

B Ä R B A R

ETT HÅLLBART TYGKASSEKONCEPT

SARA WESSMAN

Examensarbete, Magisterprogrammet i design 120 hp
Högskolan för Design och Konsthantverk / Göteborgs Universitet / 2009-04-29

Degree project, Master programme in design 120 hp
School of Design and Crafts / Göteborg University / 2009-04-29

HDK

S A M M A N D R A G

Bärbar är ett projekt som har sina utgångspunkter i plastkassens miljöpåverkan världen över. Projektet tittar även på människors beteendemönster och vad de egentligen anser sig offra i strävan efter att leva mer miljövänligt. Att vi nu nått den punkt då västvärldens slit- och slängsamhälle måste förändras är ingen nyhet och det börjar uppmärksammas inom allt fler områden.

En plastkasse används idag i genomsnitt cirka 12 minuter och att en av 200 återanvänds endast en gång är inte särskilt hållbart. Det går inte att fortsätta masskonsumera som vi gör idag och ett sätt att förändra detta är att byta ut engångsprodukter mot mer långlivade alternativ.

När kända modeföretag som Yves Saint Laurent började sälja tygkassar har produktens status höjts. Den har blivit en modeaccessoar som idag används inom alla åldrar och klasser i samhället.

Bärbar är ett tygkassekoncept, där uppdateringar och anpassningar av kassen har gjorts, efter hur vi människor lever och använder oss av dem idag. Detta för att få fler människor att välja tygkassar istället för de olika engångsalternativen som finns på marknaden idag.

A B S T R A C T

Portable is a project with its starting point in plastic bags, how they negatively affect our planet and how people's patterns of behavior and qualities of life are affected when people try to live more environmentally friendly. Now we have reached the point when peoples way of living and consuming in the western world has to change. This is nothing new and we can now see that sustainability is starting to get attention in every area.

Today plastic bags are used on average for 12 minutes. Only one out of 200 is reused, and then only once. This is not sustainable at all. It is not possible to mass consume as we do today and one way to change this is to replace the products that are used only once with products that can be reused over and over again.

When famous fashion companies such as Yves Saint Laurent start to sell textile bags, the product achieves a higher status and becomes a fashion accessory that is used by people in all ages and social classes in the society today.

Portable is a textile bag concept which updates and brings the textile bag in line with consumer needs and how we use them today, in order to make more people use textile bags instead of mass consuming plastic bags.

F Ö R Ö R D

Ett examensarbete är en ensam, slingrig och ej hinderfri resa att göra. Men visst har det varit kul också, jag har mött och knytigt nya kontakter samt sett och lärt mig nya saker. Jag har hamnat vid vägshål och återvändsgränder men det har inte känts hopplöst, då många människor har följt mig under resans gång och har delat med sig av sin dyrbara tid och kunskaper, lyssnat, kommenterat, väglett, pushat, stöttat och peppat mig. Jag vill rikta ett stort varmt tack till er alla.

I N N E H Å L L

INLEDNING

INTRODUKTION.....	4
BAKGRUND	5
<i>Plastkassen</i>	5
<i>Plastkassens och dess påverkan på miljön</i>	6
<i>Människogrupperns inställning till miljön</i>	8
<i>Hur olika länder har löst problemet med plastpåsen</i>	9
<i>Pappkassen inte så bra den heller</i>	10
<i>Människan, designern och miljön ur ett kulturanalytiskt perspektiv</i>	10
<i>Människor sparar och återanvänder vissa kassar</i>	11
<i>Tygkassen</i>	12
<i>Varför en tygkasse?</i>	13

IDENTIFIERAT PROBLEM

PROBLEMFORMULERING.....	15
SYFTE OCH MÅL.....	15
<i>Kravspecifikation</i>	16

RESULTAT

KASSENS FORM OCH FUNKTION.....	17
KASSENS STORLEK.....	20
KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER.....	21
<i>Handtagen</i>	21
<i>V-formen</i>	23
<i>Låsningens tre funktioner</i>	24
<i>Ihopvikning</i>	27
RITNING/MÖNSTER KASSEN.....	28
FÄRGVAL.....	32
MATERIALVAL.....	32
BRUKSANVISNING OCH ETIKETT.....	34

DISKUSSION

VIDAREUTVECKLING.....	36
<i>Produktion av kassen</i>	36
<i>Försäljning av kassen</i>	37
<i>Utveckla försäljningsstrategi</i>	37

REFLEKTION

ARBETETS KVALITETER OCH DEN EGNA PROCESSEN.....	38
---	----

REFERENSLISTA

LITTERATUR.....	39
ANNAT MEDIA.....	39

BILAGOR

BESKRIVNING AV MÅLGRUPP.....	1:7
MÄRKNINGAR OCH PRODUCENTANSVAR.....	2:7
SKISSER FORMFRAMTAGNING KASSE.....	3:7
FUNKTIONSTUDIER AV KASSENS FORM.....	4:7
SKISSPROCESS DETALJER.....	5:7
IHOPVIKNINGSTEST.....	6:7
FUNKTIONSTEST AV DETALJERNA.....	7:7

I N L E D N I N G

INTRODUKTION

En viktig del av en produktformgivares jobb är att studera människors vardag för att finna luckor och brister i den. För att sedan utifrån detta formge produkter som förenklar, förbättrar och tillfredställer behov i människors vardag på ett så hållbart sätt som möjligt.

Det här examensarbetet handlar om att försöka finna en lösning på ett miljöproblem som vi människor skapat. Under projektets gång har det visat sig att det till stor del handlar om mänskligt beteende och de värden som står på spel när vi försöker leva miljövänligt. Bekvämlighet, frihet, estetik, tid och ork är sådant människor i grund och botten anser sig offra i ett mer miljövänligt liv.

Studier har visat på att människor upplever miljöfrågan som en lista på saker som borde eller måste göras men många vet inte riktigt hur de ska uppfylla alla dessa krav. Den stora massan av människor har svårt att fokusera på miljön när det väl kommer till uppgiften att leva mer miljövänligt. Däremot lockas de av ting och områden som anses ha status. Många människor skulle kunna bli storkonsumenter av miljövänlighet om det förpackas som grön lyx, det där som ligger nästan precis utom räckhåll, det vi anstränger oss för att nå.

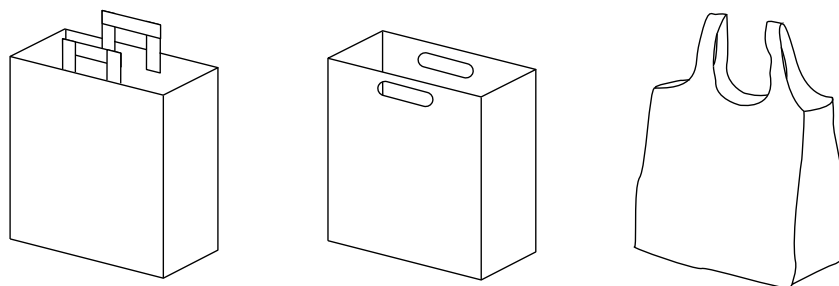
Plastkassen är en av många produkter vi inte reflekterar över i vårt hetsiga konsumtionssamhälle, trots att de används i stora mängder. Delvis kan det bero på att den är så pass inflätad i vår vardag. Så länge produkter inte kostar något eller väldigt lite så tycks de vara näst intill osynliga för konsumenten. Tyvärr är det nog så att de flesta människor inte stannar upp för att reflektera över sina vanebeteenden eller ifrågasätta sina val. Jag hoppas att vi som designers, som jämnt och ständigt analyserar, reflekterar och ifrågasätter saker runt omkring oss, ska kunna ta rollen att påverka människors val och vanor till det bättre.

BAKGRUND

Plastkassen

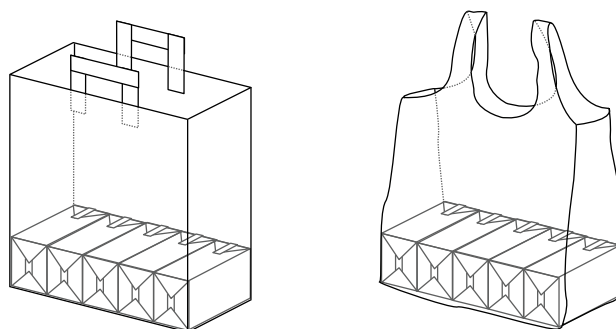
Plastkassen är ett billigt engångsemballage, anpassad för att massproduceras. Den är utformad för att underlättat transport av konsumenters nyinköpta produkter, från butiken till deras slutliga destination. Plastkassen fungerar även som en rörlig reklamartikel för butiken. Plastkassar säljs eller ges bort i alla sorters butiker där det finns varor som går att bära. Kassarnas placering i butiken varierar, vissa butiker har dem bakom kassan där expediten stoppar varorna i kassen, dessa är oftast gratis. När kassarna är placerade bredvid, framför eller i närheten av kassan är det upp till kunden att ta en kasse och packa varorna i den, dessa får man ofta betala några kronor för. I de butiker som kunden själva registrerar sina varor, med hjälp av en dosa under butikvistelsen, finns kassarna även vid entrén i butiken. De nya systemen där kunden själv registrerar och betalar sina varor blir allt vanligare och våra rutiner när vi handlar förändras med det. I de flesta butiker exponeras kassarna väldigt diskret eller inte alls.

De vanligaste formerna på plastkassar som finns i butikerna här i Sverige är de som visas nedanför. Kassarna kan skifta något i bredd, höjd och tjockleken på plast.



Bilden ovan: Olika modeller på kassar

De påsar som finns i matvarubutiker har en funktion som gör det lätt att stapla många varor på varandra. Det har visat sig att alla har en bottenyta motsvarande fem stycken liggande tetrapack på högkant bredvid varandra. Andra butiker anpassar också kassar efter sina produkter till exempel skoaffärerna efter skokartongerna.



Bilden ovan: Anpassning av botten av kassen

BAKGRUND

Plastkassens och dess påverkan på miljön

Miljön och djuren drabbas hårt av vår masskonsumtions vanor och alla de plastföremål vi vårdslöst slänger omkring oss. Plast är ett material som många engångsförpackningar och produkter med kort livslängd är gjorda av och har under årens lopp tappat sitt värde allt mer. Nu följer konsekvenserna av det. Det har skrivits och pratats en hel del i media om den stora mängd plastföremål som slängs i naturen och de skrämmande konsekvenserna som följer. Av allt skräp som hamnar i havet så kommer 80 % från land och av det är 90 % plast. Världshaven och dess djurliv är det som drabbas hårdast. Plastavfall dödar varje år minst 100 000 fåglar, sälar och andra havsdjur. I en död vals mage fann man 800 kg plast. Det finns idag sex gånger mer plastpartiklar än plankton i Stilla Havet.

Källa 1

Soporna som finns i haven har svepts med av vinden och sköljts med av regn, från motorvägar och gator i städer. De följer sedan med vattendrag och floder som mynnar ut i haven där djuren fastnar i eller äter upp plasten. Sköldpaddor är ett exempel som vanligtvis äter maneter, de tar av miste plastpåsar till föda. När plasten bryts ned omvandlas den till små partiklar och plastfragment som sprider sig. Dessa plastfragment uppfattar fiskarna som plankton och tar därför in dem som föda och dör av undernäring.

Källa 3

All plast i Stilla Havet har med undervattenströmmar samlats och bildat två stora plastområden som vardera har en ungefärlig yta motsvarande den amerikanska kontinenten. De består av en bitvis tio meter tjock plastmassa som hålls samman och följer med undervattensströmmarna. Deras ungefärliga läge är mitt emellan Japan och USA. De amerikanska forskarna uppskattar att det rör sig om 100 miljoner ton sopor. Sopbergen upptäcktes av Charles Moore, oceanograf vid Algalitastiftelsen för marinforskning, som under 15 års tid arbetat med att kartlägga fenomenet. En av orsaken till att det tagit tid och kartlägga dem är för att plastmassan ligger strax under vattenytan och inte kan ses på satellitbilder. Fler forskare har stött på liknande plasticsopor i de övriga världshaven.

Källa 2

1 Strömpilen i Umeå (senast uppdaterad 2008-10-11). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25.

Tillgänglig <http://www.strompilen.se/FreeFromPlastic.aspx>

2 Svenska Dagbladet (senast uppdaterad 2008-02-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-03-31.

Tillgänglig http://www.svd.se/nyheter/utrikes/artikel_846969.svd

3 Message in the waves Elektronisk källa, hämtad 2009-03-31

Tillgänglig: <http://www.messageinthewaves.com/facts.php>

BAKGRUND

De tre vanligaste typerna av plastkassar vi använder idag tar det följande tid för naturen att bryta ner: En traditionell plastkasse cirka 400 år, nedbrytningsbar plastkasse 10-20 år och en fullt komposterbar kasse 10-40 dagar.

