

# *F / A C T* *MOVEMENT*

*Insikter för företag och andra intressenter*

## Detta är F/ACT Movement

F/ACT Movement är ett projekt från Göteborgsregionen och Science Park Borås som handlar om att främja en mer hållbar produktion och konsumtion av mode och textil. F/ACT Movement inspirerar konsumenter till att göra mer hållbara modeval och att använda det som redan finns i garderoben. Detta görs bland annat genom sociala medier där lokala ambassadörer (så kallade f/activister) sprider inspiration om hur de själva skapar en hållbar garderob. Dessutom stöttar projektet företag och entreprenörer som vill utveckla hållbara och cirkulära produkter och tjänster, utifrån de behov som den nya, medvetna konsumenten har och med miljönytta i fokus.

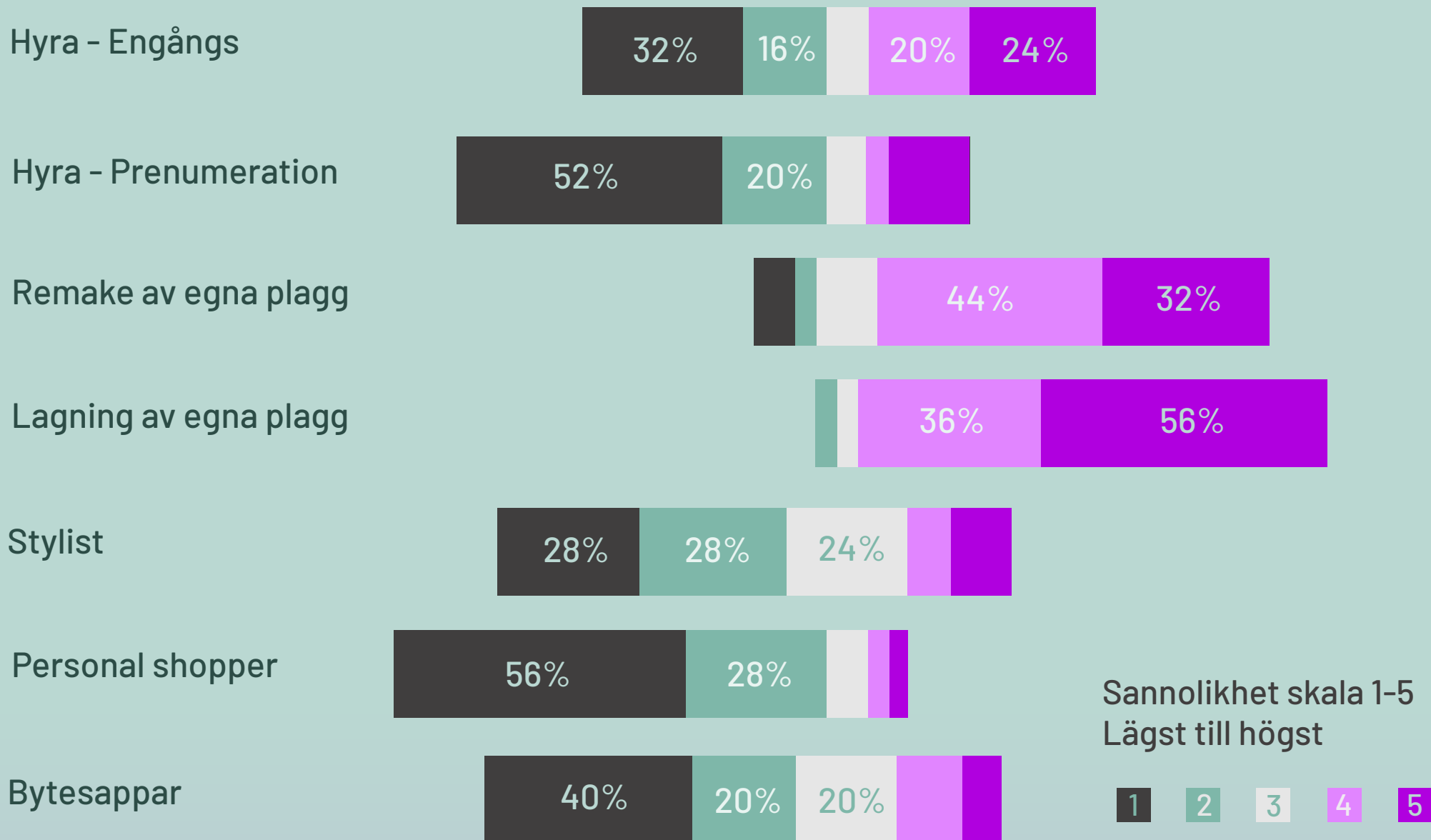
## Begrepp: F/activist

En f/activist är en person som älskar mode och samtidigt är en medveten konsument som gör aktiva val. F/activister skapar en långsiktig relation till sina kläder. Det betyder att de strävar efter en hållbar och cirkulär garderob som de med gott samvete kan använda utan att slita på jordens resurser. F/activister delar gärna med sig av sina secondhandfynd, remake-kreationer eller andra tips via sociala medier och är på sätt och vis ambassadörer för hållbart mode.

Vem som helst kan bli f/activist genom att testa mer hållbara modealternativ och lära sig mer om konsumtionens miljöpåverkan. Det viktiga är att hitta sitt personliga sätt att vara en cirkulär konsument. Tillsammans för F/activisterna modevärlden mot hållbar framtid.

# Attityder till cirkulära tjänster 2021

Hur sannolikt är det att du kommer använda följande tjänster?



## Vilja att vårda det man har

Utifrån datan från projektet ser vi ett högt intresse hos konsumenten för tjänster rörande den egna garderoben. Deltagarna vill ta till vara på det som redan ägs i form av remake av egna plagg och lagning av egna plagg. Viljan att laga själv eller köpa tjänster varierar dock och därför bör företag hitta olika sätt att stötta individen utifrån den egna drivkraften.

