



**GÖTEBORGS UNIVERSITET**  
**HANDELSHÖGSKOLAN**

Sandra Quist  
Stina Rosenqvist

# **Mode, Identitet & Hållbarhet**

-14 kvinnors känslor och åsikter

Magisteruppsats i Marknadsföring  
Företagsekonomiska institutionen  
Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

Höstterminen 2010

Handledare: Cecilia Solér

## Förord

Att arbeta med denna uppsats har varit oerhört lärorikt och utvecklande för oss. Då uppsatsen behandlar, för oss, flera nya ämnen och områden har det inneburit en intressant läroprocess för oss och vi har fått upp ögonen för nya tankesätt. Under dessa veckor har vi lärt oss mycket om hur kläder påverkar oss och hur unga kvinnor resonerar kring kläder, mode, identitet och hållbarhet. Då vi själva passar in i målgruppen har vi många gånger kunnat relatera till oss själva och vi har på så sätt upptäckt nya sidor vilket har utvecklat oss under uppsatsens gång.

Vi vill rikta ett stort tack till våra respondenter som har ställt upp på intervju och visat intresse för vår undersökning. Vi vill även rikta ett stort tack till vår handledare Cecilia Solér som har ställt upp och stöttat oss i alla lägen.

Göteborg, januari 2011

---

Sandra Quist

---

Stina Rosenqvist

# Sammanfattning

- Titel:* *Mode, Identitet & Hållbarhet -14 kvinnors känslor och åsikter*
- Författare:* *Sandra Quist och Stina Rosenqvist*
- Handledare:* *Cecilia Solér*
- Kurs:* *Företagsekonomi, Marknadsföring D-nivå, HT-2010, Handelshögskolan i Göteborg*
- Nyckelord:* *Mode, Identitet och Hållbarhet.*
- Syfte:* *Syftet med den här uppsatsen är att beskriva den mening konsumtion av kläder har för konsumenter som köper kläder ofta i jämförelse med dem som köper kläder sällan.*
- Frågeställning:* *Vilka underliggande motiv och beteenden finns i konsumenternas konsumtionsmönster?*
- Metod:* *Uppsatsen har sin utgång i en fenomenografisk metod med kvalitativa intervjuer. Under uppsatsens gång har vi antagit en abduktiv ansats. Vi har intervjuat sammanlagt 14 personer varav sju personer köper kläder ofta och sju personer köper kläder sällan.*
- Slutsatser:* *Under undersökningens gång har vi funnit att det finns skillnader mellan grupperna. De som köper kläder ofta köper modekläder och de bryr sig mer om att passa in och klä sig efter tillfälle. Det medför att de har svårt att uttrycka sin identitet genom sina kläder och de köper nya för att försöka finna sin identitet. De som sällan köper nya kläder väljer kläder som de trivs i och de bryr sig inte om vad andra tycker. De kan därför uttrycka sin identitet i större utsträckning och de är säkra på vad de vill att deras kläder ska säga om dem.*

## **Abstract**

The purpose of this study is to compare underlying factors of why some women buy new clothes often and others buy new cloths more rarely. To be able to answer the purpose we have chosen to proceed from the following research question:

*What are the underlying motive and behavior in consumer consumption patterns?*

Consumption of clothes is a tool to show our individuality and identity. Clothes can determine how we feel about ourselves and how we want other people to perceive us. Consumption of clothes also affects our environment and therefore we have also worked from a sustainable perspective. We have applied a qualitative method for this study and we have interviewed fourteen women and divided them into two groups. The interviews have been analyzed twice, with a phenomenografic perspective and with a comparative perspective.

The result of the research shows that there are differences in attitudes to fashion between the two groups. This leads to a difference between how clothes and identity is connected for the groups.

Key words: Fashion, Identity and Sustainability

# Innehållsförteckning

1. Inledning .....	1
1.1 Bakgrund .....	1
1.1.1 Konsumtion .....	1
1.1.2 Hållbarhet .....	2
1.1.3 Identitet .....	3
1.2 Problemdiskussion .....	4
1.2.1 Identitetsbyggande .....	5
1.2.2 Individualisering .....	7
1.2.3 Kvinnor och konsumtion .....	8
1.3 Problem .....	10
1.4 Syfte .....	10
1.5 Frågeställning .....	10
1.6 Avgränsningar .....	10
1.7 Centrala begrepp .....	10
1.8 Studiens disposition .....	10
2. Metod .....	12
2.1 Vetenskaplig forskning .....	12
2.2 Fenomenografi .....	12
2.3 Kvalitativ metod .....	12
2.3 Vetenskaplig ansats .....	13
2.4 Sekundärdata .....	13
2.5 Primärdata .....	13
2.6 Intervjuer .....	14
2.6.1 Respondenter .....	15
2.8 Rapportens giltighet .....	16
2.8.1 Vetenskapligt synsätt .....	16
2.8.2 Validitet .....	16
2.8.3 Källkritik .....	16
2.8.4 Metodkritik .....	17
2.9 Sammanställning och analys .....	17
3. Fenomenografisk analys .....	19
3.1 Mode .....	19
3.1.1 Tillhörighet .....	19

3.1.2 Shopping och känslor.....	20
3.2 Identitet.....	21
3.2.1 Kläder som verktyg.....	21
3.2.2 Självkänsla .....	22
3.2.3 Jämföra sig med andra .....	23
3.3 Miljö .....	24
3.3.1 Hållbarhet .....	24
4. Analys .....	26
4.1 Mode.....	26
4.2 Identitet.....	27
4.3 Miljö .....	30
5. Slutsats .....	32
Källförteckning .....	34
Bilaga 1: Intervjuguide	
Bilaga 2: Respondenter	
Bilaga 3: Intervjuer	
<b>Tabellförteckning:</b>	
Tabell 1: Respondenter .....	15

# 1. Inledning

---

*Syftet med det här kapitlet är att ge en bakgrund om ämnet som kommer att behandlas i uppsatsen. Här finns en djupare problemdiskussion som leder fram till problem, syfte och frågeställning.*

---

## 1.1 Bakgrund

Uppsatsen behandlar unga kvinnors konsumtion av kläder ur ett identitetsperspektiv. Vi vill undersöka vilka underliggande motiv som finns hos konsumenter som köper kläder ofta i jämförelse med konsumenter som köper kläder sällan och hur det är sammankopplat med identitet och identitetsbyggande. Vi anser att det är intressant att undersöka skillnaderna utifrån ett hållbarhetsperspektiv då klädindustrin har en stor påverkan på miljön.

### 1.1.1 Konsumtion

Människan har konsumerat i alla tider, skillnaden mellan förr och nu är att förr försåg sig människan bara med det allra nödvändigaste som krävdes för att överleva. Under 1900-talets början spenderade arbetarklassen i England ungefär en halv till två tredjedelar av sin inkomst på mat. När de primära behoven var uppfyllda så upphörde konsumtionen. Det var människans kropp som betydde mest, själens betydelse tystades ned och istället lades fokus på skötsel av kroppen så att hårt arbete skulle vara möjligt att utföra. Att lyda, följa order, acceptera utan frågor och att stå ut med envist slit på bekostnad av personlig tillfredsställelse samt vara underkastad arbetsetiken. I dagens konsumtionssamhälle fokuseras det på det individuella och det själsliga (Bauman, 2008). Till skillnad från tidigare konsumtionsmönster har dagens konsumenter rätten att välja vad de vill spendera sina pengar på efter att de existentiella utgifterna är betalda. Under början av 2000-talet lade konsumenterna en tiondel av sin inkomst på mat. Idag kan vi unna oss att lägga en stor del av vår inkomst på servicerelaterade tjänster, underhållning och mode (Gabriel & Lang, 2006).