Man kan tycka att det finns de alternativ av plastkassar som ändå fungerar i vårt dagliga system. I jämförelse med andra länder har Sverige ett ganska välutvecklat och fungerande sopsorterings-system. Förutom att lämna in plastavfall till plaståtervinning så använder många plastkassar till att slänga sopor i och de förbränns då tillsammans med soporna och blir till energi. Men den stora frågan är om vi i framtiden miljömässigt kommer att ha råd med en massa engångsprodukter på grund av den negativa miljöpåverkan och den energi- och materialförbrukning dessa produkter för med sig. Det känns inte rimligt att man idag som vuxen svensk använder cirka 300 plastkassar per år, var av varje plastkasse används i genomsnitt i 12 minuter och endast en av 200 plastkassar återanvänds en gång.

Ett exempel som visar på att de stora mängder plastkassar som idag används inte alltid är befogade var när Systembolaget ändrade från gratis kassar till 1 krona per påse för några år sedan. Då sjönk mängden plastkassar som lämnade butikerna med 46 procent på ett år.

Plastkassen är ett fenomen som på senare tid uppmärksammats allt mer över hela världen. Nedanför följer Danny Kennedy, Greenpeace kampanjchefs, uttalande om hur han ser på plastkassen och fokusen på denna:

“I see the case of reusable bags as fairly superficial, but also very useful. The best thing about the plastic bag campaign is that people recognized the ecological world view; that everything is linked. It’s also very empowering that so many people have engaged, and so quickly. If that’s people’s first entry point into taking action, then it’s fantastic. Their first taste is a win. But governments can’t think that’s the only thing.”

Källa 4

Källa 5

4 Strömpilen i Umeå (senast uppdaterad 2008-10-11). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25.

Tillgänglig <http://www.strompilen.se/FreeFromPlastic.aspx>

5 Modbury South Devon. Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25

Tillgänglig <http://www.plasticbagfree.com/howto.php>

BAKGRUND

Människogrupperns inställning till miljön

En studie gjord av Ida Hults och företaget Trendethnography med inriktning på konsumentantropologi visar tydligt att man idag ska tycka att miljön är viktig på samma sätt som man ska tycka att det är viktigt med mångfald och jämställdhet. Men praktiken säger något annat. De har identifierat fyra tydliga vardagsstrategier för att urskulda miljöpåverkan. Dessa strategier har fått följande rubriker: "Jag vill men hinner eller orkar inte", "Jag vill men det är någon annans ansvar", "Jag vill men det blir fel ändå" och "Jag gör faktiskt vissa saker". Ingen i deras studier har vågat att rakt upp och ner medge att de inte bryr sig om miljön eller erkänt sin totala okunskap. Däremot står det klart att trots all uppmärksamhet vet endast varannan av deras informanter vad hållbar utveckling är.

Strategin: "Jag vill men hinner inte eller orkar inte", kan exemplifieras av Tina, 37-årig tvåbarnsmor som bor på landet. Hon anser sig och familjen vara mycket medvetna konsumenter. De odlar en hel del själva, har restaurerat sin gård i gammal stil och försöker leva i samklang med naturen. Men trots två år av reovering har det ännu inte blivit någon kompost. Det finns inga snygga modeller att köpa, utan de måste byggas och då menar Tina att det finns andra mer lustfyllda projekt.

Inom gruppen: "Jag vill men det är någon annans ansvar", återfinns man främst en riktigt ung målgrupp. De använder ansvarsfrågan som ursäkt. Här representeras de av Sandras röst som menar att finns det billiga och miljöfarliga varor i butiken så antar jag att jag ändå handlar dem. Jag tycker att företagen ska ta ansvar. Jag orkar inte sätta mig in i allt själv. Det räknar jag faktiskt med att de gör.

En stor grupp konsumenter använder sin kunskap som en ursäkt för att inte agera och menar att: "Det spelar ingen roll om jag källsorterar för allt hamnar ändå i samma bil", "Jag hörde att det var ännu farligare med lågenergilampor eftersom dom tydligen innehåller tungmetaller". Till denna strategi hör diskussioner av typen: "Hur ska man kunna veta vilka märkningar som gäller?", "Är Fair-trade bättre än Rättvisemärkt?" Man upplever miljöfrågan som en lista på saker man borde eller måste göra men vet inte riktigt hur man ska uppfylla alla krav.

Den största gruppen av människor tillhör: "Jag gör faktiskt". Det finns ingenstans det pratas så mycket återvunna mjölkpaket och lågenergilampor som hos suv-återförsäljare. "Jag kör bil men sopsorterar", "Som du ser sopsorterar vi inte men vi har lågenergilampor".

Källa 6

BAKGRUND

Hur olika länder har löst problemet med plastpåsen

I fyrtio år har vi burit hem maten i en väldigt användbar miljöförstörare. Man kan tycka att plastkassar är ett av de mindre av alla de problem som världen har att lösa. Men faktum är att det används en miljon plastkassar – varje minut i världen.

Den 1 juni 2008 blev det förbjudet för kinesiska handlare att ge bort plastkassar till kunderna. Numera måste handlarna ta betalt för dem och de tunnaste plastkassarna har förbjudits helt. Redan för sju år sedan införde Irland en skatt på motsvarande 1,50 kronor per kasse detta gjorde att förbrukningen direkt sjönk med 90 procent. I Uganda, Kenya och på Zanzibar är tunna plastkassar förbjudna. I Sydafrika kallas kassarna ”nationalblomma”, eftersom de hänger i träden, ligger på gatorna samt dekorerar staketet. Den som tillhandahåller tunna plastkassar hotas av tio års fängelse eller 88 000 kronor i böter. I Bangladesh är plastkassar totalförbjudna sedan 2002 eftersom de ansågs ligga bakom flera stora översvämningar då slängda kassar proppade igen avloppen. Efter detta får den som visar sig med en förbjuden påse böta. I Indiska delstaten Himachal Pradesh är det till och med förbjudet att spara gamla plastkassar. Om man bryter mot förbudet följer 15 000 kronor i böter eller sju års fängelse vilket är maxstraffet. Vidare i huvudstaden Delhi är lyxhotellen, sjukhusen och de stora restaurangerna tvungna att använda sig av biologiskt nedbrytbara kassar. I Storbritannien ger livsmedelskedjan Tesco extrapoäng på kundkortet för varje plastkasse man tackar nej till. Nästa år förbjuds plastkassar som inte bryter ner sig själva i 33 stadsdelar i London.

Källa 7

Den första staden i Europa att förbjuda plastkassar var Modbury i sydvästra England.

Källa 8

I San Francisco, USA har plastkassar förbjudits på stormarknader och i Los Angeles kommer kassar av plast vara borta från butikerna från och med den 1 juli 2010.

Källa 9

Köpcentrat Strömpilen i Umeå, norra Sverige, har slutat med polyetenplastkassar och uppmantrar sina kunder att använda återanvändningsbara kassar när de handlar. Samtliga butiker deltar med undantaget livsmedelsbutiken. Som ett komplement kommer det finnas miljöcertifierade papperskassar att köpa. I projektet medverkar Umeå Universitetet med tvärvetenskaplig forskning och Umeå Kommun där stadsledningskontorets miljöstrateg är engagerad. Antalet kunder som har egen medhavd kasse och eller väska ökar konstant. För många har det blivit samma rutin att ta med sig tygkassen som nycklarna när man går hemifrån, berättar de på Strömpilen och vill nu uppmantra kolleger i hela Sverige att följa deras exempel.

Källa 10

7 Aftonbladet, L. Mellin (senast uppdaterad 2008-01-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-26
Tillgänglig <http://www.aftonbladet.se/klimathotet/article1598746.ab#page1>

8 Modbury South Devon. Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25
Tillgänglig <http://www.plasticbagfree.com>

9 Dagens Nyheter (senast uppdaterad 2008-07-24). Elektronisk källa, hämtad 2009-03-21
Tillgänglig <http://www.dn.se/opinion/den-onda-plasten-1.643040>

10 Strömpilen i Umeå (senast uppdaterad 2008-10-11). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25.
Tillgänglig <http://www.strompilen.se/FreeFromPlastic.aspx>

BAKGRUND

Pappkassen inte så bra den heller

I Tyskland gjordes nyligen en omfattande undersökning, på beställning av deras miljödepartement. Undersökningen innefattade en studie i vilken 50 000 papperskassar jämfördes med samma antal plastkassar. Resultaten visade att pappkassarna under sin livscykel har större miljöpåverkan än plastkassarna så som högre miljörelaterad stress i luften, större mängd avfallsvatten, energiåtgång och materialåtgång. Papperskassens dimension och vikt är även större än plastkassens vilket påverkar antalet transporter och den medföljande bränsleåtgången negativt. Med andra ord är engångskassar, oavsett om de är i plast eller papper, inte ett alternativ att fortsätta använda i framtiden.

Källa 11

Människan, designern och miljön
ur ett kulturanalytiskt perspektiv

Miljödebatten idag handlar om den dagliga konsumtionens miljöeffekt och kravet på förändrad livsstil, vilket gör de två till överlappande kunskapsområden. Ofta används begreppet hållbar utveckling endast för att beskriva saker ur ett ekologiskt perspektiv trots att begreppet innefattar även social och ekonomisk hållbarhet.

För att snabbstarta en förändringsprocess med långsiktiga lösningar krävs ökade kunskaper om beteenden och livsstilar samt om mindre skadliga handlingar. Detta ökar möjligheten att begränsa klimatpåverkan. Formgivare har möjligheten att hjälpa utvecklingen på traven genom att i arbetet utgå ifrån människors vardag och utveckla produkter som det finns ett behov av, istället för att skapa onödiga ting bara för att möjligheten finns.

Konsumtionen är inte medfödd utan lärs in – den är ett kunskapskapital varje generation erövrar utifrån sin tids förutsättningar. Så bara för att människor idag använder plast- och papperskassar när de handlar innebär detta inte att framtida generationer kommer att göra det.

Människors uppfattningar av vardagliga behov respektive vilka lustfyllda upplevelser man kan och bör unna sig är socialt och kulturellt definierade. På mikronivå handlar det om behovet av bekvämlighet och rörlighet, av integritet, skydd, värme, det vackra och det goda. Som formgivare gäller det att förstå vilka värden det är som står på spel och hur man ska synliggöra effekten av att förändra våra handlingsmönster till det bättre. När människan idag uppmanas leva miljövänligt ser man det inte i första hand ur ett miljöperspektiv, utan ett stort fokus hamnar på de livskvaliteter som påverkas. Exempel på dessa är bekvämlighet, frihet, estetik, tid och ork.

Källa 12

11 *Comparison of Environmental Compatibility of Paper and Polyethylene Merchandise Bags encouraging the use of.* Dr. Wolfgang Plehan. Elektronisk källa, hämtad 2009-03-28 Tillgänglig http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-7237368/Bag-ban-is-misguided-solution.html#readmore

12 *Energi – Hur design kan göra skillnad*, K. Sylwan och J. Stål. (2008) Förlag Camino Göteborg ISBN 978-91-633-3208-1

BAKGRUND

Människor upplever miljöfrågan som en lista på saker som borde eller måste göras men många vet inte riktigt hur de ska uppfylla alla dessa krav. Att man ska tycka att miljön är viktig på samma sätt som man ska tycka att det är viktigt med mångfald och jämställdhet anses ganska så självklart idag. Men i praktiken handlar människor på helt andra sätt. Den stora massan av människor har svårt att fokusera på miljön när det väl kommer till uppgiften att leva upp till de ovan nämnda förväntningarna. Däremot lockas de av ting och områden som anses ha status. Många kan bli storkonsumenter av miljövänlighet om det förpackas som grön lyx, det där som ligger nästan precis utom räckhåll, det vi anstränger oss för att nå.

Därför måste den hållbara utvecklingen omfatta också välbefinnande och lyx. Det är det människor vill ha och agerar för att få. För detta krävs hållbar design som baserar sig på människors liv. För att människor ska agera i sin vardag krävs enkelhet, tillgänglighet, effektivitet och tydlighet. Ska konsumenten ändra sig och lägga tid och engagemang på hållbarhet måste hon få något omedelbart i utbyte. Frågan om hållbar utveckling har precis som andra frågor ett användarperspektiv. Vem är kunden och hur underlättar vi för henne eller honom? Vi måste förenkla det hållbara för människorna och nå in i människors vardag utan att skriva dem på näsan.

