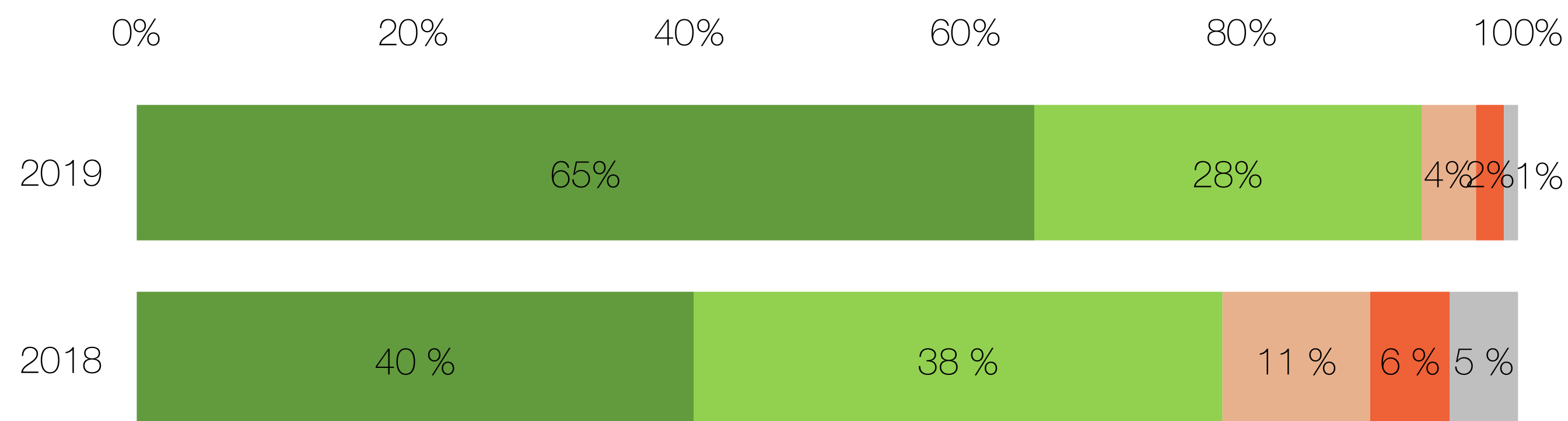
Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta ■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls ■ Vet ej

Fullständig fråga: *Om du visste att dina val gör skillnad för miljön skulle du kunna tänka dig att sköta om kläder och textilier på rätt sätt för att minska miljöpåverkan och öka livslängd?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Drygt nio av tio kan tänka sig att laga när det är möjligt



Totalt 93 % skulle absolut eller kanske kunna tänka sig att laga eller låta laga om de visste att det gör skillnad för miljön.

Denna andel har ökat sedan 2018 års mätning, då 78 % kunde tänka sig det.

Kvinnor kan tänka sig det i större utsträckning än vad män kan (96 % respektive 90 %).

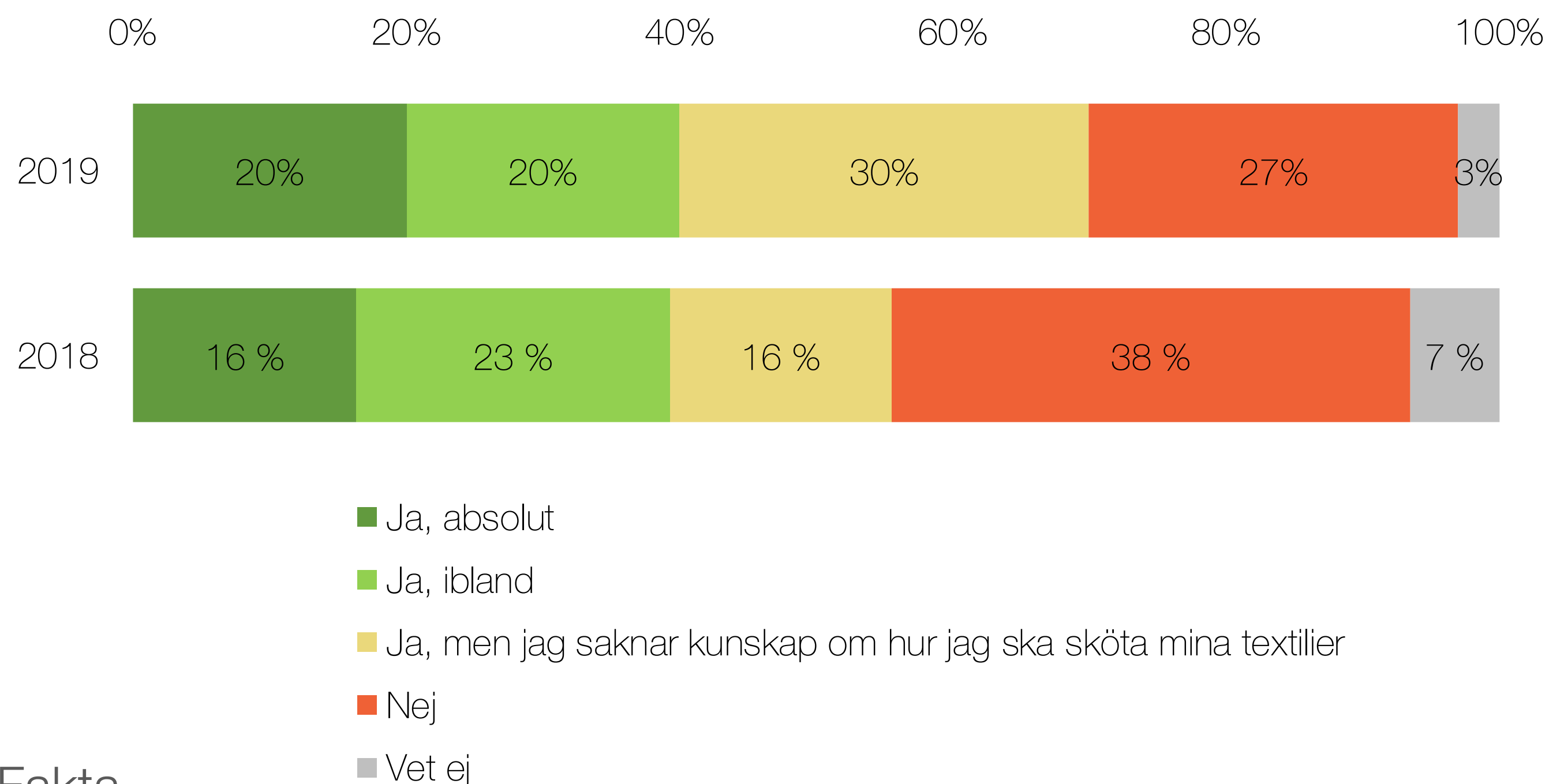
Det finns inga tydliga skillnader baserat på ålder eller boendeort.

Fakta ■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls ■ Vet ej

Fullständig fråga: *Om du visste att dina val gör skillnad för miljön skulle du kunna tänka dig att laga eller låta laga när det är möjligt?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Många tänker på mikroplaster i relation till skötsel av textilier



Totalt 70 % tänker på hur de kan sköta och tvätta sina textilier för att minska spridning av mikroplaster. Bland dessa återfinns även 30 % som tänker på det, men som saknar kunskap om hur de ska göra.

Sedan 2018 års undersökning har andelen som tänker på mikroplaster ökat – men även andelen som tänker på det men som saknar kunskap, har ökat. Det har alltså skett en förflyttning från att inte tänka på det, till att tänka på det men sakna kunskap om hur textilierna ska skötas.

Äldre och kvinnor tänker mer på det än vad övriga gör.