Konsumtion drivs av befolkningstillväxt och ekonomisk utveckling, 2050 beräknas jordens befolkning ha uppnått 9,2 miljarder och antal medelklasskonsumenter beräknas ha tredubblats innan 2030. Under 2009 köpte svenskar kläder för hela 77,7 miljarder kronor, en ökning med 3,8 % jämfört med 2008 (Mistra, 2010). Mängden kläder har också ökat betydligt då det 2008 importerades 66 000 ton kläder till Sverige, vilket representerar 7 kilo per person. Unga svenska kvinnor spenderar i genomsnitt 7 000 kr per år till inköp av kläder och skor (Mistra, 2010).

Det finns en diskussion kring begreppet "collateral damage" och dess relation till konsumtion. Vår konsumtion får konsekvenser för människor i andra delar av världen men det påverkar också oss själva då vår miljö hotas. Den viktigaste oavsiktliga skada som konsumtion medför är vår kärlek till materiella ting. Reklam når oss numera 24 timmar om dygnet vilket gör att vi varje dag tar in stora mängder information och däribland budskap som uppmanar oss att konsumera mera. För att få råd till att köpa det vi vill ha måste vi utöka våra arbetsdagar, detta leder i sin tur till en försummelse av familjen hemma vilket kan kompenseras med att köpa materiella ting till dem. Då vi är upptagna med att köpa saker för att nå lycka finns mindre tid för att förstå varandra och känna empati för varandra. Desto bättre vi kan materialisera vår kärlek desto sämre blir vi på att ta diskussioner och konfrontationer som rör förhållandet (Bauman, 2007).

Konsumtion är en investering för individers sociala medlemskap, vilket i konsumtionssamhället innebär människans säljbarhet. Konsumenter kan själva ses som konsumtionsvaror i strävan efter ett gynnsamt marknadsvärde. Det centrala syftet med konsumtion är inte att tillfredsställa behov och begär, snarare ska konsumenten upphöjas till en säljbar vara. Utmaningen är att *göra sig* till en säljbar vara istället för *att bli* en säljbar vara. Att vara medlem i konsumtionssamhället kan vara en mödosam och skrämmande kamp. Konsumenter är rädda för att inte räkna till vilket utnyttjas av företagen som erbjuder ”verktyg” i form av produkter för att vägleda konsumenter att förverkliga sig själva och höja sitt marknadsvärde (Bauman, 2008).

Konsumtionsvärlden används som en typ av konversation, ett språk. Som ett språk är konsumtion ett sätt att kommunicera och prata med varandra. Genom att tänka på konsumtion på det här sättet blir vi fria att utnyttja alla verktyg som har sitt ursprung från strukturell språkvetenskap samt tecken, symboler, kännetecken och koder. På så vis blir produkter ett symbolvärde. Språkmetaforen betonar antagandet av koder som ett system av kommunikation och utbyte, som kod för symboler som konstant uttryckts, mottogs och förnyas. Det vi konsumerar är därför symboler snarare än produkter. Det betyder att konsumenter behöver kunna läsa av konsumtionssystemet för att veta vad de ska konsumera. Eftersom vi alla känner till ”koden” så vet vi innebörden av en specifik produkt mot en annan produkt. Produkter är inte längre definierade utav sitt användande utan istället utifrån vad de signalerar och vad de signalerar är inte definierat utifrån vad de gör, men utifrån förhållandet till hela systemet av produkter som symboler. Det finns ett oändligt utbud av skillnader i detta system, därför kan konsumenter aldrig tillfredsställa sitt behov av produkter. Det är det här som bidrar till den omättlighet och till det kontinuerliga missnöjet hos konsumenter. Detta är i sin tur en orsak till missnöje vid användning av konceptet ”behov”. Det som människor söker i konsumtion är inte just ett specifikt objekt utan skillnaden, och sökandet efter skillnaden är oändlig (Baudrillard, 1998).

### **1.1.2 Hållbarhet**

Att konsumera innebär att förbruka resurser, det finns ingen konsumtion som inte har en miljömässig inverkan. Utmaningen idag består av att skapa en konsumtion som inte påverkar miljön negativt i den utsträckning den gör idag och i bästa fall skapa konsumtion som främjar miljön. Politiker och ledare är väl medvetna om att den nuvarande konsumtionen kommer att bromsas upp på grund av miljörelaterade konsekvenser och deras försök att lösa problemet har endast gett blygsamma effekter (Gabriel & Lang, 2006).

Ökad köpkraft innebär ökad produktion, då klädindustrin redan har en ohållbar påverkan på miljön kan en ökning få stora förödande konsekvenser. Klädindustrin påverkar framförallt miljön genom dess användning av vatten vid framställningen av bomull men också på grund av de kemikalier som används vid behandlingen av bomullen. För att producera ett kilo bomull krävs det 7 000 – 29 000 liter vatten (Mista, 2010). Konsumenter i västvärlden är väl medvetna om den påverkan på miljön den industriella produktionen har, inköp borde därför präglas av konsumentens värnads för miljön. Konsumenter handlar istället irrationellt eftersom omedvetna behov fungerar som en motivation till att shoppa mera (Niinimäki, 2010).

Kläder produceras idag med kortare livslängd än någonsin. Billiga material, låga löner, arbetare som utnyttjas fortsätter att vara både produkten och den olyckliga sidan av modeindustrin. Modeindustrin fungerar globalt på en allt mer omfattande skala, konsekvenserna är enorma och



är ett växande bekymmer. Vissa designers har börjat handla efter uttrycket ”slow”, börjat agera efter ett mer hållbart tillvägagångssätt vad gäller tillverkning av kläder. Uttrycket ”slow” är en metod inom modeindustrin minus många av de värsta sidorna av det nuvarande globala systemet, speciellt det extrema slöseri och saknaden av oro för miljöproblem. ”Slow” är någonting mer än en motsats till ”fast fashion”. Uttrycket används för att identifiera hållbara modelösningar, baserat på ompositionering av strategier för design, produktion, konsumtion, användning och återanvändning. Det växer fram längs sidan av det globala modesystemet. Uttrycket ”slow” erbjuder mer hållbara och etiska sätt att vara moderiktig på (Clark, 2008). ”Slow fashion” är ett nytt begrepp som handlar om hållbarhet och bidrar till en helt ny syn på mode, modedesign, modeindustri och konsumtionsvanor. Att vi måste optimera och minimera men mest av allt tänka om. Vi vet att vattnet inte räcker till för att odla bomull, att kemikalierna förgiftar jordar och slår ut fattiga befolkningar i generationer. Vi vet allt om barnarbete, om djurplågeri och ohälsosamma kroppsideal, för att nämna några av modeindustrins ”oglamorösa” sidor. Det handlar om att förändra logistiken, om återvinning och nya material, att värdesätta mer, slopa säsonger och kortlivade trender och att hitta en balans. Mellan 80-90 % handlar om designen. Det är i designen relationen till konsumenten skapas, i designen det känslomässiga bandet skapas. Det är också i designen kläder med nya funktioner skapas, som kan hålla längre, som inte behöver tvättas så ofta, som överskrider säsonger och givna ramar. Det handlar om att hitta nya relationer till användarna. Likhetstecknet mellan profit och att sälja i kvantitet måste brytas (Dokken, 2010).

Trots att vi blir mer medvetna om att handla ekologiskt och etiskt rätt fortsätter vi att köpa billiga kläder som produceras under oetiska förhållanden i främst Asiatiska länder. När konsumenten köper sina kläder är priset och nya trender de två viktigaste aspekterna (Niinimäki, 2010). Snabba modebutiker, som H&M, Topshop och Zara, säljer plagg som bara förväntas bli använda mindre än tio gånger till ett mycket konkurrenskraftigt pris (McAfee et al. 2004). Ökningen i modeinköp har lett till ett nytt fenomen, att bli av med de kläder som bara använts ett par gånger (Birtwistle & Moore, 2006). Eftersom modet ändras snabbt blir hållbarhet som avgörande faktor en kontrahent till nya trender. Människor måste anstränga sig för att inte falla offer för marknadsföring eftersom det leder till ett shoppingbehov. Även om affärer kan undvikas ser vi budskap på TV och internet som uppmanar oss till att shoppa (Underhill, 2009).