Källa 13

Människor sparar och återanvänder vissa kassar

Efter att plastkassans huvudsakliga funktion har utförts så används de till en mängd andra saker. Många kassar används för att slänga sopor i, men även för att bära matlådan till jobbet, våta badkläderna, barnens extrakläder till dagis, träningskläderna till gymnastiken, läxböckerna till skolan, stickningen till syjuntan och kläderna till och från tvättstugan. Men plastkassen har olika värden för människor beroende på i vilken sorts plast den är gjord, vilket företag den representerar samt dess estetiska utseende så som färg och form.

Av den stora mängd kassar som finns idag är det ett fåtal som har ett högre värde än alla andra trots att de är gjorda i samma material. Dessa kassar har ett estetiskt utseende som tilltalar konsumenten och framförallt kommer de från företag som personen gillar och gärna blir förknippad med, oftast modeföretag. Dessa kassar blir identitetsbärare som skickar ut signaler till omvärlden att personen i fråga är en viss sorts person i och med att hon handlar av det märket, är medveten, har koll och god smak. Dessa val av kassar görs på samma sätt som när människor väljer sina kläder, för att förtydliga vem de är, sin identitet och samhörighet till en viss grupp av människor i samhället. Människor sorterar upp sina kassar i två grupper, de estetiskt tilltalade återanvänds och de andra blir till soppåsar eller slängs direkt.

BAKGRUND

Tygkassen

Tygkassen har tidigare förknippats med äldre damer inom kulturen men har under de senare åren transformerats till att bli trendriktig. Från början användes tygkassen framförallt till att bära tunga böcker utan att skada dem.

Matvarukedjan Coop var tidigt ute med att sälja tygkassen. Den första tygkassen var gjord i brun juteväv och kom i slutet av 60-början av 70-talet. Kassarna tillverkades i Afrikanska byar och såldes för att stödja dessa. I detta fall hade kassarna inget med miljömedvetenhet att göra. På 80-talet kom Coops första tygkasse som var i stil med plastkassen och kunde ersätta den. De var gjorda i kraftig oblekt bomullskanvas med rejåla handtag. Dessa används mest av miljövänner och i första hand till matinköp.

I slutet av 90-talet (1998) öppnade modebutiken Boutique Sportif i Stockholm och Jonas Wiehager designer och entreprenör skapar då den första trendiga tygkassen i Sverige. Ursprungstanken var att erbjuda sina kunder något extra och mer långvarit än en plastkasse. Kassen blev fort väldigt populär och de blev tvungna att sätta pris på den då människor kom endast för att köpa kassen som en produkt i sig. I och med detta börjar en ny grupp människor i samhället intressera sig av tygkassen och började då köpa dem för att de var trendiga inte för att de var miljövänliga.

Tygkassen har som sagt funnits ganska länge inom shoppingkulturen men det är under de fem senaste åren som den har fått sitt uppsving. Nu använder sig exklusiva modeföretag som Yves Saint Laurent (YSL) dem som en del av sin marknadsföring. Detta genom att dela ut ett begränsat antal kassar gratis vid ett enda tillfälle under modeveckan i New York 2008. Efter detta finns nu kassarna även med i kollektionen.

Bokförläggaren och översättaren Stefan Ingvarsson samlar på tygkassar och berättar om de tre olika grupper av tygkassar som existerar på marknaden idag. Ekotygkassen används av människor som handlar mat på ett ekologiskt sätt och väljer att byta ut plastkassarna mot återanvändningsbara slitstark, och ordentliga tygkassar. Kulturtygkassen kommer från bokhandlare och bibliotek och används främst av läsare för att bära böcker och är även den en slitstark och ordentlig kasse. Modetygkassen har kommit till för att det är lätt att trycka mönster, text och logotyper på kassen men är ofta i allt för sladdriga och tunna material och går därför lätt sönder.

Tygkassen finns idag inom alla generationer och samhällsklasser. Den har nästan blivit som ett klädesplagg som ska representera en del av bärarens personlighet och eller identitet.

Källa 14

BAKGRUND

Varför en tygkasse?

Många svenska handlare vill nu kunna erbjuda miljövänligare alternativ till den gamla sortens plastkassar i sina butiker. Vid Chalmers i Göteborg forskas det på plast för ett uthålligt samhälle. Med hjälp av så kallade livscykelanalyser räknar man på miljöeffekterna, hela vägen från råvara, via tillverkning och omvändning till återvinning.

Forskare har gjort en topplista över vilka kassar som är skonammast för miljön. Det bästa alternativet finns ännu inte ute på marknaden, men ska tillverkas av så kallad grön polyeten. Det är plast som tillverkas av förnyelsebara råvaror, framförallt sockerrör. Tillverkningen av denna plast minskar utsläppen av koldioxid med 70-75 procent. På delad andra plats kommer en kasse tillverkad av majs och, ganska överraskande, den vanliga plastkassen av polyeten. Först på tredje plats finner vi den nylanserade "miljökassen" gjord av en sorts bionedbrytbar plast som går att kompostera. På jumboplatsen finns faktiskt den vanliga papperskassen. Den slukar nämligen mängder av energi vid tillverkningen. Gemensamt för alla dessa olika typer av kassar är att de är skonammast mot miljön om de till sist bränns. Annars förvandlar man brännbar olja till kompost och det är ingen miljövinst, menar forskarna på Chalmers. Allra bäst är förstås att inte använda någon kasse alls när man handlar, eller att återanvända en gammal kasse, helst flera gånger. Den hederliga tygkassen då? Den anses vara ett bra alternativ om man återanvänder den mycket och under en lång tid, då den kräver stora mängder energi vid produktion. Det är svårt att jämföra tygkassen mot de i plast och papper eftersom de flesta undersökningarna först och främst görs mellan olika engångsalternativ vilket tygkassen inte är.

Källa 15

Vad är egentligen ett bra alternativ till engångskassarna? I största allmänhet skulle man kunna säga att alla varianter som går att använda om och om igen under en lång tid är ett bra alternativ eftersom de spar på energi och materialåtgång. Är kassen gjord av ett naturmaterial så kommer den fortare att kunna återgå tillbaka in i naturens kretslopp jämfört med om det framställs på kemisk väg.

Det finns en mängd nya biologiska lovande material på marknaden idag men eftersom de inte funnits så länge finns väldigt lite information om dem, få undersökningar har gjorts, få rapporter och artiklar har skrivits. Man vet ännu inte vilka oväntade effekter materialet kan komma att ha på miljön eller hur odling och produktion går till och eventuella skador som de kan föra med sig. Då kan det vara säkrare att välja ett material så som bomull. Detta material har funnits under fler decennium, därav finns både kunskap och medvetenhet om de tänkbara skador det kan ha på miljön.

Källa 16

15 Sveriges Television (senast uppdaterad 2008-01-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-26.
Tillgänglig <http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=22620&a=1008543>

16 Modbury South Devon. Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25
Tillgänglig <http://www.plasticbagfree.com/baginfo.php>

BAKGRUND

Väljs en textil av naturmaterial så måste man vara uppmärksam på hur materialet odlats, skördats och producerats. Detta är viktigt så att inte giftiga besprutningsmedel används, att den befintliga vegetationen inte rubbas eller skövlas och att det inte sker luft- och vattenföroreningar. Man bör veta hur stor energiåtgången är och under vilka omständigheter de anställda arbetar.

I de fall man väljer ett oblekt, organiskt och rättvisemärkt bomull så är det enligt World Wild Foundation ett av de bättre alternativen som finns på marknaden idag. Mer än 90 procent av all organisk bomull konstbevattnas inte och i 70 procent av fallen drivs odlingarna utan konstgödsel eller gifter. De anställda garanteras även en skälig ersättning och social trygghet i sitt arbete.

Oavsett vilket material eller vilken produkt man väljer idag så kommer det ha en viss miljöpåverkan. För att möjliggöra en produktion krävs ändå en viss mängd energi och resurser vilket medför att en viss mängd förorening kommer att ske. Det bästa är därför att använda så få långvariga material och produkter som möjligt och att lämna dem för återvinning när dessa inte längre är brukbara.

Källa 17

IDENTIFIERING PROBLEM

PROBLEMFORMULERING

Människans sätt att leva och konsumera har en negativ miljöpåverkan på vår planet. Trenden att människor över hela världen eftersträvar västvärldens slit- och slängsamhälle har förödande konsekvenser och är i längden ohållbart.

Plastkassen är en liten, tillsynes oansenlig produkt som dock finns i enorma mängder. Det är ett emballage som människan dagligen på ett eller annat sätt är i kontakt med och det är därför viktigt att belysa detta. Plastkassen är en vardagsprodukt som används så ofta att den blivit osynlig för många människor och har ett lågt värde eftersom den kostar väldigt lite eller inget alls. På grund av plastkassens negativa miljöpåverkan har den redan idag förbjudits i vissa delar av världen, förbud som kan komma att bli verklighet även i Sverige. Då kommer en ny produkt att behövas som kan ersätta plastkassen. Det finns redan mer miljövänliga alternativ på marknaden men trots detta dominerar engångskassarna. Människor väljer med andra ord att konsumera kvantitet istället för kvalitet.

Hur fångar man människors uppmärksamhet och får dem att bryta en vana och övergå till ett återanvändningsbart alternativ?

Hur bör kassen se ut och vilka funktioner bör den ha för att vara så smidig, praktisk och enkel att använda som möjligt?

Hur bör produktionen och formen på kassen se ut för att de ska vara så miljö- och produktionseffektiva som möjligt?

SYFTE OCH MÅL

Syftet är att skapa en produkt som kan fånga människors uppmärksamhet och få upp deras ögon för de återanvändningsbara alternativen. Detta för att de ska tänka om och välja bort engångskassen till fördel för återanvändningsbara kassar. Vidare är syftet att produkten skall kunna produceras miljö- och kostnadseffektivt.

Målet för detta arbete är att presentera ett tygkassekoncept samt en konceptidé om var de skulle kunna säljas och på vilket sätt. Den ska kännas exklusivare och vara något som människor ska vilja använda ofta och inte bara till matinköp.

IDENTIFIERING PROBLEM

KRAVSPECIFIKATION KASSEN

Funktionellt:

- * En öppning som gör det lätt att packa i och ur.
- * Går att fästa i vagnen i butiken för att underlätta packning.
- * En form som gör den följsam när man går.
- * Handtag som möjliggör varierat bärande (hand, armveck, axel).
- * Smidig att förvara när den inte används och inte ta stor plats.
- * Anpassa botten efter nya betalningssystemers utrymme för kassar.
- * Anpassad botten efter liggande tetraförpackningar för stabil packning av varor.
- * Bottenyta som håller ut kassens form och underlättar packning.

Semantiskt:

- * Ha tecknet av en kasse i formen.
- * Ha lättförståliga funktioner.
- * Var lättförstålig i hur man förpackar den när den inte används.
- * Förpacka kassen enkelt och lättförståligt.

Estetiskt:

- * Enkel form som möjliggöra estetiska tillägg.
- * Lägga vikt vid detaljer.
- * Gå att trycka illustration, logga och mönster på dem.
- * Försöka hålla den så pass könsneutral som möjligt i formen.
- * I färgval vara tålig mot smuts.

Praktiskt:

- * Kunna tvättas/rengöras.
- * Klara tunga matvaror och att användas ofta och länge.
- * Tillverkas av så få beståndsdelar som möjligt.
- * Så lite materialåtgång samt antal sömmar som möjligt.
- * Vara i ett slitstark material.
- * Vara i ett material som går att laga.
- * Vara i ett så miljövänligt material som möjligt.
- * Färgning och/eller tryck ska vara så miljövänligt som möjligt.
- * Titta på tänkbara butiker att sälja kassen i.
- * Titta på tänkbara producenter för kassen.

R E S U L T A T

FYRA MODELLER



Bilden åvan: Visar de fyra modeller av tygkassen Bärbar

R E S U L T A T

FYRA MODELLER



Bilden åvan: Visar de fyra modellerna av tygkassen Bärbar i olika lägen.

R E S U L T A T

KASSENS FORM OCH FUNKTION

Tygkassekonceptet har fått det fiktiva namnet Bärbar som står för kassens grundvärden: att människor på ett behagligt och enkelt sätt ska kunna bära varor, lätt kunna packa i och ur dem samt enkelt kunna bäras med även när den inte används. Namnet Bärbar syftar även till att den ska vara estetiskt tilltalande att bära, på samma sätt som ett klädesplagg. Bärbar är en exklusivare kasse för långvarigt bruk som erbjuder funktionella detaljer som andra kassar inte gör. Den riktar sig till de personer som är medvetna och vill ha en estetiskt enkel kasse att använda vid inhandling av diverse varor samt för att lätt packa och bära med sig saker i vardagen. Dessa människor handlar hellre kvalitet än kvantitet. Kassen Bärbar har inga extrema tryck eller budskap utan dess formspråk bygger på kvalitet, estetisk enkelhet och funktionella detaljer.