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

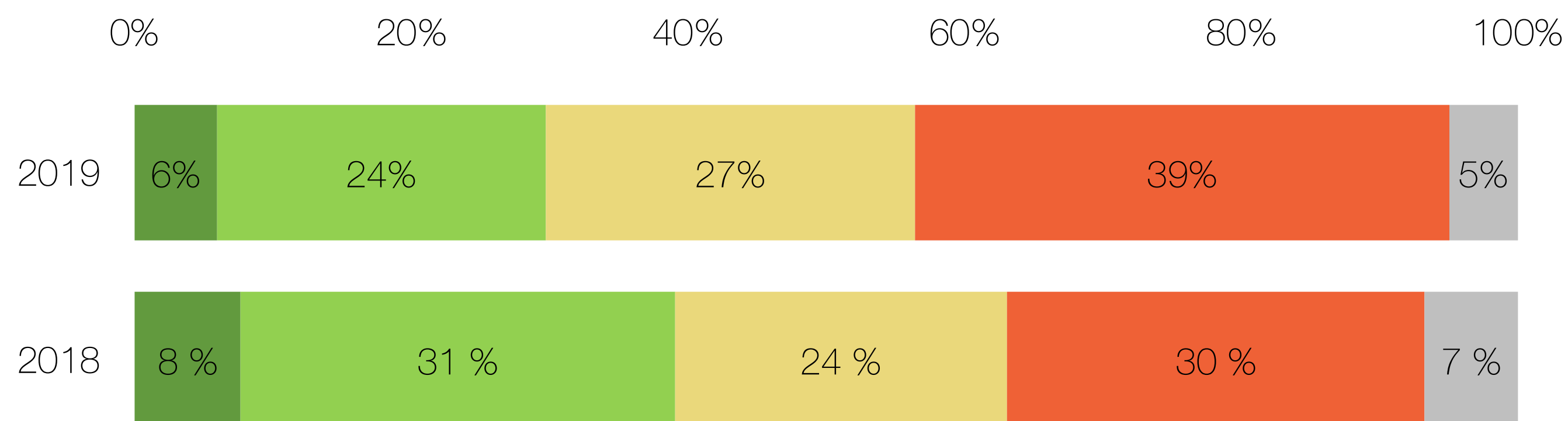
Fullständig fråga:

Tänker du på hur du kan sköta och tvätta dina textilier för att minska spridning av mikroplaster?

Övrig information:

Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Många tänker på det globala hållbarhetsperspektivet vid köp



- Ja, det är viktigt för mig
- Ja, det tänker jag på ibland
- Ja, det tänker jag på, men saknar tillräcklig kunskap
- Nej, aldrig
- Vet ej

Fakta

Fullständig fråga: *När du köper kläder eller hemtextilier brukar du då tänka på om produkten är bra eller dålig ur ett globalt hållbarhetsperspektiv (som handlar om klimat, miljö, resurser och hälsa)?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

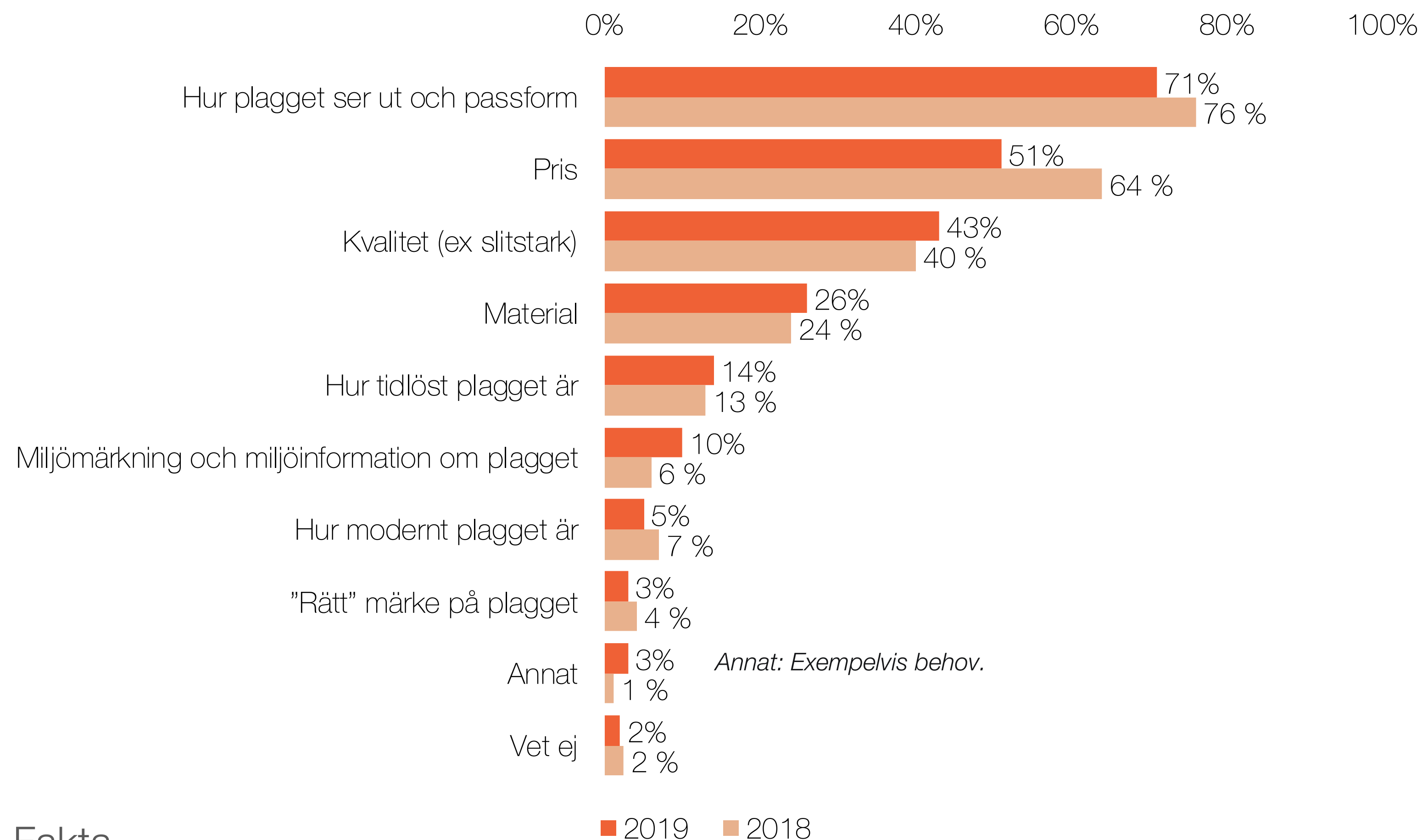
Totalt 57 % tänker på om produkten är bra eller dålig ur ett globalt hållbarhetsperspektiv när de köper kläder eller hemtextilier – 6 % anser att det är viktigt, 24 % tänker på det ibland och 27 % tänker på det men saknar tillräcklig kunskap.

Jämfört med 2018 års undersökning har andelen som tänker på hållbarhetsperspektivet minskat.

Kvinnor och boende i storstad tänker mer på det än vad övriga gör.

Det finns inga tydliga skillnader baserat på ålder.

Mest avgörande i köpögonblicket är utseende, passform och pris



Utseende, passform och pris är det som främst avgör huruvida man köper ett plagg eller inte. Även kvalitet och material är viktigt.

Jämfört med 2018 års undersökning har andelen som svarar utseende, passform och pris minskat. Andelen som svarar kvalitet, material och miljömärkning/miljöinformation har ökat.

Personer under 30 år svarar pris i större utsträckning än övriga.

Män svarar i större utsträckning än kvinnor pris, kvalitet och "rätt" märke, medan kvinnor i större utsträckning svarar hur tidlöst plagget är samt miljömärkning/miljöinformation.

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

Fullständig fråga: *Vad är mest avgörande i köpögonblicket för att du ska köpa ett klädesplagg eller inte?*

Övrig information: *Flervalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.*