Människan har försatt sig i en gigantisk ekologisk skuld då vi för närvarande har en överkonsumtion på ca 20 procent jämfört med vad jordens ekosystem producerar. Denna överkonsumtion av naturkapitalet är inte långsiktigt hållbar, en kollaps av ekosystemet kan inte lösas på samma vis som en ekonomisk kollaps. Det faktum att vi konsumerar oändliga resurser i en rasande takt lämnar skador på ekosystemet som är svåra att reparera (Larsson, 2009). Med en hållbar konsumtion kan människan konsumera på ett sätt som stödjer nuvarande och framtida generationers möjligheter att tillgodose sina material och andra behov, utan att orsaka bestående skada på miljö (Birtwistle & Moore, 2007).

### ***1.1.3 Identitet***

Under våra unga år har vi inte samma förhållningssätt till materiella ting, varför vi gillar eller inte gillar vissa saker styrs av spontanitet och har ingenting med identitetsbyggande att göra. Under skolåren blir det mer påtagligt vilka kläder, skor, frisyra och beteende i allmänhet som är socialt accepterat. Individerna blir medvetna om vad omgivningen tycker och tänker och håller sig därför väl medvetna om vilka konsekvenser varje handling ger. För unga människor innebär konsumtion

en passage vidare in till den eftertraktade vuxenvärlden, de experimenterar med olika identiteter i jakten på att skapa en bild av sig själva som leder dem till nästa steg i livet. Vissa av oss utvecklar en identitet med genetisk koppling till våra föräldrar medan andra ändlöst experimenterar med olika identiteter. Processen med att experimentera med olika identiteter leder i bästa fall till att individen uppnår en identitet där han eller hon känner sig unik och som förser individen med en bekräftelse om sin existens här och nu. På så sätt är självförtroende och självkänsla starkt kopplat till människans ego och identitet (Gabriel & Lang, 2006).

Liksom organisationer köper sig en ny image genom exempelvis ett nytt varumärke i portföljen eller via en ny utformning av organisationens symbol eller kännemärke skaffar sig individer en ny identitet genom konsumtion. Det innebär att produktens abstrakta egenskaper överförs till användaren och konsumentens huvudsakliga fokus är att få råd med de produkter som kan stärka bilden av honom eller henne. Det finns endast en produkt som är så pass unik och differentierad från andra så att den kan göra varje konsument unik och för alltid differentierad från omgivningen. Då de flesta produkter produceras i stora kvantiteter ter sig detta som ett nästan omöjligt scenario. Därför är många forskare tveksamma till detta påstående, däremot är de överens om att en identitet kan byggas och underhållas genom konsumtion av de produkter som förmedlar den föreställning konsumenten vill uppnå (Gabriel & Lang, 2006).

Kläder som är en av de mest synliga former av konsumtion, spelar en stor roll i den sociala konstruktionen av vår identitet. Vilka kläder vi väljer att ta på oss förmedlar ett budskap och gör det möjligt att undersöka hur människor tolkar den kultur de lever i. Kläder har genom alla tider signalerat vilken position i samhällets sociala strukturer individen hör hemma i. I tidigare århundraden var kläder det främsta verktyget för att åberopa sin sociala status på allmänna platser (Crane, 2000).

Shopping fyller ett djupare syfte för människor genom att erbjuda en viss social status eller livsstil kombinerat med en identitet genom ett speciellt klädmärke. Därmed har konsumenten en giltig anledning att shoppa och skapar därför rutiner för detta. Konsumtionen av vissa produkter kan ses som en strävan efter en önskad livsstil, detta begär mättas inte av en produkt, istället måste konsumenten konsumera mer för att upprätthålla sitt ideal vilket ger shoppingen en djupare mening. För att mätta ett sådant behov finns det en stor marknad för billiga produkter som uppmanar till mer konsumtion (Niinimäki, 2010). Genom konsumtion kan västerländska konsumenter forma och skapa sin identitet, när vi väljer, utforskar, köper och visar upp eller ger bort nya inköp används dessa som medel i jakten efter sökandet av vår identitet (Gabriel & Lang, 2006).

## **1.2 Problemdiskussion**

Arbetsmoralen har allt mer ersatts av konsumtion och att det är i de materiella tingen som individen söker efter en identitet (Gabriel & Lang, 2006). Idag behöver konsumenten inte dra en gräns för hur mycket hon kan konsumera vid de primära behoven. Konsumtion idag är inte nödvändigtvis förknippad med funktionalitet utan kan istället tillfredsställa oss på ett känslomässigt plan. Av alla nöjen vi har är det i första stadiet den största njutningen äger rum. Människan tenderar att tro att lugn och ro är det som hon eller han eftersträvar medan det som vi egentligen vill uppnå är agitation. Det kan jämföras med Don Juan och hans omåttliga jakt efter kvinnor. Det som triggade Don Juan var just själva jakten och det är något alla människor har

gemensamt även när det gäller konsumtion. Innan köpet är vi hoppfulla och spända och när vi sedan har objektet i vår ägo är spänningen över, genom att göra om processen igen får vi uppleva samma upprymda känslor obegränsade gånger (Bauman, 2008). Om människan vill känna upphetsning kring själva jakten är shopping en passande aktivitet, då de som köper kläder efter mode och trender ständigt är ute på jakt efter nya klädesplagg. Men hur är det då för de som köper kläder sällan? Vart får de sitt behov tillfredsställt? Kanske får de behoven tillfredsställda de få gånger de shoppar, vilket skulle innebära att de inte har ett lika stort behov av att känna upphetsning inför jakten som en person som shoppar ofta har.

### ***1.2.1 Identitetsbyggande***

Människor betraktar sina ägodelar som en del av sig själva, med andra ord ”vi är vad vi äger”. Objekt som finns i människors ägo kan utvidga bilden av dem själva, till exempel ett verktyg som får människor att göra saker hon annars inte vore kapabel till. Objektet inger en sorts personlig makt. Enda anledningen till att människan vill ha något är för att utvidga självuppfattningen och det enda sättet att ta reda på vilka de är, är genom att observera vad de har. Det kan bli problematiskt då ägandeskapet kan ge en falsk bild. Genom att äga saker fås känslan av att det är objekten som ger lycka och att lycka ligger i nästkommande inköp (Belk, 1988).

Varje människa kontrollerar sina egna objekt men det är via objekten som kontrollen fås vilket medför att objektet kan ses som en del av ägaren. Därmed kan människor påtvinga sin identitet på objekt men objekt kan också påtvinga sin identitet på människor. Ju mer människan tror att hon äger eller ägs av ett objekt desto större del av självet blir objektet. Objekt som är en del av sig själv kan fungera som en påminnelse eller bekräftelse av identiteten. Identiteten återfinns till större del i objekten än i sig själv som individ. Ägodelar kan ses som instrument för att utveckla sig själv och för att behålla självuppfattningen. Kläder kan göra människor unika och tillföra en känsla av tillhörighet till en grupp eller organisation. Det mest uppenbara är de formella uniformsklädda organisationer men det finns också informella sociala grupper med underliggande klädkoder som är viktiga att följa för att få ta del av gruppens identitet (Belk, 1988). Är det så att de som shoppar ofta hittar lycka i de köp av kläder som de gör och att de som köper kläder sällan hittar lycka i andra saker än just shopping av kläder? De har inte lika stort behov av att ta reda på vilka de är, alternativt att de redan vet vilka de är. De som shoppar sällan kanske inte har samma förhållningssätt till materiella ting som de som shoppar ofta. Kan det också vara så att de som köper kläder ofta tycker att identiteten ligger mer i hur de ser ut och vad de har på sig än vad sällan-köpare gör? Identifierar sig sällan-köpare sig med någonting annat? Kanske utvecklar de sin identitet genom andra saker än objekt, till exempel andra fritidsintressen. Eller ligger skillnaden i att de vill uttrycka olika slags identiteter och vill tillhöra olika grupper?