Kassen har fått en stor och öppen form utan en massa fack, för att vara tecknet av en kasse trogen, då det är mycket i enkelheten av formen som gör den så användbar och för att extra fack komplicerar formen, gör produktionen mer avancerad och gör den formmässigt till något annat än en kasse. Tanken på speciella fack för frukt och grönt har slagit mig eftersom dessa tunna plastemballage också är ett problem. Men då frukt och grönt ibland är smutsigt eller går sönder under transporten, så är det bättre med tunna separata återanvändningsbara påsar i stället för att integrera fack i kassen. Behöver då endast tvätta den lila påsen som blivit smutsig i stället för hela kassen. Det är även en hel del frukt och grönt som måste vägas för prissättning, vilket kompliceras om frukt- och grönsaksfacken är integrerade i kassens form. Men däremot är det möjligt att förvara några tunna återanvändningsbara fruktpåsar i kassen när den är ihoprullad (se skisser formframtagning bilaga 3:7).

Kassarnas detaljer är först och främst funktionella detaljer för brukaren men ska även vara estetiskt tilltalande för betraktaren. De ska få kassen att kännas exklusivare. Mer om de olika detaljerna och deras funktion hittar du längre bak i rapporten.

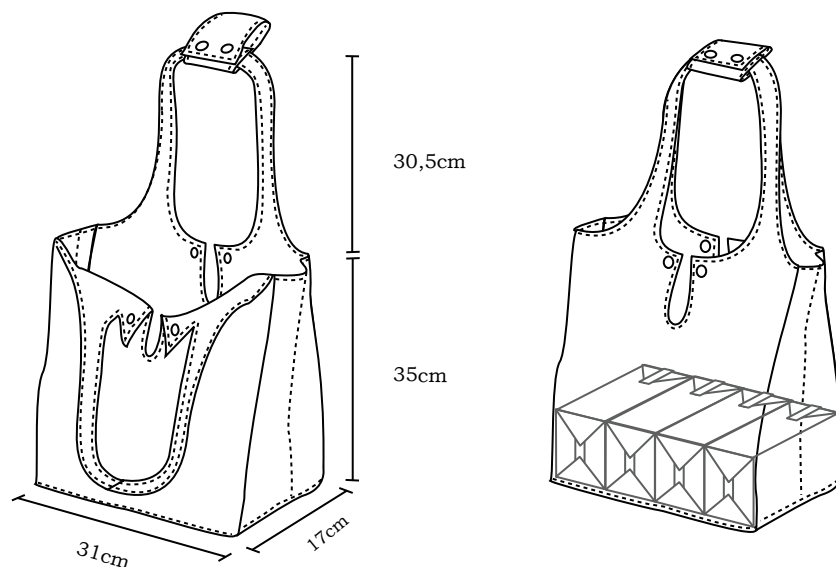
R E S U L T A T

KASSENS STORLEK

Kassen är anpassad efter de nya självbetalningssystemen. Utrymmet där man idag placerar kassen vid packning av varor, är mindre än standardmåttan på dagens matkassar. Därför har kassen fått en botten som stämmer överens med packningsytan. Ett annat viktigt skäl till bestämmandet av det exakta bottenmättet på kassen, har varit måtten på Tetraförpackningen och antalet man kan placera liggandes på högkant bredvid varandra. Anledningen till detta är att nästan alla nuvarande matkassars bottenmått stämmer överens med exakt fem stycken Tetraförpackningar, det kan knappast vara en slump. Tetraförpackningarna är några av de tyngsta basvarorna vi köper och det gör dess placering längst ner i kassen självklar. Detta för att de inte ska skada andra varor med sin vikt, samt förenkla stapling av dem på varandra. Med måtten 17x28 centimeter rymmer kassen fyra tetraförpackningar. Bottenplattan har fått två extra parallella sömmar för att skapa en bottenform med så små medel som möjligt. Genom att markera botten med sömmar håller dessa ut kassens form och gör det enklare att stoppa i och ur varor.

Höjden på kassen har fastställts tillsammans med handtagens längd. Detta på grund av att kassen inte ska släpa i backen när man bär den i handen och att öppningen ska vara så pass stor att den lätt går att trä upp över armen och hänga på axeln. För att komma fram till detta har studier gjorts av mått på befintliga kassar och väskor med liknande storlek och form.

I utformningen av kassen har det tagits hänsyn till att försöka använda så lite material och sömnad som möjligt. För att hålla materialåtgången så låg det går samt försöka ha få moment för produktionen. Det har även satts krav på de detaljer som tillförts i kassen, då målet har varit att kunna tillverka dessa av de restbitar som blir över när grundformen till kassen klippts ut ur textilens (se ritning på sida 25).



Bilden ovan: Visar tygkassens stora mått.

R E S U L T A T

KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER

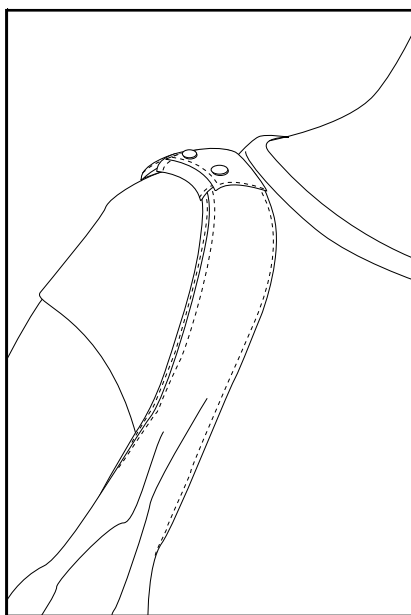
Handtagen

Som det nämndes på föregående sida har beslutet om höjden på kassen tagits tillsammans med handtagens längd, för att kunna möjliggöra olika sätt att bära kassen på. Tygkassens handtag är anpassat så att det går att bära den både i handen, armvecket och på axeln.

Handtagens placering och riktning har bestämts utefter studier på hur kassens avlånga form samstämmer eller motarbetar människokroppen och dess gångförelse. Resultatet visade att det bästa alternativet för att både kunna bära kassen i handen, armvecket och på axeln är att handtagen placeras ett på vardera långsida på kassen (läs mer i bilaga 4:7).

För att få handtagen på kassen att inte skära in i exempelvis handen, när det ska bäras tunga varor, så har handtagen fått en bredd på 5cm samt att tyget är dubbelt där man bär kassen. Detta tack vare låsfunktionen som är placerad högst upp på handtagen.

De fyra slutliga modellerna har fått olika tyger och knappar på låsningen av handtagen. Detta för att visa på hur man med små medel kan förändra uttrycket på kassen för att attrahera olika personer eller butiker.



Bilden ovan: Visar handtagens sömnad.

R E S U L T A T

KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER

Handtagen



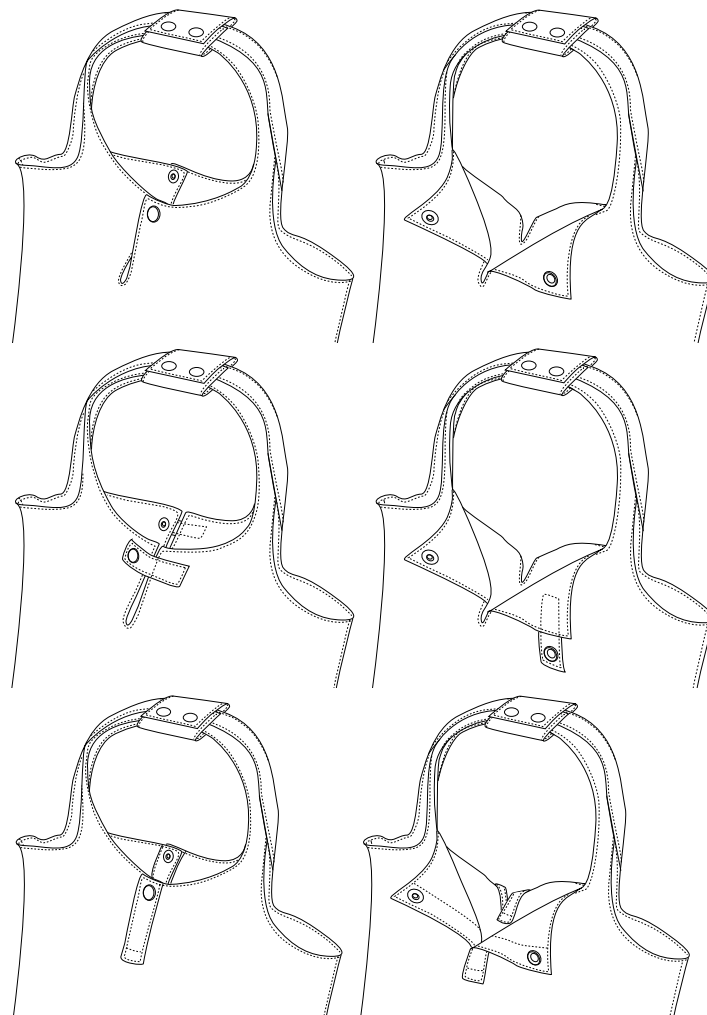
Bilden åvan: Visar två varianter av tygkassen Bärbar

R E S U L T A T

KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER

V-formen

V-formerna som är placerade mitt emellan fästena på de två handtagen möjliggör att deras öppning kan bli något större om man vill. Kanske bär personen ifråga tjocka vinterkläder eller är helt enkelt välbyggd. Det finns även en knäppning placerad på vardera sidan av v-formen som gör att den går att stänga och öppna. Har man den knäppt så går det att packa lite högre i kassen. För att förstärka v-formen är en extra bit textil fastsydd på insidan. Textilen kan varieras i olika färg, struktur och mönster för att ge kassen olika uttryck. Det kan exempelvis vara så att företaget ifråga vill ha en specifik färg på textilen som är knutet till deras varumärke. De tre olika sätten att ha v-formen på ger möjlighet att variera utseendet, antingen låta knäppningen vara synlig eller öppna och vika ut flikarna så att textilen på insidan syns. Även knappen är en detalj som kan varieras för att ge olika uttryck. Den textil som sys på insidan av kassen är inte så stora och skulle därför kunna vara spillbitar tagna från tygindustrin. Detta för att kassen ska få en färg eller mönsterdetalj, samtidigt som överblivna tygbitar tas tillvara på.



Bilden ovan: Visar v-formen och knäppe samt hur de kan varieras.

R E S U L T A T

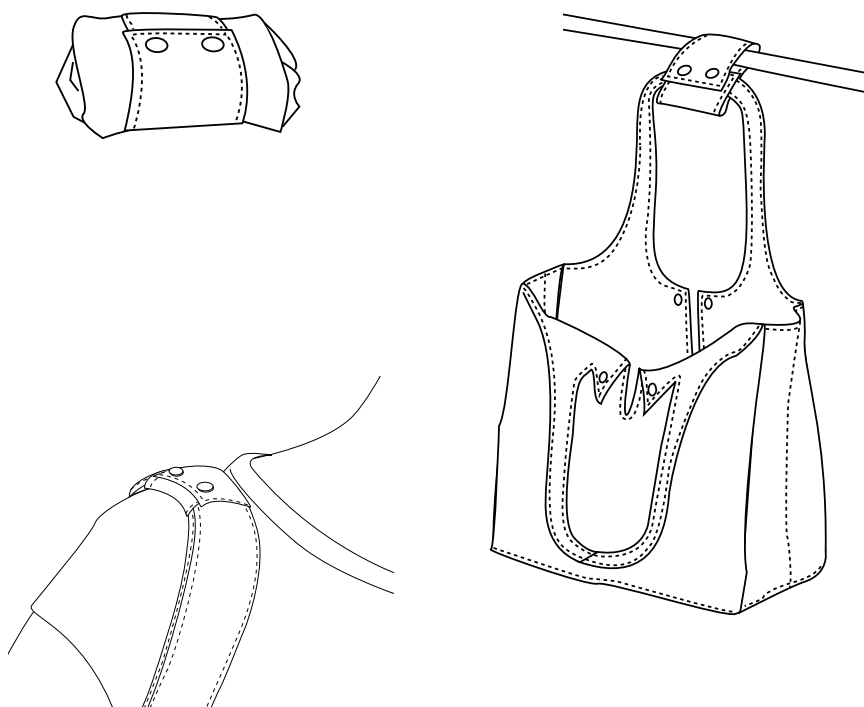
KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER

Låsningens tre funktioner

På det ena handtaget finns en avlång tygremsa med låsfunktion fastsydd, för att kunna fästa de båda ändarna i varandra. Denna detalj har tre olika funktioner med låsningen. Den första är när kassen är ihoprullad, för att kunna låsa fast den i det läget (se vikning sida 24). För att underlätta förvaringen och göra kassen smidig att ha med sig under dagen utan att ta allt för stor plats.