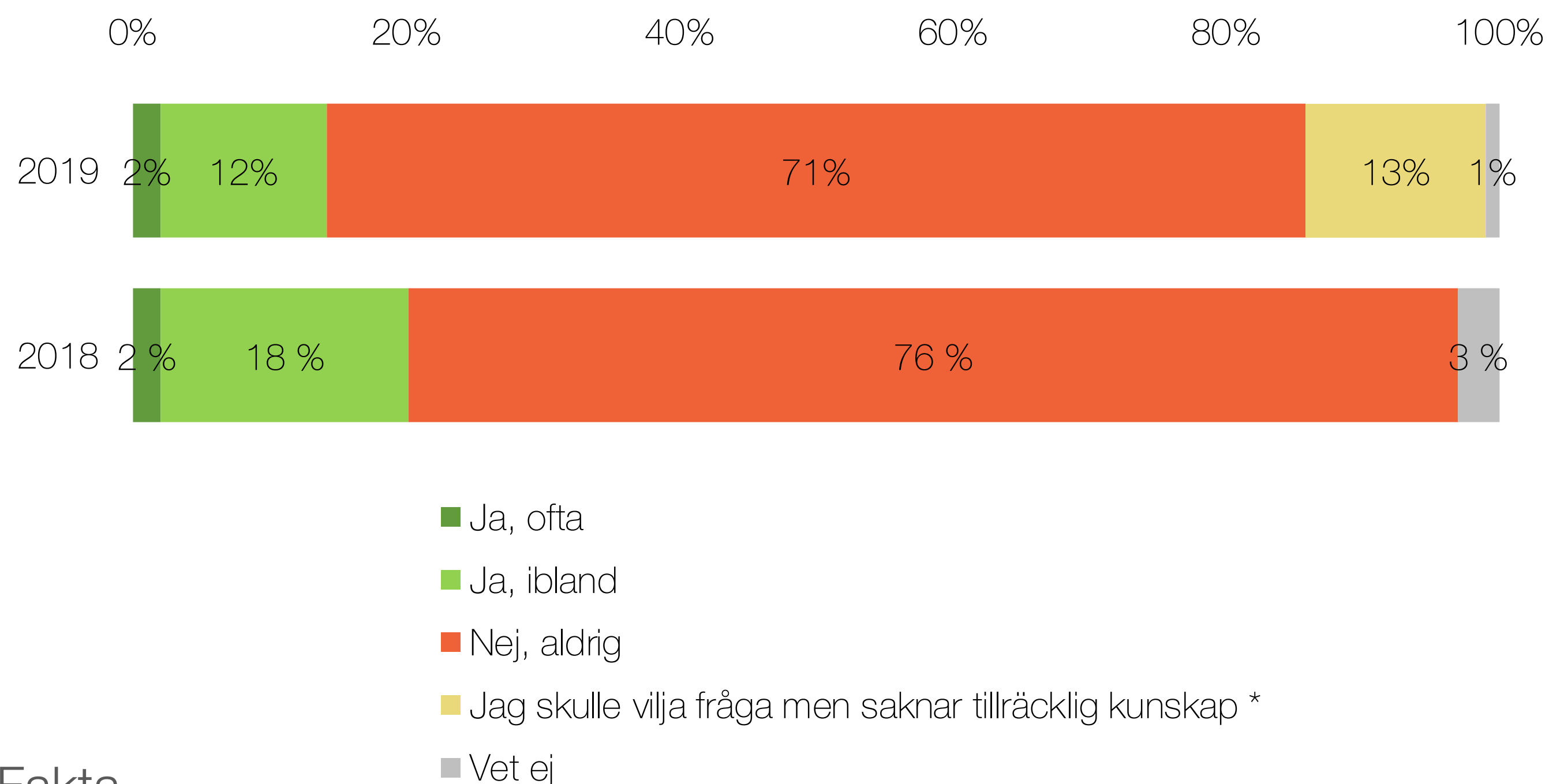
SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESULTAT

RESULTAT// BETEENDE

Drygt en av tio ställer frågor om kemikalieinnehåll/miljöpåverkan



Totalt 14 % ställer ofta eller ibland frågor om kemikalieinnehåll eller miljöpåverkan vid köp av kläder eller textilier. Det är 13 % som skulle vilja fråga men som saknar kunskap.

Andelen som svarar att de ställer frågor är mindre 2019 än 2018 – dock är det år 2019 en relativt stor andel som svarar att de skulle vilja fråga men tillräcklig saknar kunskap. Det svarsalternativet fanns inte med i samma formulering år 2018.

Kvinnor ställer frågor i större utsträckning än vad män gör. Kvinnor svarar också i större utsträckning att de vill ställa frågor, men att de saknar tillräcklig kunskap.

Det finns inga tydliga skillnader baserat på ålder eller boendeort.

Fakta

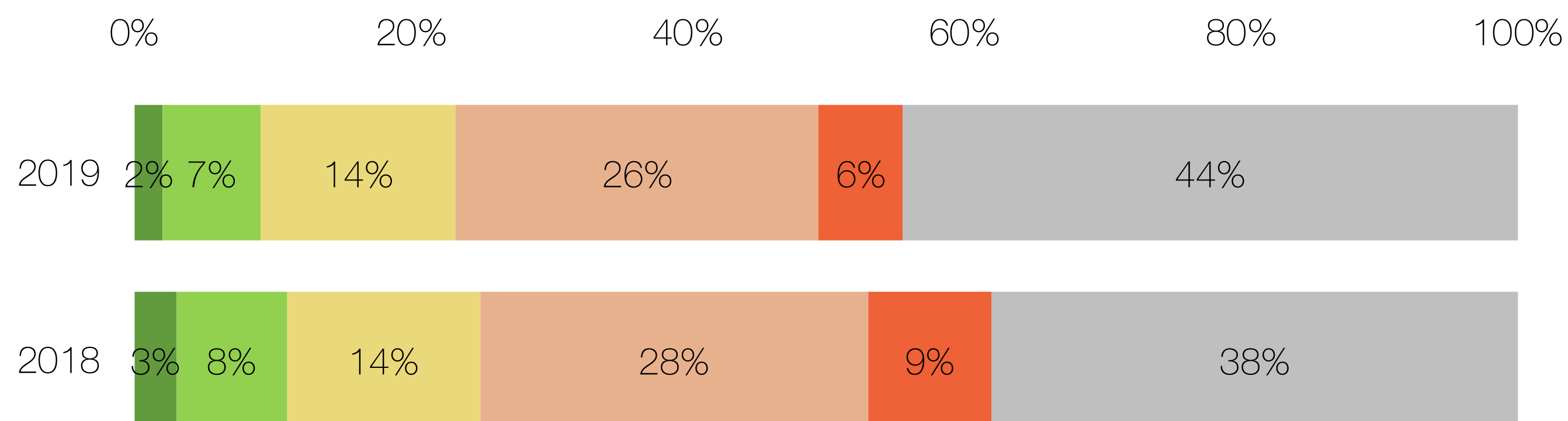
Fullständig fråga:

Brukar du ställa frågor om kemikalieinnehåll och/eller miljöpåverkan vid köp av kläder och textilier?

Övrig information:

Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013. * Svarsalternativet löd i 2018 års undersökning "Skulle behöva mer kunskap".

Många vet inte hur stor andel av de plagg de köper som är miljömärkta



Nästan hälften av respondenterna (44 %) vet inte hur stor andel av de klädesplagg de köper som är miljömärkta. Totalt 6 % svarar att inga av de kläder de köper är miljömärkta, 23 % svarar att hälften eller mer är miljömärkt och resterande andel svarar att det rör sig om en mindre del.

Jämfört med 2018 års resultat så är det en större andel som i årets undersökning svarar att de inte vet. Det är dock en mindre andel som svarar att inga av klädesplaggen är miljömärkta. I övrigt är resultaten snarlika.

Män svarar i större utsträckning än kvinnor att inga av de kläder de köper är miljömärkta (8 % respektive 5 %).

Det finns inga tydliga skillnader baserat på ålder eller boendeort.

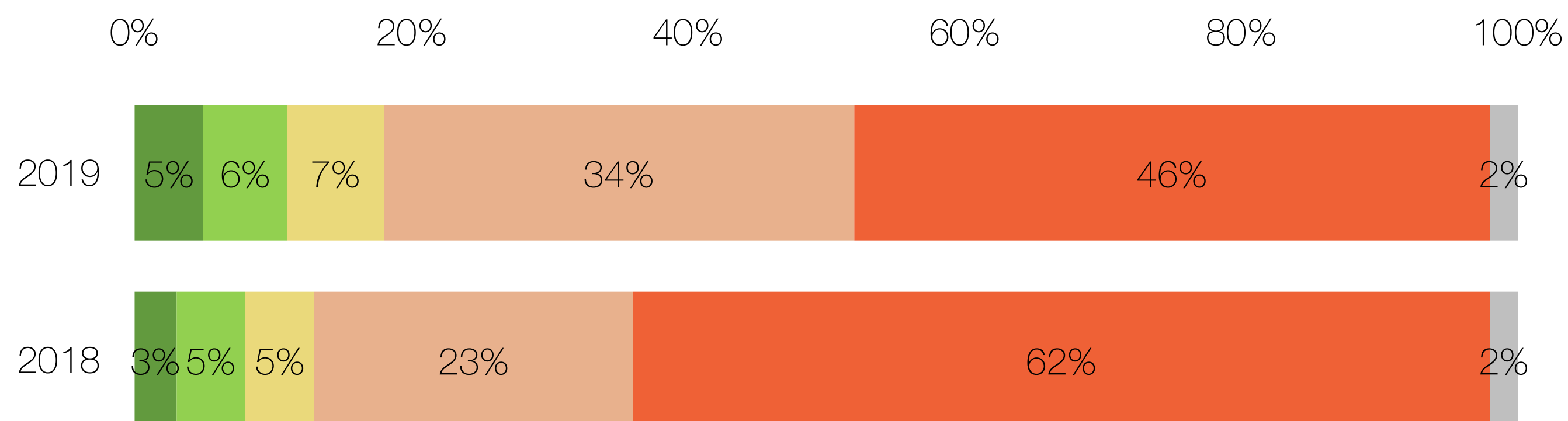
Fakta

■ Det mesta ■ En stor del ■ Ungefär hälften ■ En mindre del ■ Inget ■ Vet ej

Fullständig fråga: *Hur mycket av de klädesplagg du köper bedömer du är miljömärkt?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Drygt hälften köper i någon utsträckning begagnade kläder



Drygt hälften (52 %) köper i någon utsträckning begagnade kläder – för merparten av dessa rör det sig dock om en mindre del.