Identitet kan ses som ett narrativt tillstånd som underhålls av individen. En person med en stabil identitet upplever en biografisk kontinuitet som han eller hon kan kommunicera till andra. En persons identitet går inte att finna i beteendet och inte heller i andras reaktioner istället är det förmågan att hålla igång en berättelse. Interaktioner med omgivningen och händelser i vardagslivet sorteras in i historien om självet och påverkar därmed vår biografi. Eftersom den miljö människan lever i idag innebär snabba förändringar måste individen konstant reflektera över sin identitet och bygga upp den på nytt (Giddens, 1991). Designers och modeföretag drar nytta av individens föränderliga uppbyggnadsprocess av sin identitet genom att snabbt ändra modet för att öka försäljningen. Individen förnyar sin uppenbarelse genom nya kläder i takt med den personliga förändringen i strävan efter att uppnå eller underhålla identiteten. Det kan leda till

osäkerhet i köpprocessen hos individen då han eller hon även söker social acceptans hos omgivningen, samt vill vara moderiktig och etisk korrekt i sina inköp av nya kläder (Niinimäki, 2010). Har de som köper kläder ofta ett behov av att ständigt förändra sin identitet? Har de som då köper kläder sällan hittat sig själv på ett djupare plan och därmed inte har samma behov av att ständigt förändra sin identitet? Det kan också vara så att de som shoppar ofta kanske i större grad utsätts för stora förändringar i livet som påverkar och stör identiteten så att den behöver repareras eller byggas upp på nytt med hjälp av kläder. Eller kan det gälla båda grupper fast identitetsbyggnaden sker med hjälp av olika medel?

Alla olika val som idag finns har skapat nya möjligheter för identitetsbyggande men det har också skapat nya påfrestningar. Identitet är resultatet av ett psykologiskt arbete som måste vårdas och försvaras genom ansträngning och hårt arbete. Att experimentera med identitet och image kan ses som en analys av det inre och spirituella. Den materiella kulturen både stödjer och skadar möjligheterna att skapa och underhålla en identitet. Kläder fungerar som en förlängning av jaget, åtminstone en tillfällig ökning av identitet, självbild och självförtroende. Därför är konsumentkulturen skraddarsydd för den narcissistiska stävan som finns i dagens samhälle. Konsumtion är ett område där både personlig identitet och gruppidentitet är konkurrerade och ifrågasatt. Materiella objekt i denna process är avgörande. Konsumtion lovar att fylla tomrummet i våra liv (Gabriel & Lang, 2006). Konsumtion är som ett socialt arbete där personer jagar sin sociala ställning genom att konsumera betydelser av objekt. Den sociala ställningen associerad till betydelser är baserad på skillnader. Om vi erkänner att behov inte är ett behov av ett specifikt objekt utan istället ett behov att skilja sig från mängden, bara då kan vi förstå att tillfredsställelse inte kan uppnås. Människor är aldrig nöjda med vad de har. Konsumtion är en aktivitet för differentiering och människor tröttnar aldrig på självidentifikation. Produkter har i sig självt ingen betydelse utan det är i relation till konsumenten och dess totala sociala perspektiv som ger produkter en mening (Baudrillard, 1998). Om konsumtion är ett socialt arbete där människor jagar sin sociala ställning genom att konsumera, är det då så att personer som köper kläder ofta har ett större behov av att klättra uppåt på den sociala stegen? Har personer som shoppar ofta ett större behov av att särskilja sig från mängden? Det skulle innebära att de som shoppar sällan inte har något problem med att vara en i mängden.

Begreppen mode och kläder kan skiljas åt genom att kläder fyller ett funktionellt syfte som att tillfredsställa våra fysiska behov och verkar som skydd. Mode däremot är ett abstrakt begrepp som uppfyller våra emotionella behov och som gör det möjligt för oss att uttrycka vår individuella personlighet. Mode kan även ses som en dynamisk process som skapar kulturell mening och interaktioner då ett visst mode skapar en identitetsbild för en viss social grupp eller klass. Kläder kan ha en stor inverkan på våra känslor och kan stimulera, ge energi eller en "feel good" känsla till bäraren. Kläder kan ses som ett fundamentalt kommunikationsverktyg i våra interaktioner med andra människor (Niinimäki, 2010). Kan det vara så att sällan-köpare konsumerar kläder och att ofta-köpare konsumerar mode? Det skulle kunna vara en förklaring till varför vissa köper kläder väldigt sällan mot de som köper kläder väldigt ofta. De som shoppar sällan kanske inte har samma nära kontakt med sitt inre som de som shoppar ofta, de kanske inte vet vad som skulle stärka deras självbild eftersom de inte experimenterat med sin identitet i samma utsträckning som de som shoppar ofta gör. De som shoppar sällan har kanske inte ett lika stort behov av att skilja sig från mängden som de som shoppar ofta har. Möjligtvis finner sällan köparen denna "feel good" känsla någon annanstans än i kläder och mode.

### *1.2.2 Individualisering*

Många gillar inte att klä sig som alla andra, de vill vara unika i sin stil och i sitt klädval. Det beror på att de har en rädsla för att bli en i mängden. Det är också kopplat till känslan att inte kunna kontrollera sitt eget öde, att misslyckas med att lämna ett synbart märke på världen och att bli en följare istället för ledare. Ofta är önskan om att vara unik relaterat till heroisk individualism såsom att klättra till toppen av den socioekonomiska stegen, uppnå makt, prestige och rikedom. Många säger att de vill vara uppdaterade vad gäller mode, vill ligga steget före och kan inte tänka sig att ha på sig det alla andra har. De ser kläder och stil som ett strategiskt instrument i en bredare inbillad social konkurrens. Kläderna fungerar som symboler för individualisering och som ett sätt att ständigt förändra sin identitet efter önskan och behov. Den upplevda individualiseringen och föränderliga kraft av kläder är en tro om att andra kommer att märka och bry sig om ens utseende. Den tron har fokus på identitetshandling och ett tyst antagande om att bli centrum av det sociala. Det här tankesättet visar även på hur en konsuments självkänsla och upplevda känsla av symboliskt kapital kan bli sammanflätad med frågor om att sticka ut genom sin klädstil (Thompson & Haytko, 1997). Förändrar ofta-köpare sin identitet efter behov? Till exempel att de har olika identitet vid olika tillfällen. De som shoppar ofta kanske utsätter sig för olika sociala sammanhang där det är viktigt att uttrycka vilka de är i ett tidigt skede. Att vara en i mängden kan medföra negativa aspekter och kan medföra att personen bara blir en i mängden som lätt glöms bort. Har ofta-köpare en sämre självkänsla än sällan-köpare? Eller kan det vara så att samma behov finns hos de som shoppar sällan men att de helt enkelt inte har tid och pengar att shoppa? Kanske väljer de att lägga tiden på andra saker som är relaterade till uppbyggnaden av en identitet och en unikhet hos dem som individer. Finns det skillnader i hur de två olika grupperna håller sig uppdaterade om stil och mode? Kanske räcker det för sällan-köpare att bara läsa om mode medan ofta-köpare vill vara uppdaterade genom att faktiskt shoppa de nya trenderna.

Unikhet är inte något som ges utan något som uppnås och som ständigt kan skadas och förstöras. Om unikhet är så högt värderat som en av förutsättningarna för självkänsla och självförtroende, så kan tänkesättet där image är grunden för identitet börja låta som ett grymt skämt. Erfarenhet visar att dagens konsumenter är mycket upptagna med äkthet av sina egna identiteter och med att andra ska uppfatta deras autenticitet. Konsumenterna spenderar mycket tid till att granska varandras äkthet, krystade stilar, gårdagens mode och falska identiteter (Gabriel & Lang, 2006). Finns det skillnader mellan de två grupperna vad gäller att se på andra och granska vad andra har på sig? Eller gör båda grupperna det lika mycket? Är det då så att de lägger in olika värden i vad unikhet innebär?