Den andra funktionen är att kunna fästa kassens ena handtag på insidan av matvagnen när man handlar för att underlätta packningen av varorna. Denna funktion är utformad för de butiker där kunden själv registrerar sina varor med hjälp av en dosa.

Den tredje funktionen är att låsa samman de båda handtagen i varandra när kassen ska bäras på axeln, då det ena handtaget annars har en förmåga att inte stanna kvar på axeln. Detta problem uppstår eftersom axeln är sluttande medan handtagen är parallella. Det handtaget som är innerst tar då all vikt mot axeln medan det yttre glider av, då den inte ligger emot utan strax ovanför.



Bilden ovan: Visar låsningens tre användningsområden

R E S U L T A T

KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER



Bilden åvan: Visar två fyllda tygkassar och en som är hopvikt.

R E S U L T A T

KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER



Bilden åvan: Visar några av kassarnas olika detaljer.

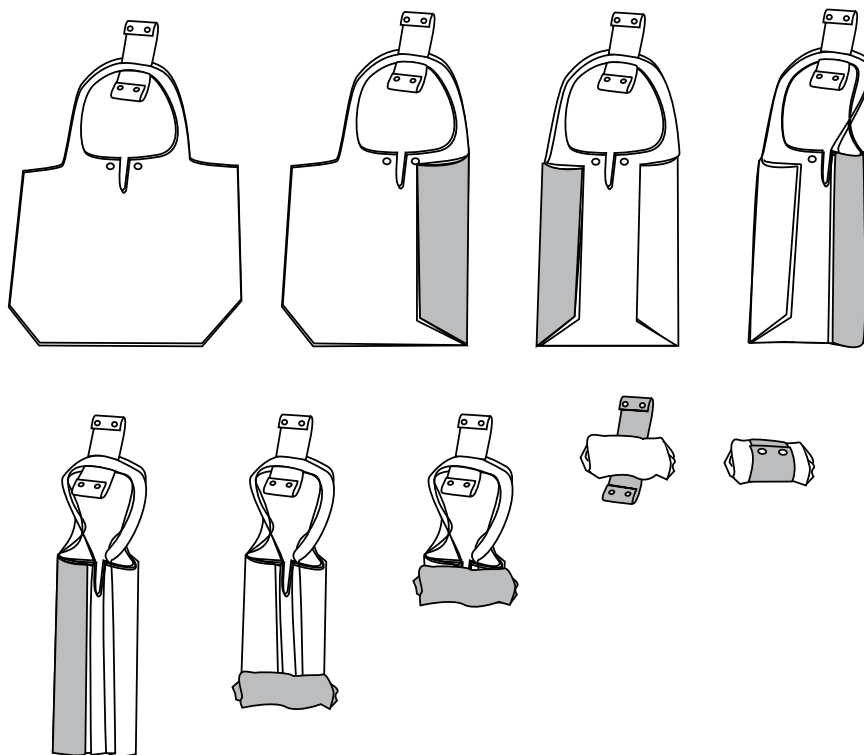
R E S U L T A T

KASSENS FUNKTIONELLA DETALJER

Ihopvikning

Efter att ha gjort olika tester på hur man kan lösa förvaringen av kassen när den inte används, så har den enklaste varianten visat sig vara en kombination av vikning och rullning av kassen. Detta för att få den att bli så liten som möjligt utan att den blir alldeles skrynklig när den vecklas ut igen för att användas (se förvaringstest i bilaga 6:7).

Först gör man kassen platt och viker sedan in den ena långsidan två gånger och sedan görs det samma med den andra långsidan. Därefter rullas den, med start från botten av kassen och upp till handtaget. För att den ska stanna i ihoprullat läge finns en låsningsfunktion på det ena handtaget som fästs runt kassen (Finns även beskrivet på föregående sida).



Bilden ovan: Visar hur man viker ihop kassen

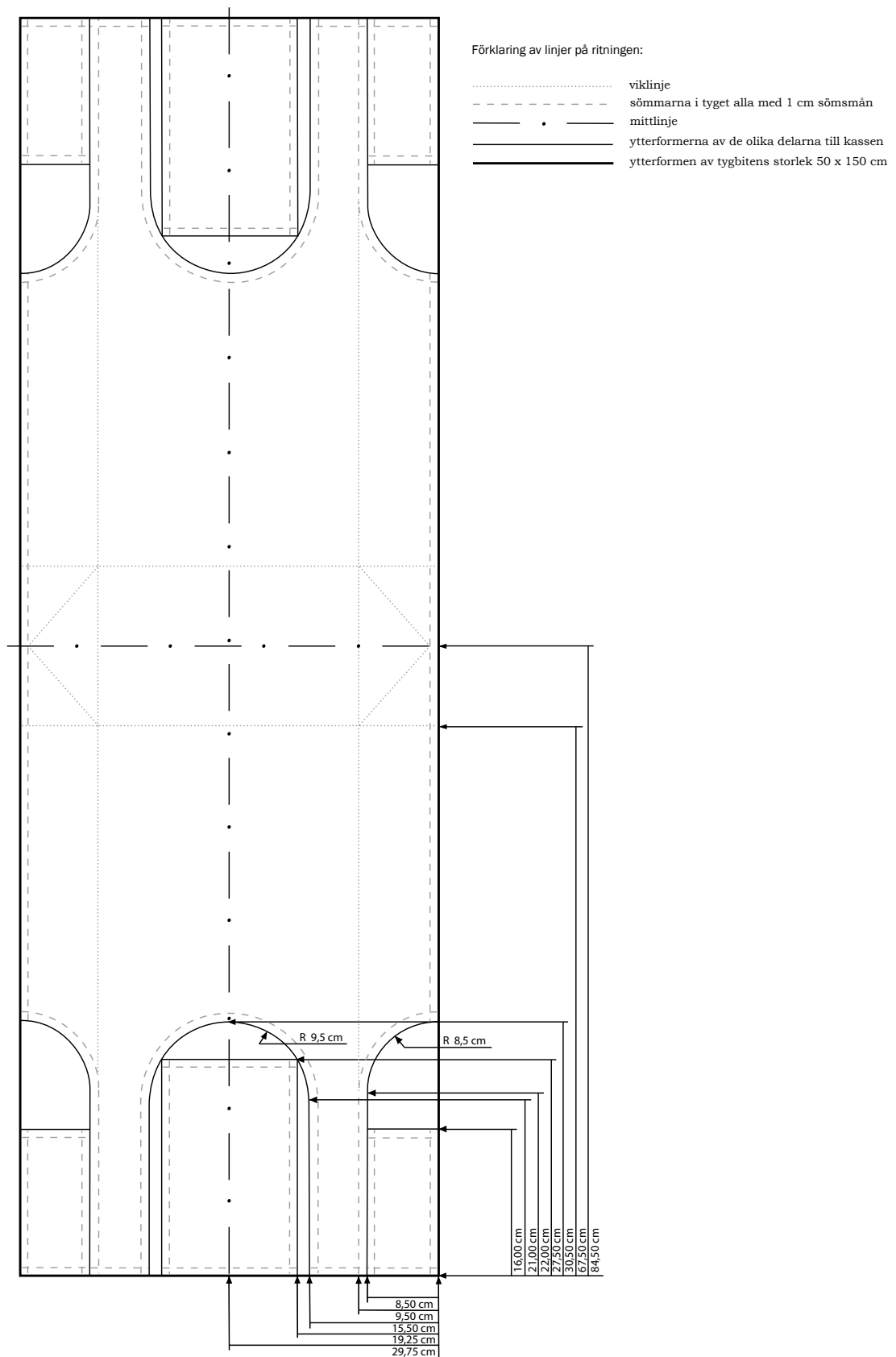
R E S U L T A T

RITNING/MÖNSTER KASSEN

Vid utskärningen av tyget i textilen har målet varit att utnyttja materialet så bra det går och få så lite spillbitar över som det är möjligt för att inte slösa med materialet. Detta har även varit med och påverkat formen, då allt för komplicerade former behöver stora mängder tyg eller skapar för mycket överbliven spill.

R E S U L T A T

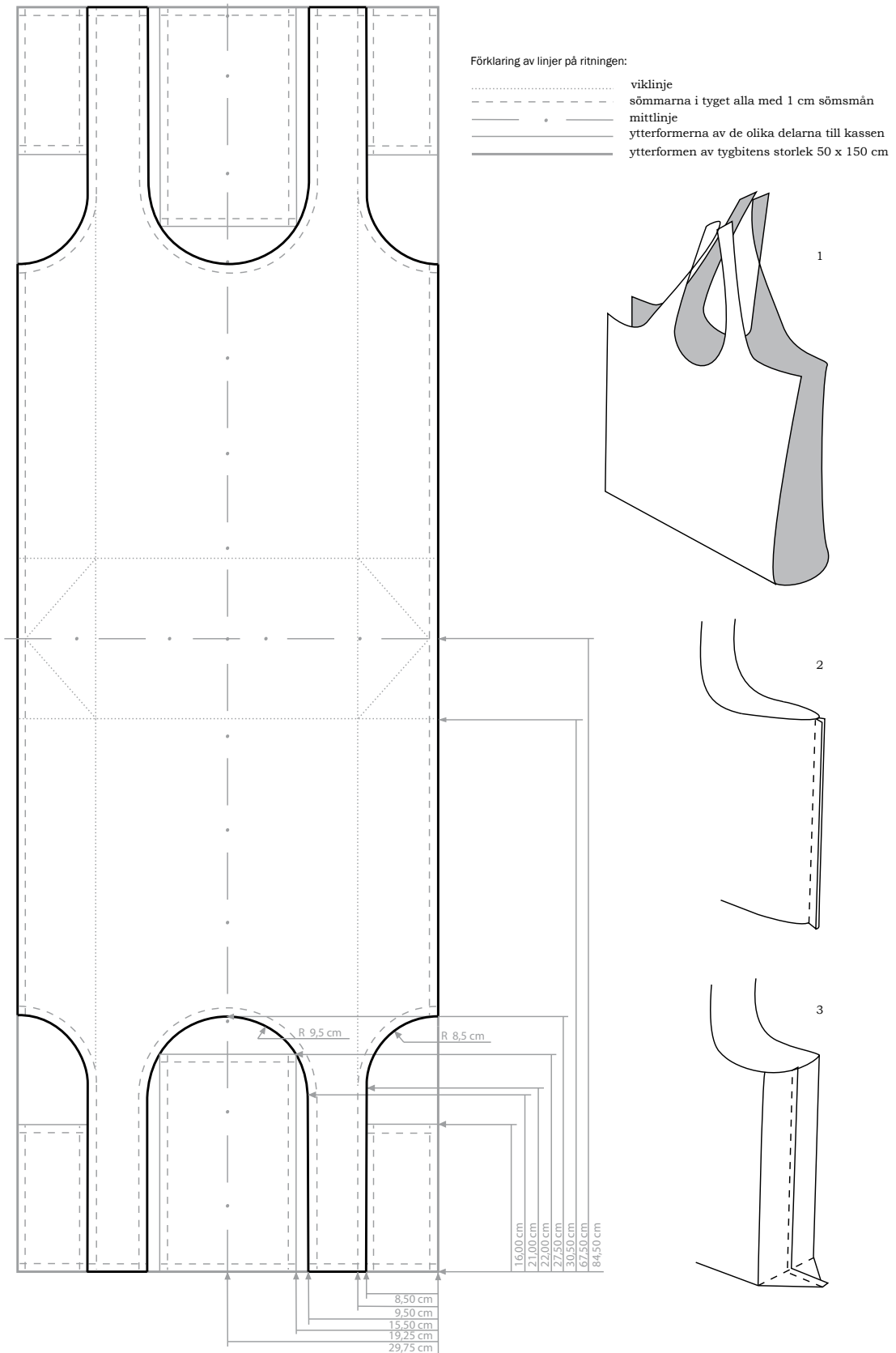
RITNING/MÖNSTER KASSEN



Bilden ovan: Visar hur kassens delar är anpassade i tyget innan de klipps ut.