Det är viktigt att butikerna har tjänsterna in-house, så man slipper gå runt till många olika ställen.

Plagg man verkligen gillar känns det värt att investera i.

## Tröskel att hyra & byta

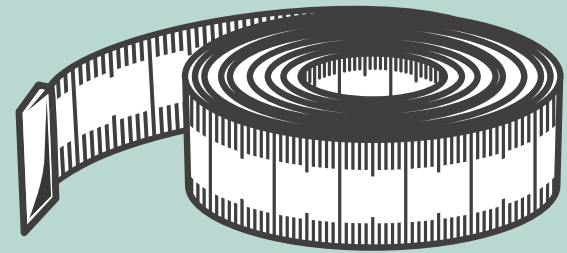
Datan visar lägre intresse bland f/aktivisterna för tjänster som rör uthyrning och klädbyte. Många deltagare upplever att det är omständigt med pakethantering och att de oftast har ett emotionellt band till sin garderob som gör det svårt att cirkulera vidare. Innovationer som förenklar hantering, så som IT-system och infrastruktur, skulle kunna sänka trösklarna och främja delande, men förmodligen behöver även kulturella aspekter förändras för att skala upp delningsökonomi. Däremot visar panelsamtalen att det finns en öppenhet för uthyrning av plagg för finare tillställningar, ex. sittningar eller större fester. Detta pekar på en möjlighet att utveckla tjänster för vissa produktsegment och målgrupper.

# Så kan ditt företag bli vassare på cirkulära tjänster

## Erbjud tjänster in-house

Parallellt med viljan att vårda det man äger, finns en osäkerhet kring hur man går till väga. Det finns alltså en efterfrågan som existerande klädbutiker och secondhandmarknader bör ta vara på genom att erbjuda lagning och remake-tjänster in-house. Det främjar inte bara hållbart mode utan ger er verksamhet en USP på marknaden.

Ett annat sätt att erbjuda cirkulära tjänster kan vara i form av garderobskonsult/ personal shopper med en hållbar inriktning. Digitala guider eller fysiska workshops inom klädvård är också en väg att gå för att öka förtroendet hos kunderna och sänker tröskeln till att få konsumenten att använda dessa tjänster.