Det finns ett problem vad gäller differentiering och personifiering. Den vanliga sociologiska metoden är att tänka på individer som konstanta sökare för att kunna särskilja sig från andra. Det är istället koderna eller systemet av skillnader som gör att individer liknar och särskiljer sig från varandra. Det är i själva akten av specialiseringen som människor läser av och rättar sig efter koden. Den sociologiska metoden måste flytta sig från den ytliga nivån av medveten social dynamik till den omedvetna sociala logiken av tecken och koder. Med andra ord ligger förståelsen i nivå med djupare strukturer. Det är dessa strukturer som begränsar människor som bara kan avkoda meddelanden omedvetet. För att veta vad som ska konsumeras så att lättare kunna differentiera sig, måste människor läsa och anpassa sig till koden (Baudrillard, 1998). Vill de två grupperna differentiera sig på olika sätt? Rättar sig grupperna efter koden på olika sätt?

Tycker grupperna att det är lika viktigt att följa ”koden” eller väljer sällan-köpare medvetet att ställa sig utanför?

Sökandet efter den individuella njutningen, som formas av individens ägodelar, ändrar konstant riktning och fokus på grund av alla reklambudskap som når individens sinne. Det är det enda acceptabla substitutet för den solidaritet som finns bland arbetskamraterna och den kärlek och närhet som familjen kan erbjuda (Bauman, 2007). En identitet som inte kräver respekt från andra och som inte leder till självkärlek är meningslös. Brist på respekt från andra och brist på självkärlek leder till en splittrad identitet. Då hotar identitet, jaget, image och självbild att bli till en förlorare som lätt kan ersättas, som tappar sin särskiljningsförmåga och sin förtöjning. Identitet är inte bara en berättelse om vem vi är utan och en fantasi om hur och vem vi vill vara (Gabriel & Lang, 2006). Kanske har ofta-köpare en mer splittrad identitet än sällan-köpare. Det skulle kunna vara därför som ofta-köpare känner ett behov av att ständigt arbeta på sin identitet på ett annat sätt. De kanske jobbar för att få ihop sin egen identitet och experimenterar för att kunna hitta sig själva. Möjligtvis är de som shoppar ofta mer rädda att förlora sin identitet men också för att känna sig utbytbara.

Underklassen kan ses som kollektiva offer för den oavsiktliga skadegörelse som konsumtion för med sig. Underklass definieras som människor som hoppar av skolan, som är arbetslösa och unga ogifta kvinnor med barn. I kategorin ingår även uteliggare, tiggare, alkoholister och narkomaner. Vad alla dessa heterogena grupper har gemensamt är deras värde i andras ögon. I en värld där människor värderar varandra efter vad de äger står dessa grupper lågt i status. De ses som misslyckade konsumenter som världen skulle klara sig mycket bättre utan då de inte tillför något till den materiella verklighet människan lever i. Människan lär sig att vara en slösaktig konsument vilket är ett tecken på framgång och det finns vissa objekt och handlingar som leder till njutning och lycka. Att vara lycklig har blivit ett tecken på anständighet och inger respekt från omgivningen, på så vis är lycka en nödvändighet för mänsklig värdighet och självförtroende (Bauman, 2007). De som shoppar ofta kanske har en större rädsla för att tillhöra de lägre samhällsnivåerna och genom att shoppa får de både en högre social status och inbillad tillfällig lycka. Sällan-köpare har i så fall inte samma behov av att visa för andra hur mycket pengar och lycka de har. Eftersom underklassen inte har råd att shoppa kläder så faller de offer för konsumtionssamhället. Samma sak bör gälla för de människor som inte känner lika stort behov av att shoppa för att differentiera sig eller för att öka sin självuppfattning. Eller kan det vara så att de människor som kan shoppa men som många gånger medvetet väljer att avstå uppnår en högre status då de visar på en stor integritet. De låter sig inte påverkas av reklambudskapen som ständigt omger oss och visar därmed på en stark identitet.

### ***1.2.3 Kvinnor och konsumtion***

Kvinnor möter ofta samma problem och fråga ”Vad i all världen ska jag ha på mig?”. Det gäller både när de tittar in i sin garderob som när de är ute och shoppar. Det är det sociala och inte det individuella som bestämmer vad som är stil och mode. Det finns många olika situationer som kvinnor ofta känner att de hamnar i vad gäller kläder. Det handlar ofta om att de känner att de är trötta på att alltid få till det helt fel och att försöka passa in. Många shoppar även för att må bättre och tänker då att om du ser snygg ut så mår du bättre. Det finns en koppling mellan oplanerade impulsköp av kläder och depression, skuldmedvetenhet samt andra okontrollerade känslor. Ett tecken på en nära relation är om en person köper samma eller väldigt liknande kläder som någon

annan. Den andra finns då alltid med som en röst vilket kan ge en känsla av trygghet. Många kvinnor upplever också att det är svårt att veta hur de ska klä sig. Vad definierar gruppen som ledig klädsel? Om en kvinna känner att hon annars klär sig väldigt bra i kategorin ledig klädsel men gruppen definierar ledig klädsel på ett annorlunda sätt kan hon då ge med sig och klä sig sämre för att hon ändå vet att hon kommer förlora "tävlingen" (Clarke & Miller, 2002). Är det de som shoppar oftare de som också har lägre självkänsla och lättare för att få depressioner? Kanske känner de som shoppar ofta att de måste ha olika stilar för olika tillfällen. Det skulle betyda att de är mer splittrade i sin identitet eftersom de då har olika identiteter vid olika tillfällen. Om de vet att de kommer att hamna i en ny situation så känner de kanske att de vill shoppa en ny stil och därmed en ny identitet för att passa in i den nya gruppen. De som shoppar sällan har förmodligen mindre klädesplagg att välja mellan jämfört med de som shoppar ofta. De kan lättare anpassa sig till olika sociala situationer medan de som shoppar sällan kanske inte bryr sig om vad som är rätt och fel i olika umgängeskretsar.

Det finns en stark betoning på ett större socialt sammanhang inom mode. Kvinnors relation till kläder är starkt kopplat till ångest och osäkerhet. Det finns bevis för att estetik, smak och stil helt klart överskrider personliga särdrag hos kvinnor. Kläder och mode fungerar som ett uttryck för socialisering och makt. Individuell smak är endast konstruerat i förhållande till det större sociala rummet och andra utmärkelser såsom klass. Även personer med kunskap om stil och kläder uppfattar vardagliga estetiska val som en känsla av oro och ångest. Kvinnor kan ta till en mängd olika knep för att försäkra sig om sina klädval när de shoppar, allt från att ta med sig en vän till att ta hjälp av en stylist. Många kvinnor vet inte vad de gillar eller vad deras smak i kläder är utanför det sociala stöd som annars ger dem självförtroendet att veta det. En "make-over" eller förändring i en kvinnas garderob markerar ofta början till en ny och utforskad etapp i hennes liv (Clarke & Miller, 2002). Om kläder ger självförtroende är det då så att de som shoppar sällan har sämre självförtroende? Eller är det helt tvärtom att de redan har ett gott självförtroende som inte behöver bekräftelse i form av kläder.

Även om en kvinna har stor kunskap om stil, talar kunskapen inte om för henne vad hon själv gillar. Att veta vad hon själv gillar är lika med att veta vem man själv vill vara i relation till andra och hur hon vill att andra ska reagera på det hon gör. Många kvinnor väljer svarta kläder eftersom det är mindre individuellt och mindre uttrycksfullt än andra alternativ. Samma sak gäller enfärgade kläder kontra mönstrade kläder. Det ger bäraren en känsla av acceptans från andra men samtidigt känner bäraren sig besviken eftersom hon kunde ha valt något mer ambitiöst. Problemet med andra alternativ än svart är det är mer riskfyllt samtidigt som det ger en större möjlighet till ett kreativt uttryck (Clarke & Miller, 2002). Möjligen vill ofta-köpare vara på olika sätt vid olika tillfällen för att kunna passa in i gruppen men ändå kunna särskilja sig från gruppen på samma gång. De som shoppar ofta kanske bär på en större osäkerhet kring hur de uppfattas och hur de själva vill bli uppfattade. De som shoppar sällan kanske vet exakt vad de gillar och är mer kräsna och har en mer utpräglad stil än de som shoppar ofta. De vet vad de vill ha och hur de vill att omgivningen ska uppfatta dem. Möjligtvis väljer de som köper kläder mer sällan oftare enfärgade eller svarta kläder eftersom de tycker att det alltid passar in och därmed inte behöver ha så stor garderob.