R E S U L T A T

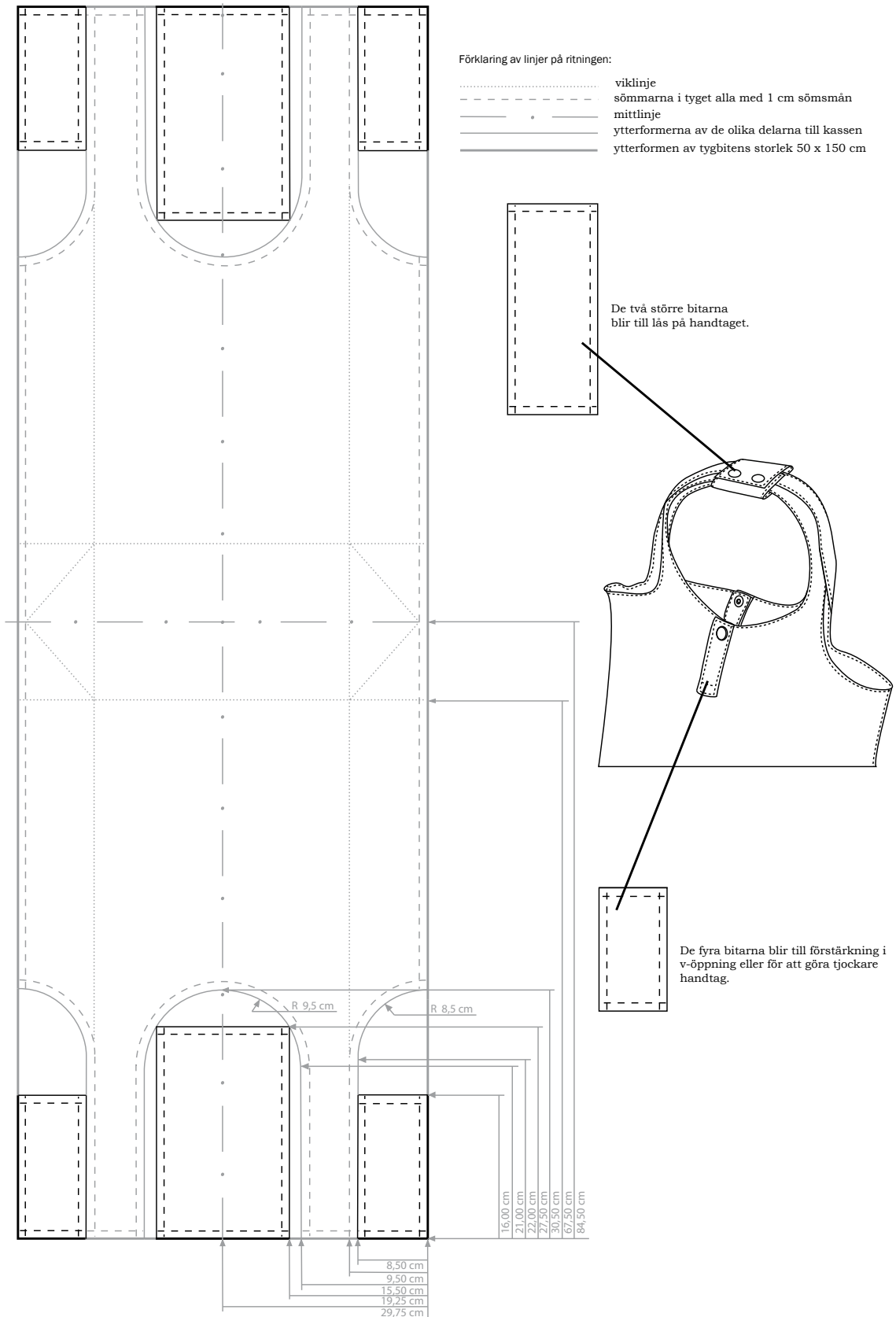
RITNING/MÖNSTER KASSEN



Bilden ovan: Visar kassens delar och hur den sys ihop.

R E S U L T A T

RITNING/MÖNSTER KASSEN



Bilden ovan: Visar hur kassens detaljer är anpassade i tyget och vad de används till.

R E S U L T A T

FÄRGVAL

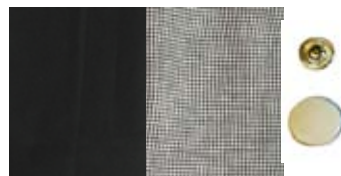
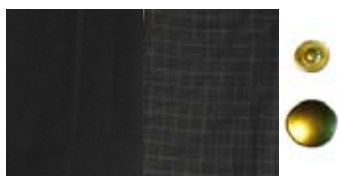
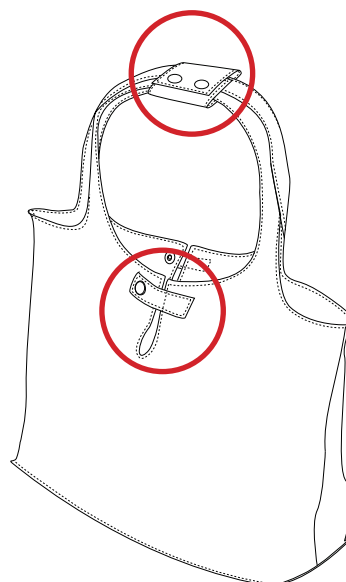
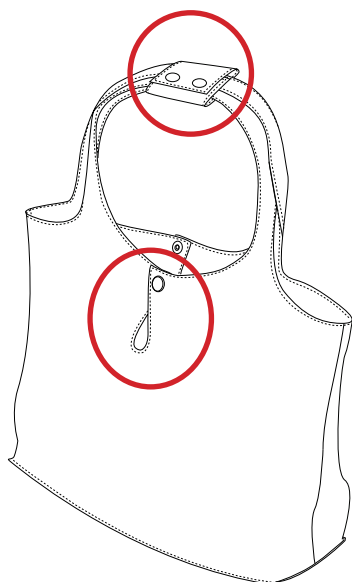
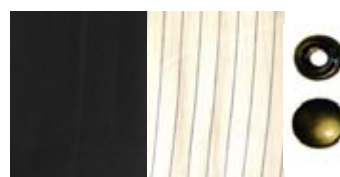
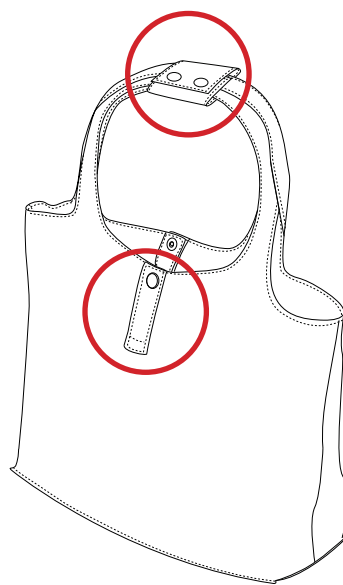
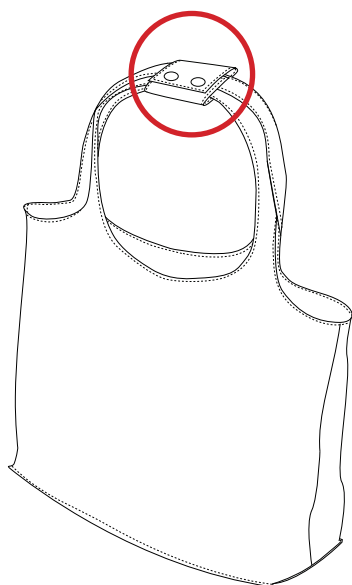
Inom modevärlden anses den svarta klänningen vara det plagg som aldrig går ur tiden och blir omodern. Färger kan bli omoderna men svart fungerar alltid. Då tygkassen ska användas så länge som möjligt bör den även vara så tidlös som möjligt, därför är den svart. Den svarta färgen gör också att kassen passar att användas tillsammans med olika sorters kläder som konsumenten använder under året. Det kan låta banalt men kan vara avgörande för om den verkligen används eller ej. Svart anses även vara neutralt vilket gör det mer troligt att den tilltalar fler inom målgruppen. Det är även bra med svart då kassen ska hålla så bra som möjligt mot smuts och fläckar, eftersom den ofta placeras mot ett smutsigt underlag.

MATERIALVAL

Valet att använda ekologisk bomull grundar sig i att det utstrålar mer kvallite och exklusivitet än vad material så som plast och papper gör. Materialet gör kassen lätt att tvätta och laga för brukaren. Bland textila material som finns på marknaden idag så har bomull de mest noggranna och utvecklade regelsystemen i tillverkning och produktion, för att varan ska godkännas som ekologisk och rättvisemärkt. I och med att materialet har funnits på marknaden så länge har det även hunnit granskats noggrant. Materialets egenskaper gör det följsamt när den används och går lätt att vika ihop. Kopplingen materialet kan ha till kläder är positivt, för att distansera tygkassen från de värden engångskassen har, eftersom målet har varit att komma bort ifrån det.

R E S U L T A T

FÄRGVAL OCH MATERIALVAL

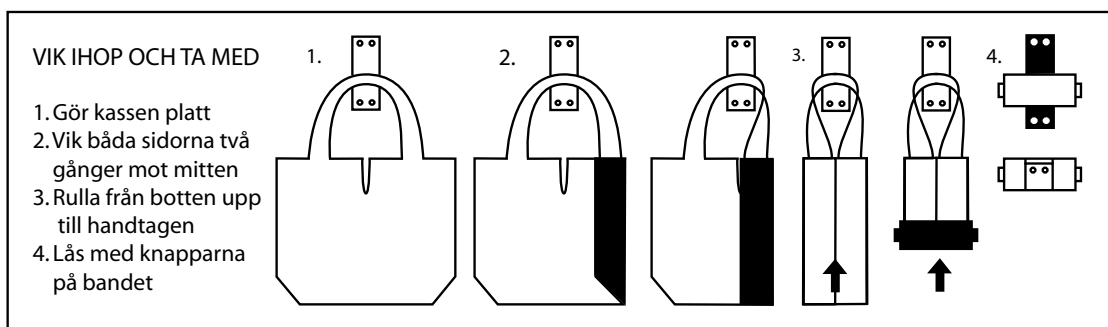


Bilden åvan: Visar de fyra varianter av tygkassen samt val av textil och knappar.

R E S U L T A T

BRUKSANVISNING OCH ETIKETT

Placering av bruksanvisningar, tips, hur man viker ihop kassen, märkning av material och produktion samt varumärket sitter på ena kortsidan av kassen insida. Placeringen har valts för att märkningen ska vara tydlig och enkel att hitta men inte skyllas med på utsidan av kassen då detta stör formen (se förklaring av olika märkningar i bilaga 2:7).



Bilden åvan: Visar hur bruksanvisningen ser ut och var den sitter i kassen.

R E S U L T A T

BRUKSANVISNING OCH ETIKETT



Bilden åvan: Visar exempel på företagslogga och placering av den i kassen.

D I S K U S S I O N

VIDAREUTVECKLING

En tanke som slagit mig under projektets gång är att vi egentligen inte är i behov av alla dessa kassar som erbjuds ute i handeln. En utveckling mot att människor använder återanvändningsbara kassar istället för de i plast och papper, tror jag, skulle minska på både energi- och materialåtgång. Men för att göra denna övergång möjlig bör man se över den brist som idag finns på marknaden när det gäller estetiska kassar anpassade för matinköp. De estetiskt tilltalande kassarna säljs ofta i klädbutiker och är inte anpassade till att vara sig rymma eller klara tunga matinköp. Likaså är de återanvändbara kassarna som finns i mathandeln idag otympliga och skrymmande att ha med sig. Detta är ett problem att ta hänsyn till i utvecklingen av en ny kasse, eftersom den ska vara så liten och smidig som möjligt att bära med sig dagligen.

För att en produkt som tygkassen Bärbar skulle kunna bli verklighet så är det flera saker som måste undersökas noggrannare och utvecklas.