## Skapa cirkulära samarbeten

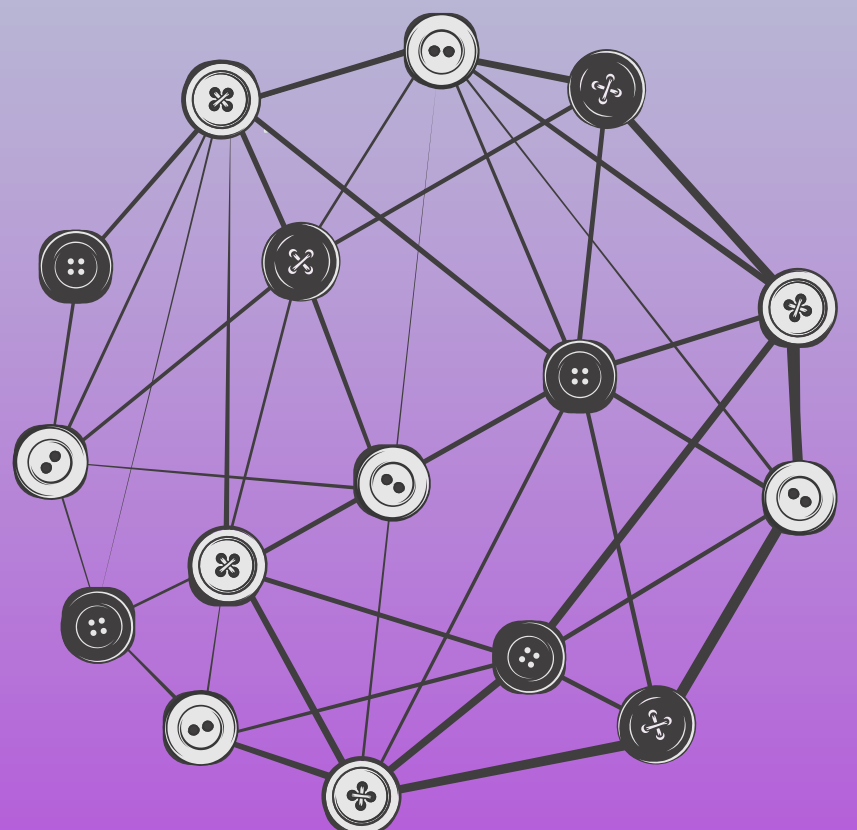
Den finns en önskan bland factivisterna att gynna det lokala näringslivet, men där hindret oftast blir tillgänglighet och enkelhet. Det är helt enkelt smidigare idag att köpa nytt än att vårda det man har. Så hur kan vi ta bort det hindret? En del av lösningen kan vara att skapa cirkulära samarbeten mellan ditt företag och andra lokala aktörer som gör det enkelt för konsumenten att hitta allt på samma plats. Nyttja varandras resurser och stötta varandras verksamhet.

Driver du en skoaffär kan du dra stor nytta av att knyta kontakt med en lokal skomakare, som du kan hänvisa dina kunder till och på så vis skapa mervärde. Eller varför inte skicka reklamerade kläder till en kläddesigner som kan skapa nya, spännande plagg till din butik? Det finns flera vägar att gå för att skapa ett cirkulärt nätverk.

## Främja innovationer

En viktig pusselbit när det kommer till hållbar modekonsumtion är innovationer som bidrar till att trösklarna sänks. Så länge fast fashion är snabbast och enklast kommer den stora massan dra sig dit, hur mycket vi än informerar om dess klimatpåverkan. Skapa förståelse för hur just ditt företag kan bidra till en mer resurseffektiv klädkonsumtion: Ställ er frågan: "Hur skulle ett mer hållbart och cirkulärt system för våra kläder se ut?" Identifiera vilka hinder som finns och resonera kring hur ni tar er över dem.