### **1.3 Problem**

Hur ser förhållandet mellan klädkonsumtion och identitet ut i olika konsumtionsmönster, det vill säga om konsumenterna köper nya kläder ofta eller sällan?

### **1.4 Syfte**

Att beskriva den mening konsumtion av nya kläder har för konsumenter som köper kläder ofta i jämförelse med dem som köper kläder sällan.

### **1.5 Frågeställning**

Vilka underliggande motiv och beteenden finns i konsumenternas konsumtionsmönster?

### **1.6 Avgränsningar**

Vi har sökt kvinnliga respondenter i åldersgruppen 20-29 år eftersom det är de som handlar kläder oftast. Eftersom vi vill jämföra de som köper kläder ofta med de som köper kläder sällan valde vi denna grupp för att det ger störst kontrast och ger tydligast bild.

### **1.7 Centrala begrepp**

**Mode:** Uttryck för tidsandan och dess ideal, förmedlade genom kläder. Klädmodet förändras ständigt i takt med samhällets värderingar och villkor, exempelvis dess politik, etik och estetik.

**Kläder:** Uppfyller ett fysiskt behov hos människan genom att verka som skydd.

**Identitet:** Individens medvetenhet om sig själv, sin kropp, sin personlighet och sin förmåga till självbestämmande.

**Hållbarhet:** En utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.

**Köper ofta:** Köper nya kläder två eller fler gånger per månad.

**Köper sällan:** Köper nya kläder max en gång per kvartal.

### **1.8 Studiens disposition**

**Kapitel 1:** I rapportens första kapitel presenteras inledning som främst består av bakgrund och problemdiskussion. I första kapitlet beskrivs även studiens problem, syfte och frågeställning.

**Kapitel 2:** I detta kapitel beskrivs och motiveras de val av metoder som använts under uppsatsens gång. I kapitlet diskuterar vi främst fenomenografi, kvalitativ metod, intervjuer, respondenter samt val av sammanställning och analysmetod.

**Kapitel 3:** I kapitlet presenteras den fenomenografisk analys som gjorts. Här har vi valt att analysera kring sex olika beskrivningskategorier; tillhörighet, shopping och känslor, kläder som verktyg, självkänsla, jämföra sig med andra och hållbarhet.



Kapitel 4: Här analyseras data mot problemdiskussionen samt jämför de två olika grupperna, de som köper nya kläder ofta mot de som köper nya kläder sällan.

Kapitel 5: Kapitlet presenterar resultatet av studiens huvud- och delproblem.

## 2. Metod

---

*I detta kapitel beskrivs och motiveras de val av metoder som använts under arbetets gång. Fokus ligger på en diskussion om fenomenografi och de olika val inom kvalitativ metod som vi valt att använda oss av.*

---

### 2.1 Vetenskaplig forskning

Vetenskaplig verksamhet syftar till att förstå hur världen hänger samman eftersom en sådan förståelse är av nytta för oss människor. Att förstå hur världen hänger samman innebär att kunna beskriva, förklara och se konsekvenserna av de samband som existerar mellan olika företeelser och i det mänskliga livet. Forskningen erhåller sin legitimitet genom nyttan med forskningen. I många fall bedrivs forskningen på intuition eller på chans, rätten att misslyckas är mycket viktig för att främja kreativiteten och djärvheten i forskningen. Forskaren måste dock fråga sig själv hur den forskning som han eller hon bedriver passar in i det större pussel som de samlade vetenskapliga arbeten utgör (Bjereld et al. 2002).

### 2.2 Fenomenografi

Fenomenografins grundenhet är ett sätt att erfara, alltså uppfatta, någonting. Forskningens objekt är variationen i sättet att erfara ett fenomen. Ansatsen vill beskriva fenomen i världen utifrån hur andra betraktar dem och beskriva variationen i dessa betraktelser (Marton och Booth, 2000). Vi valde den fenomenografiska ansatsen till vår analys då den tar hänsyn till de variationer som kan förekomma i det insamlade materialet. Tillsynes vill vi ta reda på respondenternas uppfattningar om kläder. Vi är intresserade av att undersöka vilka motiv de som köper nya kläder ofta respektive de som köper nya kläder sällan har samt vilka underliggande beteenden som finns i respondenternas konsumtionsmönster.

Vi kom först i kontakt med fenomenologi som liksom fenomenografi har en empirisk inriktning där den mänskliga erfarenheten utgör forskningsobjektet. Skillnaden är att fenomenografien syftar till att studera andras erfarenheter medan fenomenologi utforskar egna erfarenheter (Marton och Booth, 2000). Vårt syfte är att beskriva den mening konsumtion av nya kläder har för konsumenter som köper kläder ofta i jämförelse med dem som köper kläder sällan. Fenomenografi passar då vi vill få fram omedvetna tankar och åsikter hos respondenterna. Inom fenomenografien är sättet att erfara världen, fenomen och situationer ofta tagna för givna av de som erfar, därför är de inte heller medvetna om dem. Det är de bakomliggande sätt att uppfatta världen, fenomenen och situationerna som studeras (Marton & Booth, 2000).

### 2.3 Kvalitativ metod

Inom forskning finns det två metodiska inriktningar, kvalitativ och kvantitativ forskningsinriktning. Det är två olika metoder för framställning, bearbetning och värdering av material som tagits fram (Trost, 2005). Inom fenomenografi faller det sig naturligt att använda sig utav en kvalitativ metod. För att ta del av vår målgrupps uppfattningar och tankar kring vårt problem ansåg vi att djupintervjuer var det mest passande alternativet.

Själva termen kvalitet innebär att metoden syftar till att undersöka vilka kvaliteter eller egenskaper en företeelse har (Bjereld et al. 2002). Den kvalitativa inriktningen används för att få

fram attityder, värderingar, känslor och beteenden. Den underliggande meningen och helhetsförståelsen är viktiga delar i kvalitativ metod (Trost, 2005).

Inom den kvalitativa metoden sker uppbyggnaden och verifieringen av teorin ofta genom en pendling mellan möjliga teorier och den konkreta verkligheten. Denna sammanblandning kan ses som en svaghet då förförståelsen och de första datainsamlingarna kan styra forskningsarbetet i en sådan riktning att slutsatserna blir självverifierade. Den teoretiska förankringen kan också vara en styrka då en väl underbyggd teori kan konkretisera och belysa verkligheten så att den blir förståelig som uttryck för något generellt. Inom forskningen är uppgiften dock snarare att skapa teorin genom att forskaren pendlar mellan sin förförståelse och det empiriska arbetet. Vanligtvis är antalet pendlingar begränsade i den kvalitativa metoden, det är då viktigt att vara medveten om att färre pendlingar ökar risken för att hamna i en monstruös teori som är sönderhackad på grund av en felaktig förförståelse (Kjaer Jensen, 1995).

### **2.3 Vetenskaplig ansats**

Abduktion besitter drag från både induktion och deduktion (Alveson och Sköldberg, 2008). Induktion bygger på empiri som sedan utvecklas till en teori, deduktion utgår från teori och samlar in empiriska fakta utifrån den. (Thurén, 2006). Abduktionen kan liknas vid en hermeneutisk spiral, det vill säga en tolkning av fakta som vi redan har en viss förförståelse för. Metoden innefattar således en upprepad process av pendling eller alternering mellan empiri och teori. (Alvesson & Sköldberg, 2008). Vi inledde vårt uppsatsarbete med att läsa in oss på ämnet då vi båda två hade begränsade förkunskaper. Vi har sedan varvat empirinsamling i form av djupintervjuer med insamling av teori på området.