Andelen som svarar att de köper begagnade kläder har ökat jämfört med 2018 års undersökning – då det var 36 %.

Det finns en tendens till att personer som är 45 år eller yngre köper begagnat i större utsträckning än vad äldre gör. Att svara att det mesta av de klädesplagg man köper är begagnade, är vanligast bland 17-29 åringarna (11 %).

Män svarar i större utsträckning än kvinnor att inga av de kläder de köper är begagnade (58 % respektive 35 %).

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

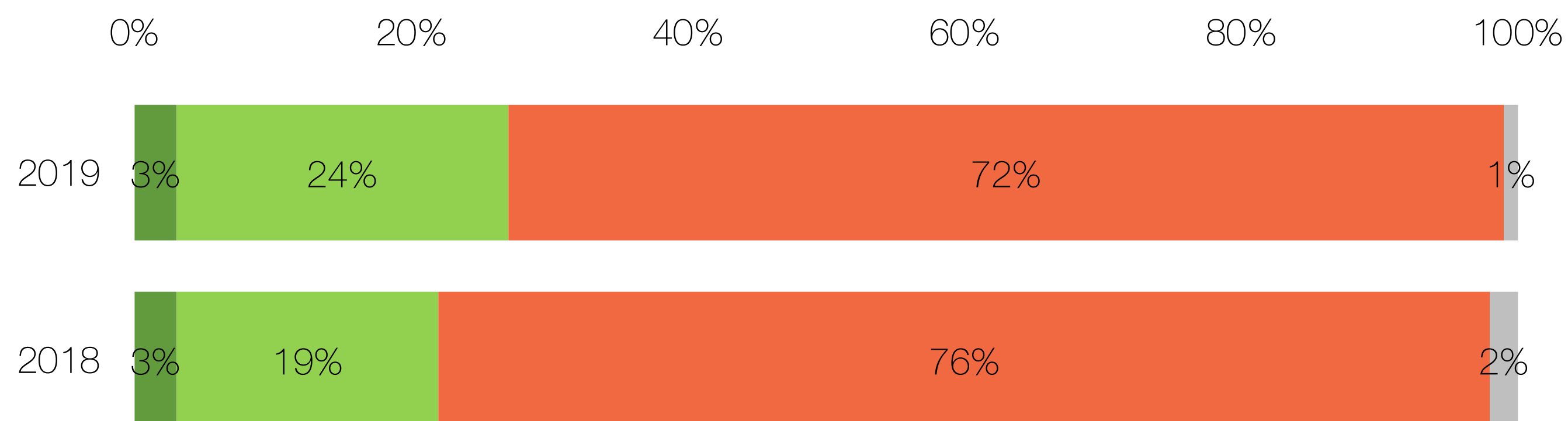
Fakta

■ Det mesta ■ En stor del ■ Ungefär hälften ■ En mindre del ■ Inget ■ Vet ej

Fullständig fråga: *Hur mycket av de klädesplagg du köper är begagnat?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Nästan tre av tio lånar, delar eller hyr kläder ofta eller ibland



Nästan tre av tio (27 %) lånar, delar eller hyr kläder ofta eller någon enstaka gång.

Andelen som svarar att de lånar, delar eller hyr kläder har ökat jämfört med 2018 års undersökning – då det var 22 %.

Det finns en tendens till att personer som är 45 år eller yngre lånar, hyr eller delar i större utsträckning än vad äldre gör.

Kvinnor gör det i större utsträckning än män.

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

■ Ja, ofta ■ Ja, någon enstaka gång ■ Nej, aldrig ■ Vet ej

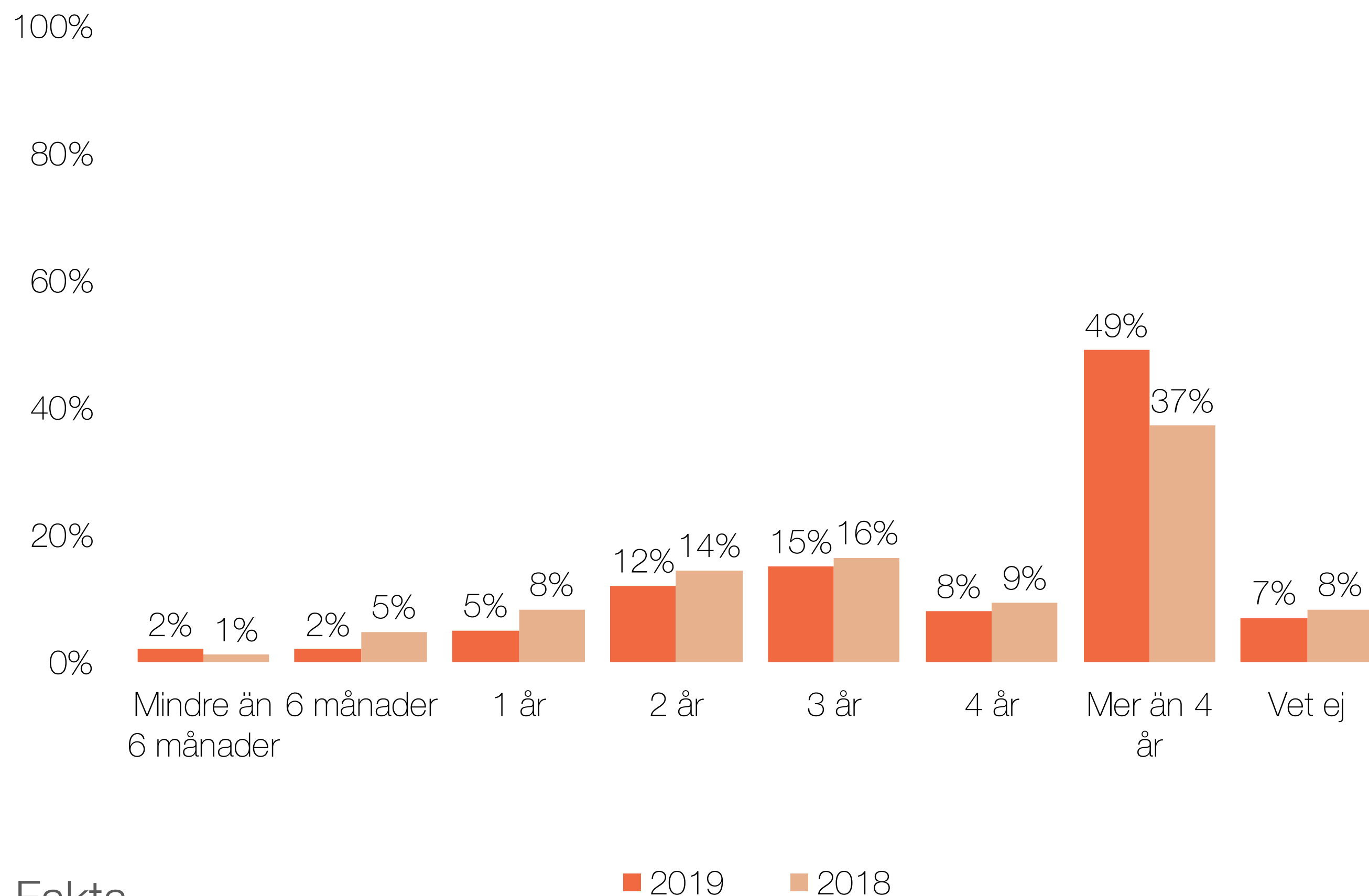
Fullständig fråga:

Brukar du låna, dela eller hyra kläder?