Lyft också blicken från er egen verksamhet och se er omkring. Undersök möjligheten att samarbeta med andra aktörer för att skynda på utvecklingen och upptäck nyckeltekniker som ni kan dra nytta av. Besitter ni ett starkt befintligt varumärke så se till att använda det för att nå ut med nya lösningar som kräver ett stort antal användare, exempelvis delningstjänster.

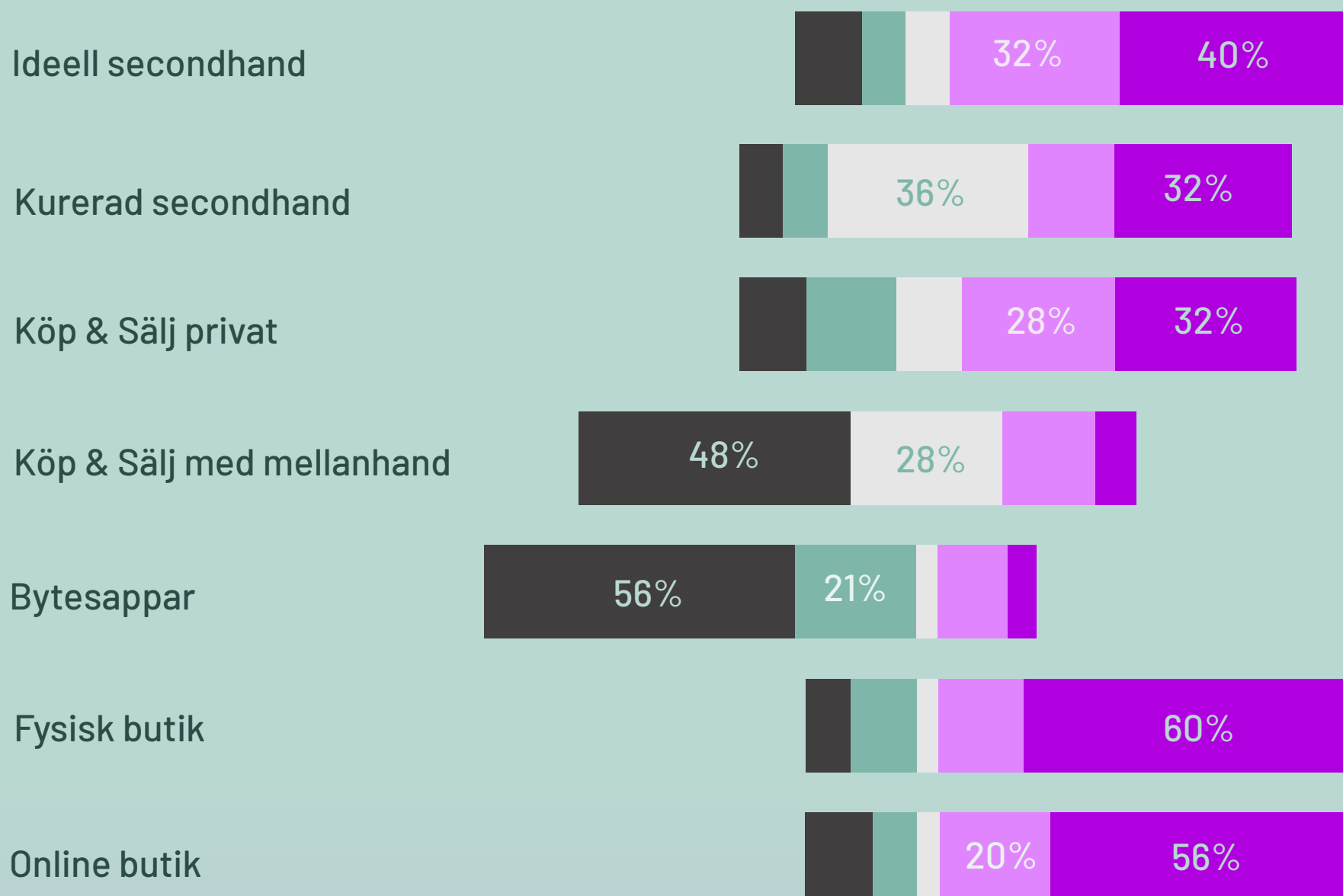


# Attityder till secondhand 2021

Villighetsskala 1-5  
Lägst till högst

1 2 3 4 5

## Var handlar du helst secondhand?



## Lätt att bli överväldigad

Generellt sett finns det en mycket positiv inställning till secondhand bland f/aktivisterna, både ideell och kurerad. Redan innan projektets start var flertalet av deltagarna aktiva på secondhandmarknaden, men har sedan avslutat projekt fått en ny uppskattning för secondhand, både ur ett miljöperspektiv och ekonomiskt. Däremot upplever ett stort antal deltagare att det brister ofta i secondhandbutiker när det gäller sortering och inspiration. Styling och butiksinredning är sällan prioriterat inom secondhandmarknaden, vilket avskräcker många potentiella kunder.

// **Hoppas det kommer fler välsorterade secondhandbutiker till mindre städer.** //

// **De sålde kläder i lösvikt direkt ur pallar där alla stod och rev. Inte så värdigt eller hållbart för kläderna och inte heller särskilt inspirerande eller attraktivt.** //

## Begränsat utbud i småorter

Datan visar att det finns ett högt intresse för fysisk likväl digital secondhandshopping bland f/aktivister. Det framgår dock tydligt under panelsamtalen att efterfrågan är högre än tillgången, särskilt bland mindre orter i Sverige. Här finns stora möjligheter att bredda sin verksamhet på mindre orter eller skapa en digital närvaro som tillgängliggör secondhand till småstadsbor.