Produktion av kassen

Drömscenariot för produktion av textil och kasse vore att allt skulle kunna ske inom Sveriges gränser. Den tänkta marknaden är i Sverige och en produktion kan nog vara fullt möjligt inom en snar framtid. Då förbudet mot hampodlingar togs bort för några år sedan här i Sverige och det är odlingar som passar det svenska klimatet samt ekologisk produktion bra, kanske det skulle kunna vara ett alternativ. En annan valmöjlighet skulle kunna vara nässlor som finns även de som textiltmaterial och är möjlig att odla och producera i Sverige. På så sätt skulle man slippa den negativa miljöpåverkan att transportera kassarna från andra sidan jorden där dom flesta textilodlingarna och industrierna ligger idag. Skulle kassen börja produceras redan idag så är ett exempel på en tänkbar samarbetspartner ett företag som Oria. Det är ett av de mest miljömedvetna företagen i Sverige på området tygkassar. Oria är ett ekologiskt importföretaget vars kassar tillverkas i Indien och har bra krav på sin produktion. Tygkassen tillverkas i ekologiskt certifierad bomull som är rättvismärkt med Fair Trade certifieringen. Bomullen odlas med ekologiska bevattningssystem och växelbruk. Inga bekämpningsmedel används vid odlingen. Infärgningsprocessen är sluten och färgmedlen är miljövänliga, inga tungmetaller. Tryckmetod och tryckfärg är ekologiska. Inga kemiska antimögel- eller skrynkeltillsatser används. De anställda i Indien har skäliga anställningsvillkor och lön samt inget barnarbete. De prioriterar arbete till fattiga kvinnor från landsbygden (läs om märkningarna i bilaga 2:7).

Källa 18

VIDAREUTVECKLING

Försäljning av kassen

Tillgänglighet av kassen är viktigt och att den säljs där dess huvudsakliga funktionsområde är. På så sätt får konsumenten en naturlig koppling mellan produkt och användningsområde. Det måste självklart även vara en butik där den tänkta målgruppen handlar sina varor. Försäljning av kassen bör därför ske i matvarubutiker med väl sorterat ekologiskt sortiment och de matbutiker som valt att satsa på att säljer kvalitet framför kvantitet. Ett bra exempel på en sådan typ av butik är de Coop-butiker som heter Coop Konsum, vars vision är att erbjuda färskvaror av högsta kvalitet tillsammans med ett brett sortiment av övriga matvaror samt att de har Sveriges största ekologiska sortiment. Kassarna skulle säljas i mindre upplagor för att hålla fast vid känslan av exklusivitet och inte massproduktion. Framtagning av hur kassarna skulle exponeras i butiken skulle behöva göras, kanske med ett specifikt ställ som följer med kassarna till de butiker som säljer dem.

Källa 19

Utveckla försäljningsstrategi

Efter att ha tagit del av Ida Hults och företaget Trendethnographys studie, anser jag det vara nödvändigt att finna andra sätt att fånga människors uppmärksamhet till att välja en återvinningsbar kasse. Istället för att trycka på att kassen är miljövänlig borde man försöka få människor att göra miljövänligare val utan att det ska kännas påtvingat.

Ett tänkbart sätt att lansera kassarna på är tillsammans med det övriga ekologiska sortimentet i butiken. Det sker genom att kassen presenteras som något nytt exklusivt endast ett fåtal utvalda konsumenter kan köpa. Detta för att vi människor har en förmåga att vilja ha det vi inte kan få och på så sätt fånga konsumenternas uppmärksamhet och intresse. Alla ska kunna köpa dem om de vill, men med den hake att de måste handla ett visst antal ekologiska varor för att få det. Detta skulle antingen kunna registreras med hjälp av kundens medlemskort i form av ett poängsystem eller genom att räkna de ekologiska varor som kunden köper på kvittot. Detta skulle vara lätt att registrera då Coops ekologiska varor markeras med en klöver på kvittot. Kan även vara att man ska ha köpt ekologiska varor för en viss summa pengar. Förhoppningen är att även nya kunder ska hitta de ekologiska varorna i butiken. Kassarna säljs till en början i små upplagor i strategiskt utvalda butiker där de ekologiska och medvetna människorna handlar för att sedan, om efterfrågan finns, kunna utökas. Ett annat sätt att fånga människors intresse för kassen är att låta kända personligheter så som illustratörer, designers, konstnärer eller musiker som själva värnar om miljön sätta sin prägel på kassen på samma sätt som olika modeföretag har gjort. H&M är ett exempel där man både använt sig av musiker och modeformgivare.

Källa 20

R E F L E K T I O N

ARBETETS KVALITETER OCH DEN EGNA PROCESSEN

Idén till mitt examensarbete började med att jag inspirerades av modevärlden och att det där händer mycket inom hållbar utveckling. Detta är något jag inte upplever på samma sätt inom området för produktdesign. Inom området för produktdesign finns vardagsprodukter som fyller viktiga funktioner i människors liv men som sällan ifrågasätts utan bara forcerar förbi. Dessa förblir osynliga trots deras stora mängder och inverkan på miljön. När jag vid en handledning fick frågan att varför inte titta på plastkassen, som är en av dessa vardagsprodukter, ur ett hållbarhetsperspektiv kände jag att det var en spännande utmaning att ta sig an.

Det har varit en lång, intressant men väldigt snirklig resa som bidragit till att jag ganska sent kommit fram till min tänkta konceptidé, för att hinna med att behandla alla de aspekter inom konceptet som jag velat. Projektet har trots det varit väldigt intressant och mycket ny kunskap har införskaffats. Under projektets gång har jag hamnat i många återvändsgränder där riktningen har varit tvungen att ändras, men inte förgäves då dessa har varit lärorika.

En viktig del i projektet, som tillfört mig ny värdefull kunskap att ta med mig in i framtida projekt, är hur människors beteende fungerar. Att vi i våra vanemönster agerar utan att alltid vara medvetna om det. Att det inte alltid är självklart att det vi säger är det samma som vi gör och hur vi agerar olika beroende på om andra människor ser oss eller inte. Det har för mig startat nya tankebanor och sätt att föröka komma på lösningar för att påverka och bryta en vanetrend hos människor.

Mitt projekt har kanske inte resulterat i det mest optimala hållbara konceptet men jag har fått öva mig i området och har lärt mig mer om vilka aspekter som måste tas med i beräkning när man gör ett hållbarhetsprojekt. Att det inte alltid behövs tillföra någon nytt utan även se till kvaliteter i både gamla och glömda produkter och deras funktioner.

Det har inneburit en mycket större undersökande del än vad jag från början hade trott. Det har innefattat djupdykning inom material för att se vilket som egentligen är det hållbaraste alternativet till produkten ifråga. Det är inte alltid det material som vid första anblick verkar vara bäst som är det i det långa loppet. Därför är det viktigt att ställa dessa material i förhållande till funktion och estetik och vad de olika materialen signalerar för värden. Olika material har varit på tanke för att hela produktionen skulle kunna ske i Sverige och för att kunna kontrollera hela processen. Har ännu inte lyckats finna ett sådant material som lever upp till de krav som jag haft i projektet.

Detta projekt har varit otroligt lärorikt. Jag har fördjupat mina kunskaper inom hållbar utveckling vilket var ett av mina personliga mål med projektet. Jag tror att det här är ett område som kommer att utvecklas mer i framtiden och vill då kunna vara med där det händer.

REFERENSLISTA

LITTERATUR

Energi – Hur design kan göra skillnad, K. Sylwan och J. Stål. (2008) Förlag Camino Göteborg
ISBN 978-91-633-3208-1

ELEKTRONISKA KÄLLOR

Aftonbladet, L. Mellin (senast uppdaterad 2008-01-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-26
Tillgänglig <http://www.aftonbladet.se/klimat/hotet/article1598746.ab#page1>

Comparison of Environmental Compatibility of Paper and Polyethylene Merchandise Bags encouraging the use of. Dr. Wolfgang Plehan. Elektronisk källa, hämtad 2009-03-28, Tillgänglig:
http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-7237368/Bag-ban-is-misguided-solution.html#readmore

Coop Elektronisk källa, hämtad 2009-02-27
Tillgänglig <http://www.coop.se>

Dagens Nyheter (senast uppdaterad 2008-07-24). Elektronisk källa, hämtad 2009-03-21
Tillgänglig <http://www.dn.se/opinion/den-onda-plasten-1.643040>

Eko sustainable textile, Elektronisk källa hämtad 2009-03-27
Tillgänglig: <http://certification.controlunion.com>

KRAV Elektronisk källa hämtad 2009-03-27
Tillgänglig: <http://krav.se>

Message in the waves Elektronisk källa, hämtad 2009-03-31
Tillgänglig: <http://www.messageinthewaves.com/facts.php>

Modbury South Devon. Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25
Tillgänglig <http://www.plasticbagfree.com>

Modbury South Devon. Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25
Tillgänglig <http://www.plasticbagfree.com/howto.php>

Modbury South Devon. Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25
Tillgänglig <http://www.plasticbagfree.com/baginfo.php>

Oria, Elektronisk källa, hämtad 2009-02-27.
Tillgänglig <http://www.oria.se>

Rättvisemärkt, Elektronisk källa hämtad 2009-03-27
Tillgänglig: <http://rattvisemarkt.se>

Strömpilen i Umeå (senast uppdaterad 2008-10-11). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-25
Tillgänglig <http://www.strompilen.se/FreeFromPlastic.aspx>

Svenska Dagbladet (senast uppdaterad 2008-02-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-03-31
Tillgänglig http://www.svd.se/nyheter/utrikes/artikel_846969.svd

Sveriges Television (senast uppdaterad 2008-01-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-26
Tillgänglig <http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=22620&a=1008543>

Sveriges Television (senast uppdaterad 2008-01-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-26
Tillgänglig: <http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=22620&a=1021299>

ANNAT MEDIA

Stil, Sveriges radio P1, Sändes 2009-03-06, Längd: 57 minuter
Digital källa finns på den medföljande DVD

B I L A G A

BESKRIVNING AV MÅLGRUPP

Brukaren är en person med en positiv inställning till livet då hälsa, miljö, personlig utveckling, hållbar livsstil och social rättvisa är saker som intresserar och engagerar. Det är en person som gör sig besväret att sopsortera, tar sig tid att läsa på de olika förpackningarna i butiken för att finna den vara som är bäst ur ett hållbarhetsperspektiv. Samtidigt låter hon eller han inte priset styra utan väljer hellre färre produkter av bättre kvalitet.

Ungdomar 15-25 år

Man 20 tillhör den mer trendkänsliga målgruppen då det är viktigt att vara med. Han är öppen och nyfiken inför nya influenser samt är medveten om att alla val han gör är viktiga då det är en del av den han är. Han hinner trots sina studier eller arbete fortfarande med att lägga många timmar på sitt stora musikintresse som även återspeglas i hans festfyllda singelliv. Han bor tillsammans med två kompisar i en trea för att dra ner på boendekostnaderna.

Yngre vuxna 25-45 år

Kvinna tvåbarnsmamma bor med sin man och sina barn i en villa. Hon och hennes man har fullt upp att få ihop ekvationen med två karriärer, barn, byggnation på huset och fritidsaktiviteter. Försöker planera in när det är dags att handla men det blir en del panikinköp av saker då och då. Hon tycker det är viktigt att saker är funktionella men uppskattar när det har lagts ner lite extra tid på det estetiska i dem.

Äldre vuxna 45-65 år

Kvinna bor tillsammans med sin make i villa men de funderar på att flytta till något mindre nu när barnen är utflugna. Med mer tid för sig själv har hon börjat gå en kvällskurs i oljemålning. Försöker gå på de kulturella evenemang som kommer till stan. Hon har de senaste åren börjat intressera sig för och blivit mer medveten om miljön och försöker nu leva upp till det hon lärt sig.

B I L A G A

MÄRKNINGAR OCH PRODUCENTANSVAR

Producentansvar

Hannes Borg, sakkunnig på miljödepartementet, berättar att vi i Sverige har ett producentansvar som innebär att de som tillverkar, säljer och importerar plastkassar också ansvarar för att samla in och återvinna dem. Därav är inget svenskt förbud aktuellt i nuläget.

Källa 21

Kravmärkt

KRAV är miljömärket för mat, men även också för några andra produktområden bland annat textilier. Syftet med ekologisk produktion är att producera med så stor hänsyn till djur och miljö som möjligt. I korthet ska produktionen ske utan kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel. Inga genmodifierade organismer (GMO) får förekomma i produktionen.

Källa 22

Rättvisemärkt

Rättvisemärkt eller Fair-trade är en "etisk" märkning och står för social rättvisa. Den garanterar att producenten får en skälig ersättning och en social trygghet i sitt arbete.

Källa 23

Eko sustainable textile

EKO Sustainable Textile-Certifieringen baseras på två huvudprinciper: Det krävs naturliga fibrer som ska vara certifierat ekologiskt odlade enligt EU-direktiv. Det krävs kontroller under hela produktionskedjan av den ekologiska bomullen. Varje processteg (spinning, vävning eller stickning, beredning etc.) måste uppfylla speciella kriterier, där största möjliga hänsyn tas till miljön i varje steg.