Övrig information:

Envälsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Klädernas levnadstid varierar men är ofta mer än 4 år



Nästan hälften (49 %) använder sina kläder mer än 4 år. I 2018 års undersökning svarade 37 % att de använder sina kläder mer än 4 år.

Det är vanligare bland kvinnor än bland män att använda kläder mindre än 6 månader (3 % respektive 1 %).

Bland respondenter som är 75 år eller äldre svarar 7 % att de använder sina kläder mindre än 6 månader – vilket är en större andel än bland yngre.

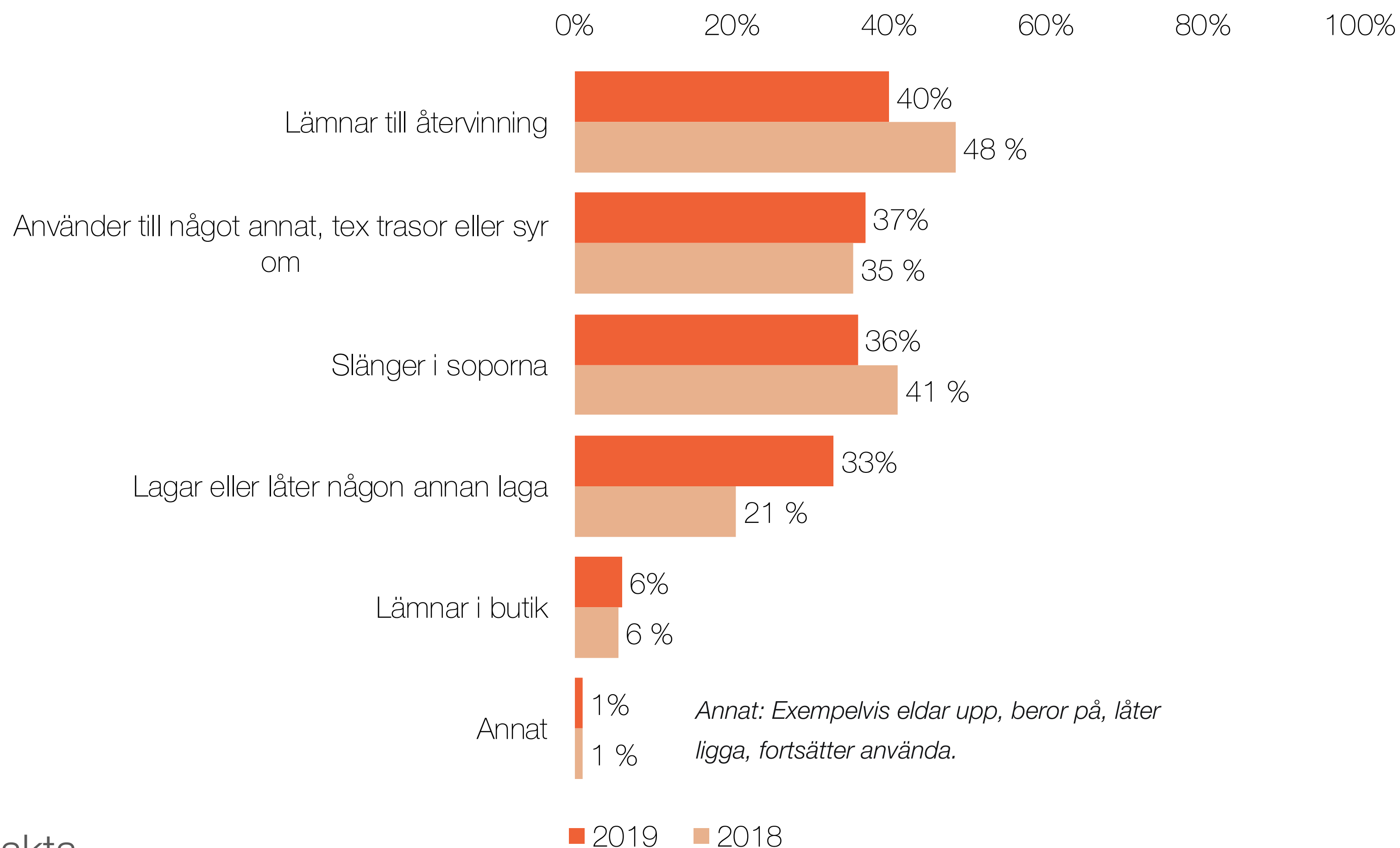
Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

Fullständig fråga: *Ungefär hur lång tid brukar du i genomsnitt använda en t-shirt/skjorta/blus innan du låter den hänga oanvänd i garderoben, gör dig av med den eller använder den till annat (exempelvis som trasa)?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Många lämnar trasiga kläder till återvinning



Många (40 %) lämnar trasiga kläder och textilier till återvinning, använder det till annat (37 %), slänger i soporna (36 %) eller låter laga (33 %).

Jämfört med 2018 års undersökning är det en mindre andel som lämnar till återvinning eller slänger i soporna – men större andel som låter laga.

De som är 45 år eller yngre svarar i större utsträckning än äldre att de lämnar i butik.

Det finns flera skillnader mellan kvinnor och män – bl a att kvinnor i större utsträckning lämnar i butik, låter laga eller använder till något annat. Män slänger i större utsträckning i soporna.

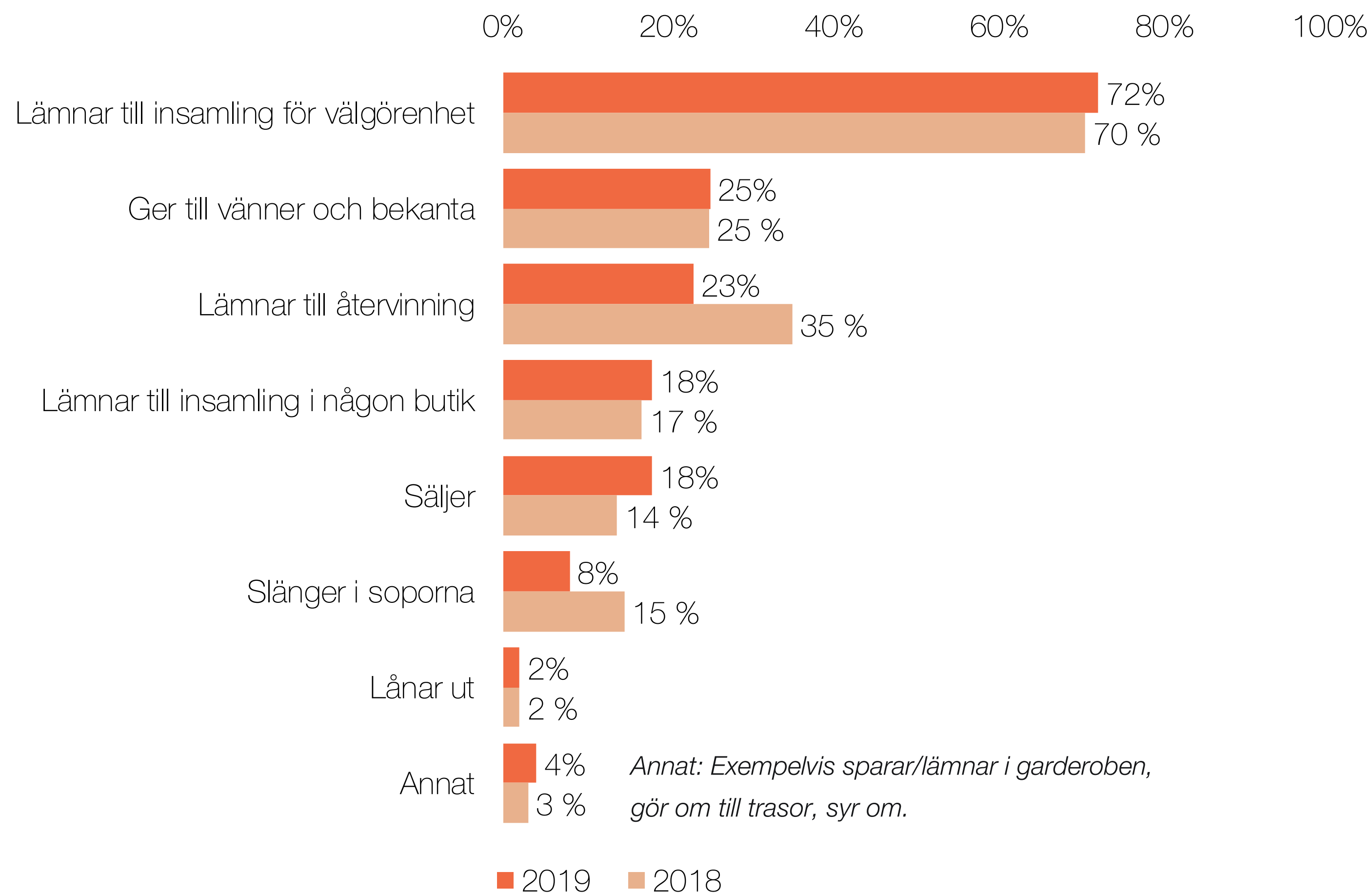
Boende i mellanstor stad slänger i soporna i större utsträckning än övriga, och lämnar samtidigt i mindre utsträckning till återvinning.