# Så kan ditt företag bli en attraktiv secondhanddestination

## Öka tillgängligheten

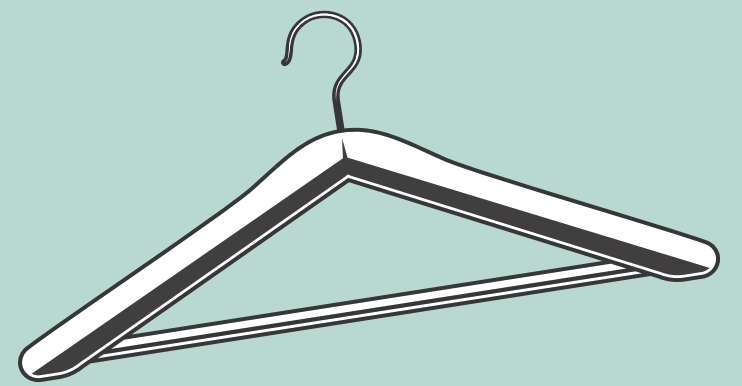
En av de mest förekommande missnöjespunkterna mot secondhandmarknaden idag gäller tillgängligheten. De f/activister som befann sig i mindre städer uttryckte en saknad av välsorterade och intressanta secondhandbutiker i sitt närområde. Här finns en solklar målgrupp och en relativt outnyttjad marknad för företag och verksamheter att ta sig in på. Våga expandera till e-handel och landsbygd.

Var butiken är placerad är såklart också en viktig faktor. Det har på senare år blivit allt vanligare att hitta secondhandbutiker i köpcenter eller integrerat med "vanliga" klädesbutiker. Detta ökar inte bara tillgängligheten utan sänker också tröskeln för dem som i vanliga fall inte söker sig till secondhand.

## Filtrering och funktioner

För att förhindra att konsumenten går in i butiken eller på hemsidan, blir överväldigad och lämnar lika snabbt är det viktigt att erbjuda god överblick. Butiker och e-handeln inom nyproduktion är experter på att guida kunden genom kategorier och val. Den sortens service måste även marknadsplatser för begagnade varor erbjuda. I den fysiska secondhandbutiken är den vanligaste sorteringen idag typ av plagg, trots att det sällan sorteras så i en butik med nyproducerade kläder. Jobba i stället med teman, stilkombinationer och tillfälle. Inte nog med att det ger en bra överblick, utan det hjälper också kunden att bli inspirerad.