Källa 24

21 Sveriges Television (senast uppdaterad 2008-01-10). Elektronisk källa, hämtad 2009-02-26

Tillgänglig: <http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=22620&a=1021299>

22 KRAV Elektronisk källa hämtad 2009-03-27

Tillgänglig: <http://krav.se>

23 Rättvisemärkt, Elektronisk källa hämtad 2009-03-27

Tillgänglig: <http://rattvisemarkt.se>

24 Eko sustainable textile, Elektronisk källa hämtad 2009-03-27

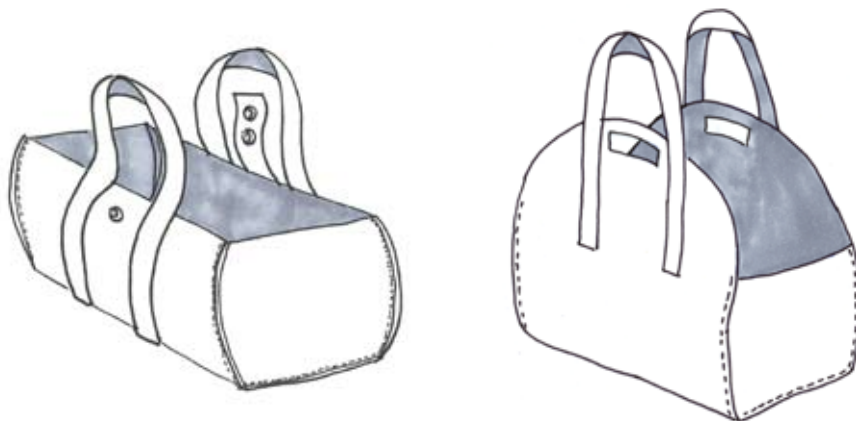
Tillgänglig: <http://certification.controlunion.com>

B I L A G A

SKISSER FORMFRAMTAGNING KASSE



Bilderna ovan: Skisser från utvecklingen av kassens form och utseende.



Bilderna ovan: Skisser på tänkbara större modeller av kassen.

B I L A G A

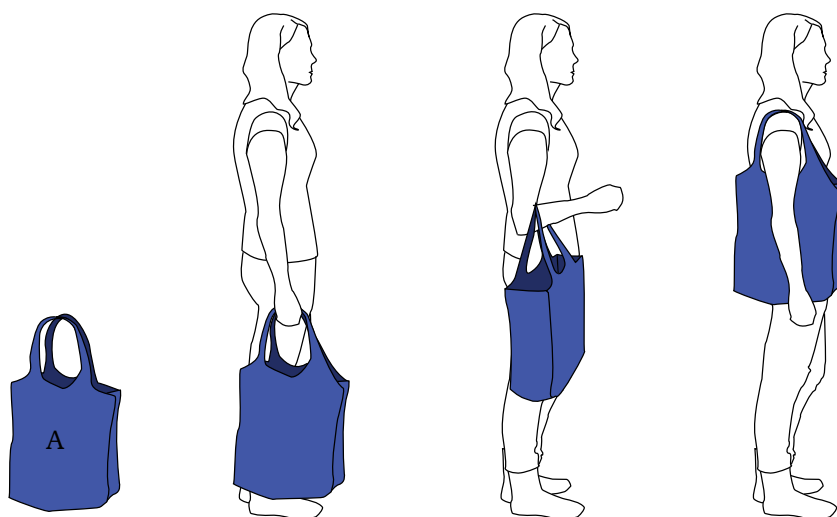
FUNKTIONSSTUDIER AV KASSENS FORM

Handtagens placering och riktning har bestämts efter studier på hur kassens avlånga form samstämmer eller motarbetar människokroppen och dess gångrörelse.

Modell A följer gångarens rörelse och riktning när denna bär den i handen eller på axeln, men hamnar framför ena låret när personen bär den i armvecket.

Modell B följer endast gångarens rörelse och riktning när denna bär den i armvecket och hamnar framför benet när personen bär den i handen och vrider sig eller står rakt ut från sidan om den ska bäras över axeln.

Resultatet visade att det bästa alternativet för att både kunna bära kassen i handen, armvecket och på axeln är att handtagen placeras ett på vardera långsida på kassen som visas nedan i modell A.



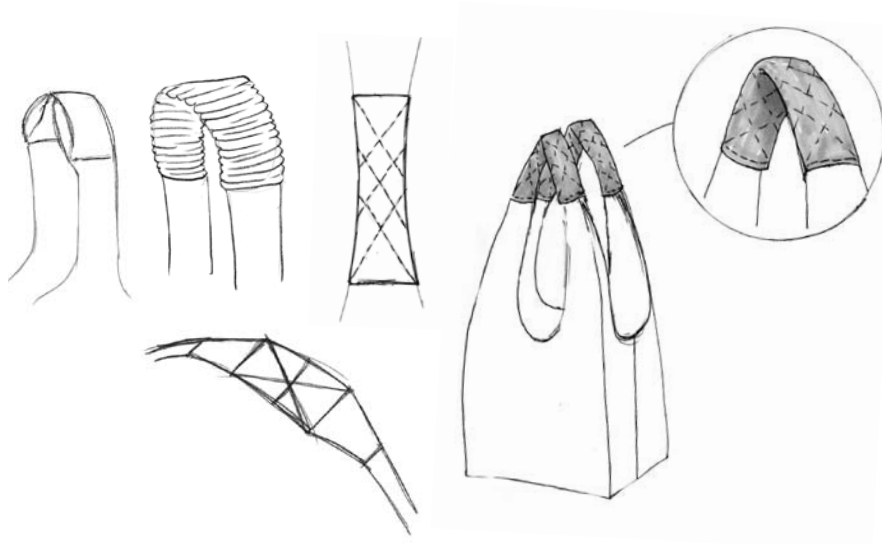
Bilden ovan: Modell A har handtagsöglorna parallellt med långsidorna på kassen.



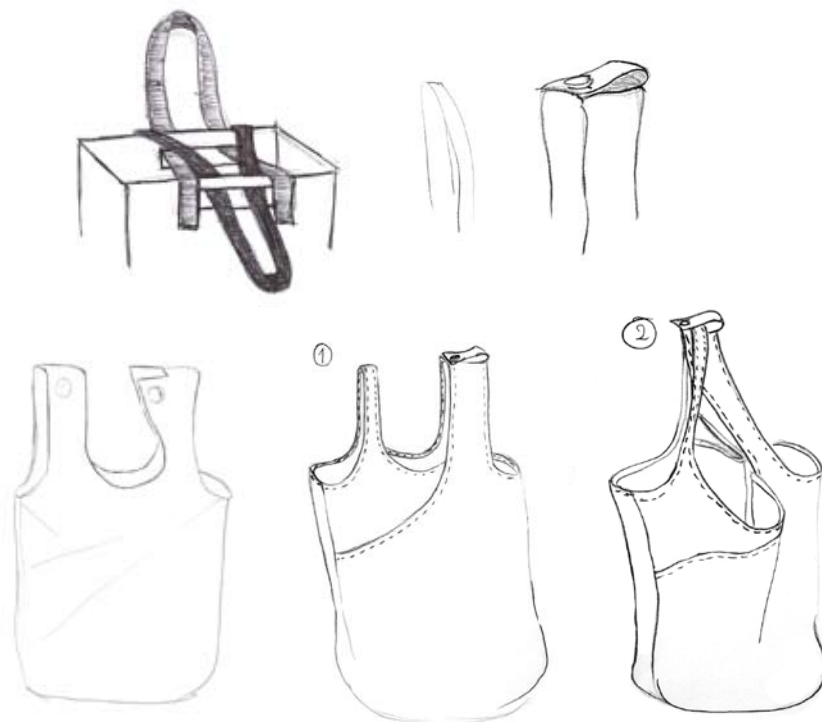
Bilden ovan: Modell B har handtagsöglorna parallellt med kortsidorna på kassen.

B I L A G A

SKISSPROCESS DETALJER



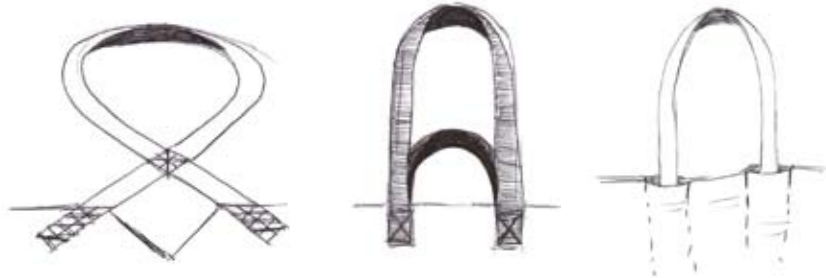
Bilderna ovan: Skisser på vaddering och förstärkning av handtagen.



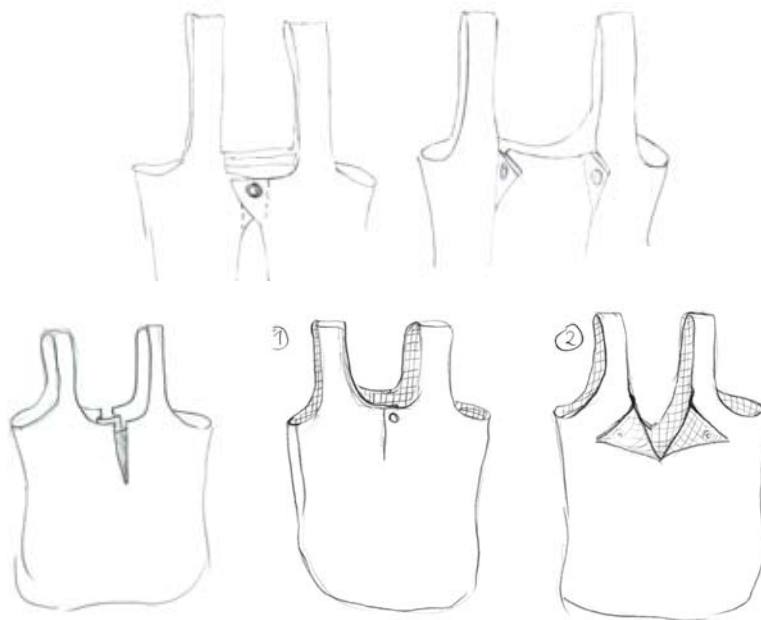
Bilderna ovan: Skisser på hur man kan låsa handtagen i varandra på olika sätt.

B I L A G A

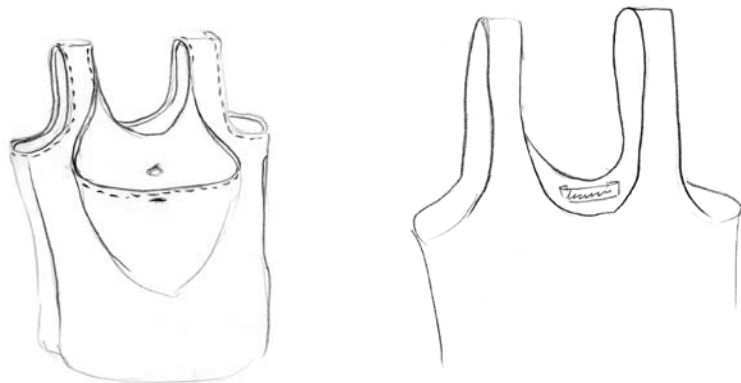
SKISSPROCESS DETALJER



Bilderna ovan: Skisser på handtag som ska gå att bära på olika sätt.



Bilderna ovan: Skisser på förändring av storlek och öppning på kassen.



Bilderna ovan: Skiss på förvaringsfack samt diskret placering av varumärket.

B I L A G A

IHOPVIKNINGSTEST

För att komma fram till en slutlig variant på hur kassen ska förvaras när den inte används har olika varianter sytts upp för att se hur de fungerar och hur materialet påverkas av det.



Bilden ovan: Fickan på insidan av kassen blir till förvaringskudde genom att man knövlar in kassen i den och avslutar med att vika över kanten för att sluta formen.



Bilden ovan: Fickan med dragsko på insidan av kassen blir till liten förvaringspåse genom att man vänder den ut och in och knävlar in kassen i den och drar åt dragskon.



Bilden ovan: Kassen viks samman mot mitten, där efter rullas den från bätten och upp till handtagen där den fäst samman med ett band och knäppning.

B I L A G A

FUNKTIONSTEST AV DETALJERNA

För att komma fram till de slutliga detaljerna, deras utseende och funktion så har olika varianter sytts upp i skala 1:1 för att se hur de ser ut i rätt storlek och pröva hur bra de fungerar.