### **2.4 Sekundärdata**

Sekundärdata är data som redan samlats in av forskare. Vid litteratur sökningen kan det vara fördelaktigt att gå via bibliotekens databaser. Författarna måste då veta vilka sökord eller nyckelord som är lämpliga. Genom att gå tillbaka till ursprungskällan, det vill säga den bok eller den artikel som forskaren hänvisar till i sitt verk kan författaren själv bilda sig en uppfattning om teorierna. Att följa hänvisningskedjor gör att författarna kan ringa in de verk som är centrala för ämnesområdet (Ejvegård, 2003). Vi inledde vår uppsatsperiod med att närvara vid en av bibliotekets sökutbildningar för att vara säkra på att vi snabbt och smidigt skulle kunna hitta den teori som passade vårt valda ämnesområde. Till vår uppsats har vi valt att sträva efter att alltid gå tillbaka till ursprungskällan. Även om det var tidskrävande ansåg vi det nödvändigt både för vår egen skull för att skapa en tydlig förståelse om ämnet men också för att uppsatsens trovärdighet och relevans. För att anta ett så brett perspektiv som möjligt har vi valt att varva klassiska teorier med nyproducerade teorier på området.

### **2.5 Primärdata**

Primärdata är fakta som samlas in för första gången. Datainsamlingen är skraddarsydd för en specifik problemställning (Jacobsen, 2002). Vi har valt att utföra 14 djupintervjuer, varav 7 stycken är med sällan-köpare och 7 stycken är med de som köper kläder ofta. Eftersom vi vill undersöka variationerna mellan våra respondenters bakomliggande behov och tankar om ämnet fann vi att kvalitativa intervjuer var fördelaktigt. Fenomenografin fokuserar på olika sätt att erfara fenomen, dock är inte syftet att hitta den unika essensen istället vill fenomenografer finna variationens arkitektur i det insamlade materialet (Marton & Booth, 2000).

## 2.6 Intervjuer

Vi har valt att sträva efter att genomföra våra kvalitativa djupintervjuer ansikte mot ansikte, det för att lättare få en personlig kontakt och att få respondenten att öppna sig för oss vid intervjun. Det kan få respondenten att ha lättare att prata om saker som kan vara personliga och känsliga och det skapar en förtrolig stämning. En anledning till att inte välja telefonintervju är att det inte lämpar sig för öppna, personliga intervjuer (Jacobsen, 2002). Då vi har haft en fast intervjuguide och i den mån vi inte har kunnat träffa respondenten ansikte mot ansikte har vi genomfört ett fåtal intervjuer över telefon och via Skype. Vi har dock inte haft något problem med att få respondenterna att öppna upp sig för oss. Det som vi riskerar att missa under en telefonintervju och intervju via Skype är möjligheten att observera respondentens reaktioner och uppträdande (Jacobsen, 2002).

Vi har använt oss utav en intervjuguide med fast tema, fast ordningsföljd och där respondenten enbart svarat med öppna svar. Med öppna frågor uppmanas respondenten att ge uttryck för en åsikt, i bemärkelsen något värdeladdat. Det är lätt att gå vidare med en följdfråga som ”Varför då?”. Ju öppnare frågorna är desto lättare är det att finna något i svaren som forskaren kan gå vidare med (Jacobsen, 2002). De kvalitativa intervjuerna medförde att vi fick utrymme att vara flexibla och ställa de följdfrågor vi ansåg nödvändiga för att få ut så mycket som möjligt av varje intervju.

Intervjuerna har skett i olika miljöer. Delvis har några intervjuer genomförts i respondenternas hem men också i neutrala offentliga miljöer som på ett fik. Respondenten har själv fått välja plats. Det har vi gjort för att respondenten ska känna sig så trygg och avslappnad som möjligt. Det flesta miljöer har både för- och nackdelar, allt påverkar intervjun i en eller annan form. Därmed är det omöjligt att säga att en kontext är bättre eller sämre än en annan. Vad en undersökare bör vara medveten om är hur situationen kan påverka den information som fås genom intervjun (Jacobsen, 2002).

Vi har valt att inte berätta om avsikten med vår intervju och vad vi vill få fram av den då det kan få respondenten att ge osanna, inexakta och riktade svar. Vi har endast låtit respondenterna fått veta att vi genomför en intervju som handlar om mode och därmed låtit bli att avslöja att vi är intresserade av identitets- och hållbarhetsfrågor. Intervjuerna har inletts med allmänna frågor kring mode. Det är inte särskilt klokt att inleda ett samtal med komplexa och invecklade frågor som kräver mycket av respondenten, det kan även leda till att hela samtalet låser sig (Jacobsen, 2002).

Intervjuerna har blivit bandade för att vi ska slippa anteckna för mycket under tiden, därmed undvek vi att respondenten kände att vi var ouppmärksamma på vad hon sade. Det är också fördelaktigt eftersom vi lättare kan gå tillbaka och lyssna på svaren igen om det är någonting vi glömt eller vill förtydliga. Det är också bra då vi kan använda direkta citat för att ge vissa argument mer tyngd. Det är också lättare att upprätthålla en naturlig dialog under intervjuens gång (Jacobsen, 2002).

### 2.6.1 Respondenter

Det är viktigt att veta vad urvalet står för, samt att veta vilken population som urvalet är en miniatyr av. Urvalet ska vara heterogent inom en given ram, det ska finnas variation men inte mer än någon enstaka person är extrem eller ”avvikande”. Urvalet ska helst vara heterogent inom den givna homogeniteten (Jacobsen, 2002). Vi har använt oss utav ett strategiskt urval, vilket innebär att vi först väljer ut ett antal variabler som är av teoretisk betydelse. Vi har då valt att använda oss utav två variabler, nämligen konsumenter som köper kläder ofta och konsumenter som köper kläder sällan. Sedan har vi valt ut kategorier och då var vårt mål att i denna studie studera unga kvinnor i åldern 20-29.

Tabell 1: Respondenter

Respondent	Ålder	Bor	Sysselsättning	Shoppar
A	26	Mariestad	Florist	Ofta
B	23	Göteborg	Student	Ofta
C	22	Göteborg	Student	Ofta
D	26	Mariestad	Student	Ofta
E	26	Göteborg	Socionom	Ofta
F	23	Göteborg	Butiksanställd	Ofta
G	23	Sandefjord	Vaktmästare	Ofta
H	23	Dals Långed	Student	Sällan
I	29	Göteborg	Student	Sällan
J	26	Göteborg	Student	Sällan
K	29	Anderstorp	Servitris	Sällan
L	25	Kristinehamn	Arbetsökande	Sällan
M	22	Göteborg	Student/Extra jobb	Sällan
N	23	Göteborg	Arbetsökande	Sällan

Tabellen ovan visar vilket utfall vi fick. Bland de som köpte kläder sällan var en 22 år, två stycken 23 år, en 25 år, en 26 år och två stycken 29 år. Av de som köpte kläder ofta var en 22 år, tre stycken 23 år och tre stycken var 26 år. Utfallet blev alltså unga kvinnor mellan 22-29 år. Vi fann inga svårigheter med att hitta respondenter som köper nya kläder ofta dessvärre visade det sig vara problematiskt att hitta respondenter som köper nya kläder sällan. Tabellen ovan visar bostadsort och vilken sysselsättning respondenterna har. Många utav våra respondenter är studerande och har därmed en begränsad ekonomi. Vi har dock understrukit för våra respondenter att ekonomi inte får vara en orsak till att de shoppa nya kläder sällan.