När det kommer till secondhand på webben är det viktigt med ett användarvänligt interface och sorteringsfunktioner där besökaren kan filtrera på storlek, färg, stil, tillfälle och varumärke. Schyssta villkor gällande retur och ångerrätt är också en faktor man inte får glömma.



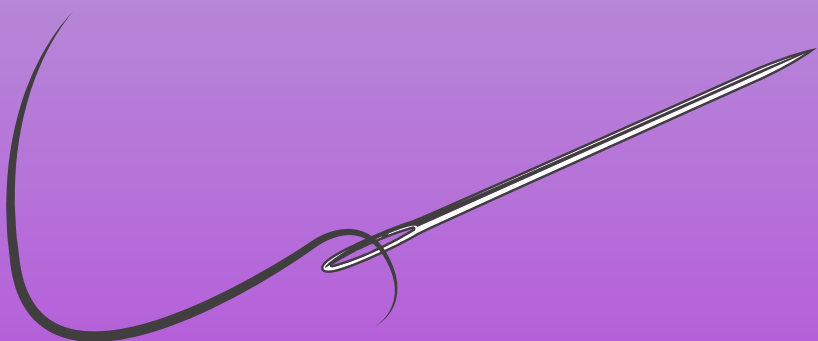
## Skapa en unik profil

Förr var secondhandbutiken en plats där man hittade allt från juicemaskiner till märkesjeans, men nu ser vi ett skifte där marknaden segmenteras mer och mer. Precis som klädesbutiker riktar sig till särskilda kundgrupper är detta en möjlighet även på secondhandmarknaden. Stå ut i mängden genom att rikta in er på en särskild typ av stil eller åldersgrupp. Som existerade företag bör ni cirkulera ert eget varumärke först och främst.

## Utbildad personal

Majoriteten av butiksbiträden i handeln är utbildade inom customer service och styling, och kan därmed erbjuda kunden unik kunskap kring sortimentet. Inte nog med att secondhandpersonal behöver ha samma typ av kompetens, utan under panelsamtalen med f/activisterna kom det fram en önskan att personalen dessutom ska besitta kunskap inom miljöfrågor och textilier. Det är alltså centralt att personalen får rätt kunskap för att lyfta secondhandmarknaden ytterligare.

Science Park Borås tillsammans med Nordiska Textilakademin har lanserat *Re:Skills*, ett kostnadsfritt, digitalt kompetensutvecklingsprogram som riktar sig till både företag och enskilda anställda. *Re:skills* syftar bland annat till att öka kompetensen inom områdena hållbarhet, cirkularitet och digitalisering.



## *F/ACT fortsätter 2022...*

F/ACT Movement har gått från ett regionalt projekt 2019 till en nationell uppskalning under 2020 – 2021. Under det senaste året har upp mot 70 f/activister från sju olika platser i landet engagerat sig som ambassadörer i arbetet för en hållbar modekonsumtion. Projektet bjöd på stilutmaningar, workshops, Remake-tutorials, livesändingar, webinarier och mycket mer. Framför allt har det skapat en massa interaktion och positiva upplevelser på temat *Aktivera Garderoben*.

Under 2022 kommer vi fortsätta skapa engagemang och interaktion genom våra sociala plattformar, men vi vill också bjuda in företag att hjälpa till i normförlyttningen mot en mer cirkulär modekonsumtion. Ett av målen är att konkurrera ut Black Friday 2022 med cirkulära produkter och tjänster. **Är ni med oss?**

F/ACT Movement drivs av Science Park Borås och Göteborgsregionen och finansieras av Västra Götalandsregionen samt med stöd av Naturvårdsverket.

Vi som står bakom F/ACT Movement är:

Adrian Zethraeus, Science Park Borås - Projektledare

Hanna Hellström, Göteborgsregionen - Projektledare

Gudrun Bonér, Karuscha - Projektledare

Julia Engström, Göteborgsregionen - Kommunikatör