Fakta

Fullständig fråga: Vad gör du med trasiga kläder och hemtextilier?

Övrig information: Flervalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

De flesta lämnar hela textilier till välgörenhet



De flesta (72 %) lämnar hela och rena kläder och hemtextilier som de inte längre vill ha, till insamling för välgörenhet. Det är även relativt vanligt att ge till vänner och bekanta, lämna till återvinning, ge till insamling i butik och sälja (18-25 %).

Jämfört med 2018 års undersökning har störst skillnad skett när det kommer till *lämnar till återvinning* samt *slänger i soporna* – som båda minskat 2019.

Personer under 30 år svarar att de *lånar ut* i större utsträckning än övriga.

Det finns flera skillnader mellan kvinnor och män – bl a att kvinnor i större utsträckning *lämnar för insamling till välgörenhet* eller *i butik, säljer* eller *ger till vänner/bekanta*. Män slänger i större utsträckning i *soporna*.

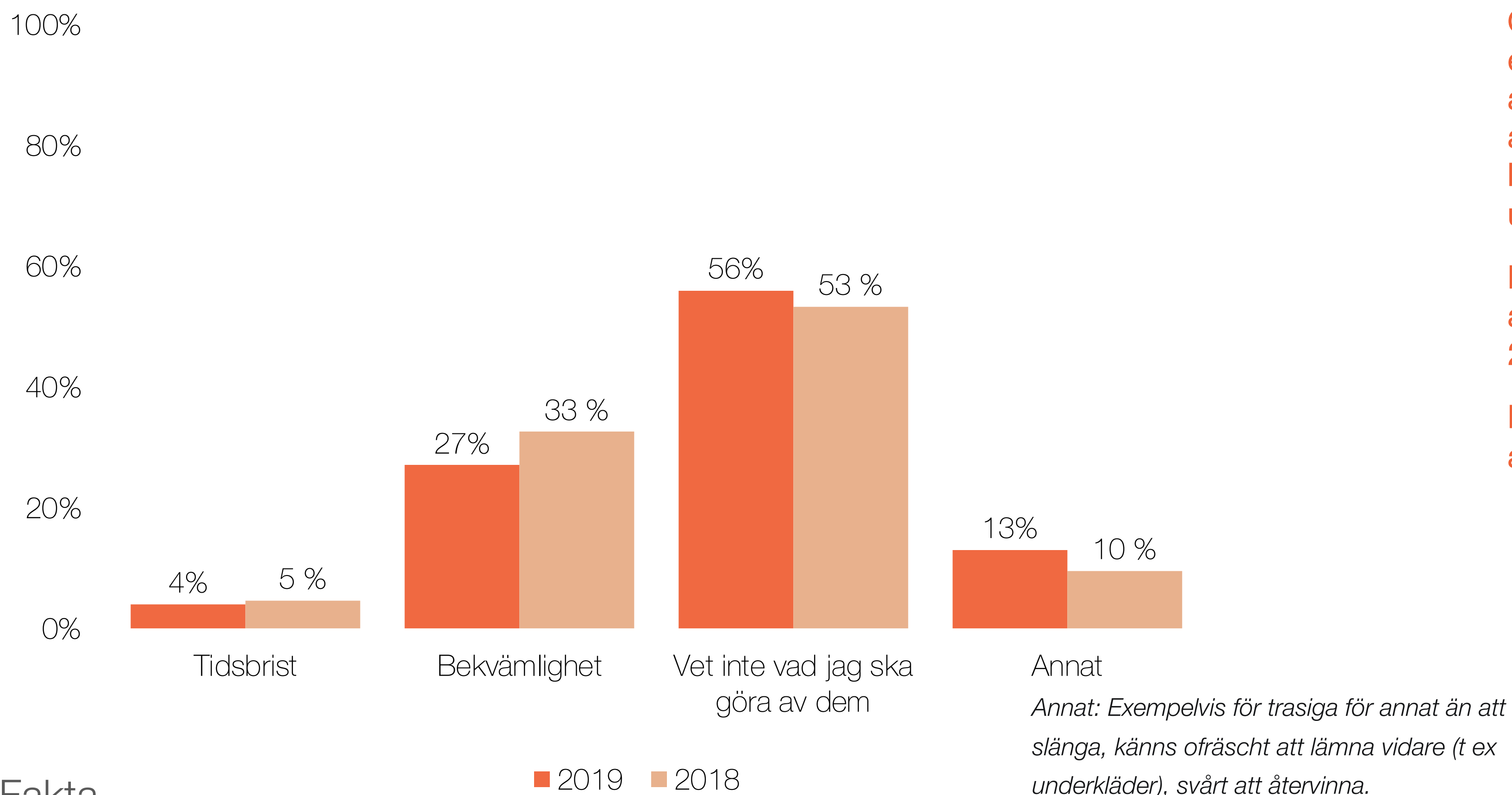
Boende i mellanstor stad *lånar* i större utsträckning än övriga ut, medan boende på landsbygd i mindre utsträckning än övriga *lämnar till insamling i butik*.

Fakta

Fullständig fråga: *Vad gör du med hela och rena kläder och hemtextilier som du inte längre vill ha?*

Övrig information: Flervalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Brist på kunskap vanligaste anledningen till att slänga i soporna



Över hälften (56 %) av dem som slänger hela eller trasiga kläder i soporna, svarar att anledningen är att de inte vet var de ska göra av dem. En annan vanlig anledning är bekvämlighet (27 %). Resultatet är snarlikt utfallet i 2018 års undersökning.

Män svarar i större utsträckning än kvinnor att anledningen är bekvämlighet (33 % respektive 20 %).

Det finns inga tydliga skillnader baserat på ålder eller boendeort.

Fakta

Fullständig fråga:

Vad är den största anledningen till att du slänger trasiga eller hela textilier i soporna?

Övrig information:

Envalsfråga. **Frågan ställdes enbart till personer som svarat att de slänger i soporna på någon av de två föregående frågorna.**
 Bas₂₀₁₉: 379. Bas₂₀₁₈: 1312.

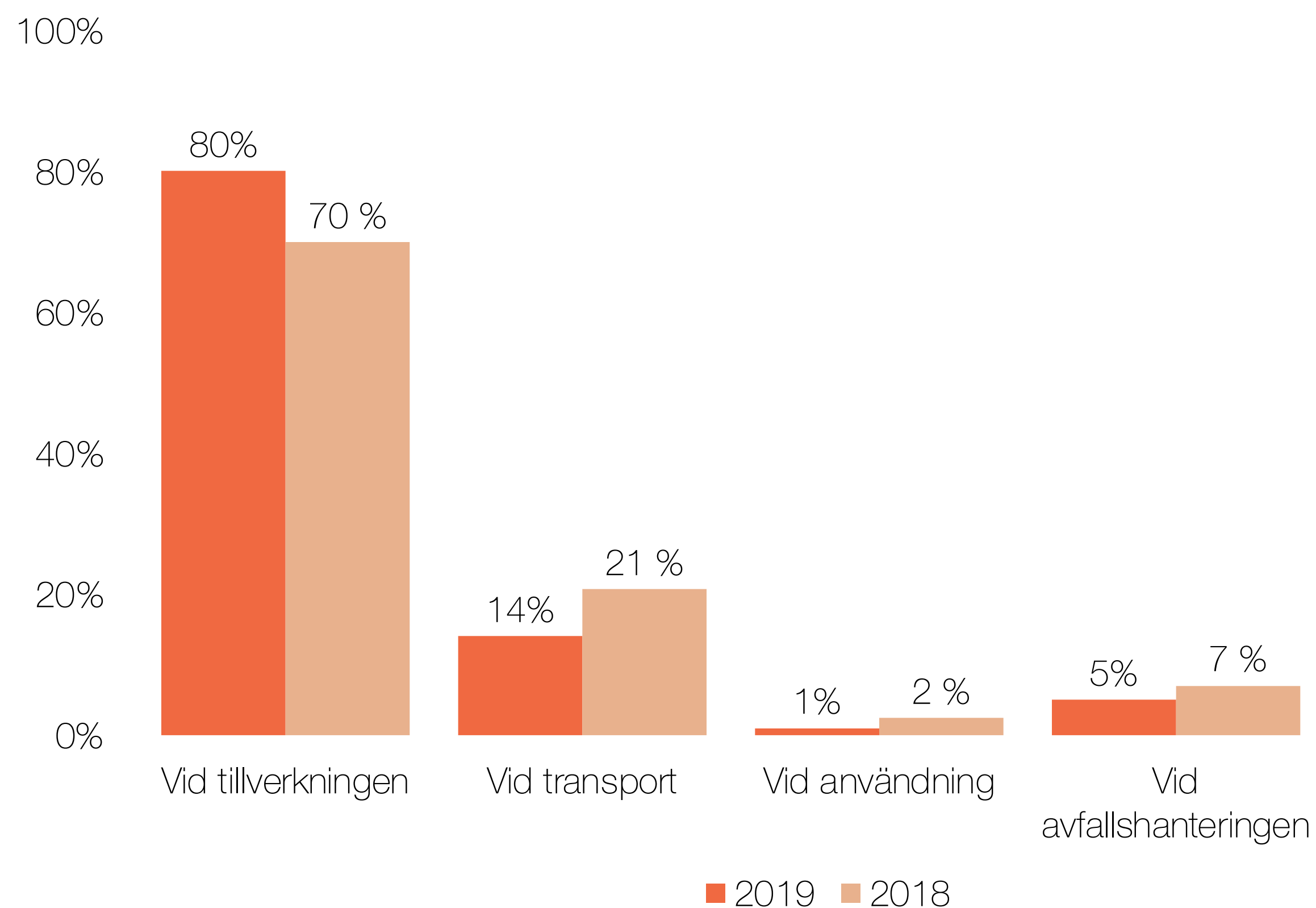
SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESULTAT

RESULTAT// KUNSKAP

Åtta av tio tror att störst miljöpåverkan sker vid tillverkningen



Åtta av tio tror att störst miljöpåverkan sker vid tillverkningen – och 14 % tror att det är vid transport. Andelen som tror att det är vid tillverkning har ökat jämfört med 2018 års undersökning, då utfallet var 70 %.

17-29 åringarna tror i lägre utsträckning än äldre att det är vid tillverkningen (70 %).

Det finns inga tydliga skillnader baserat på kön eller boendeort.

Fakta

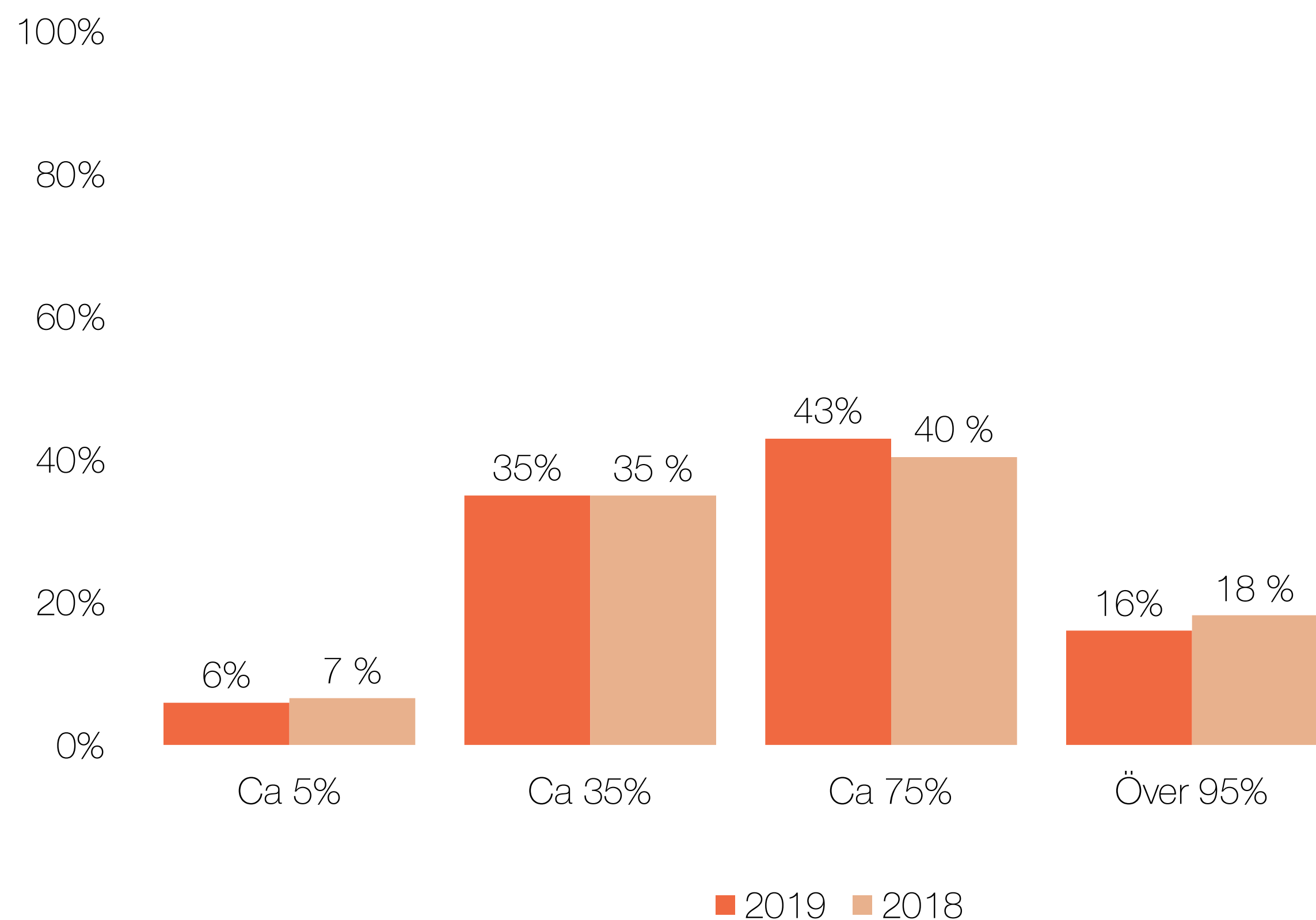
Fullständig fråga:

Var tror du att den största miljöpåverkan sker när det gäller kläder och hemtextilier?

Övrig information:

Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

Fyra av tio tror att begagnade plagg sparar ca 75 % energi



Drygt fyra av tio (43 %) tror att energibesparingen vid köp av ett begagnat plagg jämfört med ett nytt är ca 75 %. 16 % tror att det är över 95 %. Resultatet är snarlikt utfallet i 2018 års undersökning.

De som är 45 år eller yngre svarar i större utsträckning än äldre att de tror att det är över 95 %.

Män svarar i större utsträckning över 95 % och kvinnor i större utsträckning ca 75 %.

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

Fullständig fråga:

Ungefär hur mycket energi tror du att du sparar genom att köpa ett begagnat plagg jämfört med ett nytt?

Övrig information:

Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

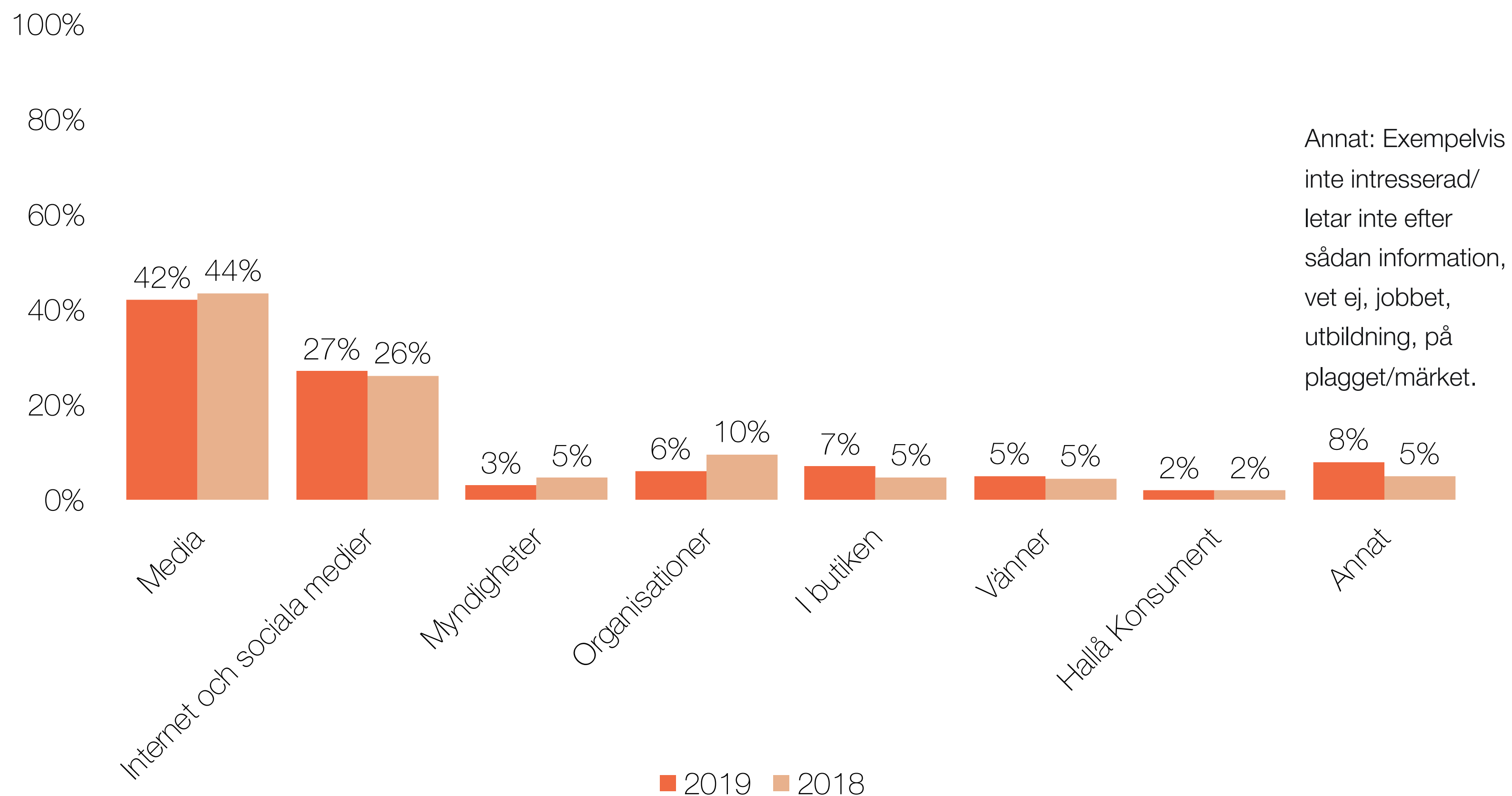
SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESULTAT

RESULTAT// INFORMATION

Media, internet och sociala medier främsta informationskällorna



Media (42 %) och internet och sociala medier (27 %) är främsta informationskällorna när det kommer till textiliers påverkan på miljö, kemikalier och hälsa. Resultatet är snarlikt utfallet i 2018 års undersökning.

Ju äldre man är, i desto större utsträckning svarar man media – och ju yngre man är, i desto större utsträckning svarar man internet och sociala medier.

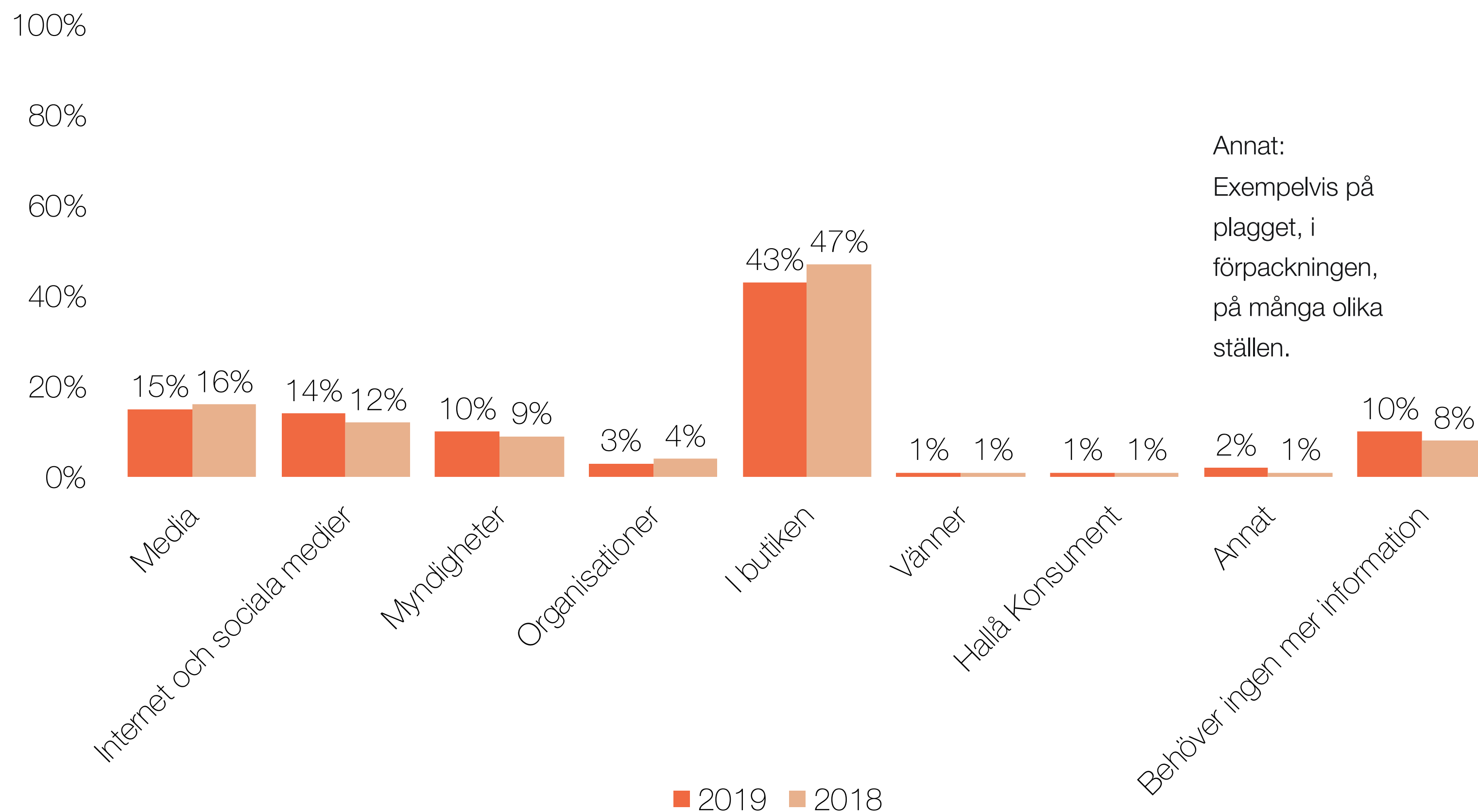
Det finns inga tydliga skillnader baserat på kön eller boendeort.

Fakta

Fullständig fråga: *Var får du främst information om textiliers påverkan på miljö, kemikalier och hälsa?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

De flesta vill ha information i butiken



Nästan hälften (43 %) vill ha information för att kunna göra mer miljömedvetna val i butiken. Övriga intressanta kanaler är media (15 %) och internet och sociala medier (14 %). Resultatet är snarlikt utfallet i 2018 års undersökning.

De över 60 år svarar media i större utsträckning än vad yngre gör. 17-29 åringarna svarar vänner i större utsträckning än vad äldre gör.

Män svarar i större utsträckning än kvinnor att de inte behöver mer information (14 % respektive 6 %).

Det finns inga tydliga skillnader baserat på boendeort.

Fakta

Fullständig fråga: *Var skulle du vilja ha mer information för kunna göra mer miljömedvetna val när du handlar, tar hand om och när du gör dig av med dina kläder och hemtextilier?*

Övrig information: Envalsfråga. Bas₂₀₁₉: 1015. Bas₂₀₁₈: 3013.