Antal intervjuer bör avgränsas till ett fåtal, eftersom det är en tidskrävande metod, men stäva efter att få så bra kvalitet som möjligt på intervjuerna. (Trost, 2005). Avsikten med intervjuerna är ofta att klarlägga ett fenomen. I många sammanhang kan det vara intressant att välja ut helt extrema respondenter, till exempel de med det mest extrema beteendet (Jacobsen, 2002). Vi har valt att intervjua personer som köper nya kläder ofta samt de som köper kläder sällan, för att kunna undersöka deras tankar och idéer. Vi har valt målgruppen unga kvinnor eftersom det är de som köper mest kläder. På så vis kunde vi urskilja och undersöka två extrema beteenden.

## 2.8 Rapportens giltighet

### 2.8.1 Vetenskapligt synsätt

Varje vetenskapligt arbete skall vara sakligt, objektivt och balanserat. Uppsatsens disposition och de metoder som används kan betraktas som hjälpmedel för att uppnå dessa kriterier. Att ett arbete är sakligt innebär först och främst att de uppgifter som anges är sanna och riktiga. Det är viktigt att författarna tar god tid på sig att kontrollera samtliga uppgifter som presenteras i uppsatsen. Om premisserna är felaktiga och osakliga blir även slutsatserna felaktiga och osakliga (Ejvegård, 2009). Vi har i största möjliga mån gått tillbaka till ursprungskällan till de teorier vi läst. På så vis har vi reducerat andra forskares och författares tolkningar av teorin och istället kunnat återge teorierna direkt från originalkällan.

Att skriva ett arbete på vetenskaplig nivå kräver att forskaren antar ett objektivt synsätt i sina studier. Dock är det svårt att vara helt objektiv då undermedvetna fördomar och åsikter kan vara svåra att upptäcka och därmed också svåra att undvika (Ejvegård, 2009). Som tidigare nämnt hade inte vi stora kunskaper inom ämnet innan vi påbörjade undersökning, därför hade vi inte heller några åsikter om vår forskningsfråga innan vi påbörjade undersökningen. Detta hjälpte oss till stor del att sträva efter ett objektivt tankesätt genom hela undersökningen. Det finns även ett objektivitetskrav vad gäller ordval, då författaren inte bör använda värdeladdade ord om det finns mer neutrala ord att tillgå (Ejvegård, 2009).

Både saklighet och objektivitet kan ingå i balansbegreppet. Att sträva efter en balans i arbetet innebär att det forskaren behandlar ska tilldelas rätt utrymme i framställningen. De viktigaste resonemangen och slutsatserna bör få ett större utrymme än andra oviktiga detaljer. (Ejvegård, 2009).

### 2.8.2 Validitet

Om en studie anses ha hög validitet innebär det att forskaren har undersökt det han eller hon avsåg att undersöka (Ejvegård, 2009). Validitet är beroende på *vad* som mäts medan reliabilitet är beroenden på *hur* det mäts (Bjereld et al. 2002). Inom den empiriska forskningen måste teoretiska begrepp översättas till operationella indikatorer. En undersökning som framgångsrikt lyckas med att översätta begreppen besitter en hög begreppsvaliditet. Översättningarna kan dock alltid ifrågasättas, exempelvis så kan det vara svårt att ta reda på vem som bestämmer inom en organisation genom att fråga människor rakt upp och ner (Esiasson et al. 2007). Vi är medvetna om att vårt ämne kan vara känsligt att pratat om, därför har vi varit försiktiga när vi formulerat frågorna i intervjuguiden. Vi har ställt öppna frågor så att vi sedan har kunnat utläsa meningar i svaren, vi har alltså inte ställt några direkta och precisa frågor till respondenterna. För att vår undersökning ska hålla en hög begreppsvaliditet har vi noga analyserat vårt empiriska material.

### 2.8.3 Källkritik

Sekundärdata är baserat på upplysningar som är insamlade av andra och innebär därför att informationen har samlats in i ett annat syfte och för en annan problemställning. Därför bör användningen och urvalet av sekundärdata göras utifrån en kritisk synvinkel. När data samlas in bör forskaren titta på varifrån data kommer och vem som samlat in den. Det är viktigt att lägga stor vikt på hur trovärdiga källorna är och titta på om källorna har några motiv eller ger en skev bild (Jacobsen, 2002). Vi har tagit del av klassiska och välkända teorier inom vårt problemområde

för att upprätta en bred teoretisk bas och överblick. Dessa har vi varvat med nya teorier för att få en utförlig och uppdaterad bild av den forskning som redan existerar.

#### **2.8.4 Metodkritik**

Då vi har analyserat data utefter egen förmåga har vi fått fram en slutsats, om någon annan analyserat samma data hade de kanske till viss grad fått en annan slutsats. Vi tror dock att den inte blivit helt annorlunda då vi ändå har försökt analysera ur alla tänkbara perspektiv och stävat efter objektivitet.

### **2.9 Sammanställning och analys**

Vårt omfattande empiriska material har krävt att vi uppehållit en bestämd struktur för att kunna bearbeta och analysera materialet så grundligt som möjligt. Vi har valt att utföra två olika analyser med olika perspektiv. Den första analysen är en fenomenografisk analys medan den andra analysen antar ett jämförande perspektiv med återkoppling till problemdiskussionen. I den fenomenografiska analysen tar vi inte hänsyn till skillnaderna mellan de två grupperna. Istället ville vi undersöka fenomenet att köpa nya kläder och vi fick då sätta vår förståelse för de skillnader som redan var identifierade mellan grupperna inom parantes. Istället fokuserade vi på att finna meningen bakom våra respondenters behov av att köpa nya kläder.

Inom fenomenografin antar forskaren en lärande roll och söker efter mening och struktur i det fenomen som studeras (Marton & Booth, 2000). I vår analys av intervjuerna har vi strävat efter att uppehålla ett öppet synsätt utan egna värderingar och föreställningar för att tyda och tolka respondenternas subjektiva uppfattningar om ämnet. Vi läste igenom intervjuerna noga ett flertal gånger för att lära känna texten som helhet och för att söka rätt på det som eventuellt stod att läsa mellan raderna. Vi tilldelade sedan varje respondent en bokstav istället för namn och radade upp samtliga svar under respektive fråga. På så sätt visste vi inte om den svarande köpte kläder ofta eller sällan och vi kunde därmed avhålla våra egna personliga åsikter och fördomar. Därefter läste vi igenom materialet för att få ett helhetsintryck och vi kunde därefter påbörja vår analys. Trots vår strävan efter objektivitet kan vi inte bortse ifrån att det är vi som tolkare av materialet som har betydelse för hur analysen utformas och tolkas.

För att analysera vår data har vi tittat på olika beskrivningskategorier och valt de kategorier som vi tycker är tydligast och mest framträdande i intervjuerna som helhet. Från början har vi läst intervjuerna på ett mer ytligt plan, alltså utefter vad respondenterna säger. I den fenomenografiska analysen har vi analyserat vad det är respondenterna egentligen säger, alltså vad de egentligen menar, de underliggande motiven. Vi har tillsammans läst igenom och diskuterat fråga för fråga för att vara säkra på att vi inte missat någon viktig detalj och för att få en så djup och mångsidig analys som möjligt. När forskaren beskriver skilda sätt att uppfatta ett fenomen ger denne en ofullständig bild av fenomenet då han eller hon utgår från intervjupersonens utsagor. Dock är det denna bild av fenomenet som utgör forskarens beskrivning. Målet är att beskrivningskategorierna ska anta ett heltäckande perspektiv så som det uttrycks av den kollektiva gruppen, ingenting ska lämnas outtalat (Marton & Booth, 2000).

En beskrivningskategori beskriver ett sätt att uppfatta ett fenomen. En beskrivningskategori och en uppfattning åtskiljs inte inom fenomenografin, eftersom det inte går att beskriva något utan en beskrivning och det finns ingen beskrivning utan något att beskriva till varandra. Det som kan

antas vara på ett sätt kan framträda på olika vis då det betraktas från olika utgångspunkter (Marton & Booth, 2000). Vi har analyserat meningarna ur sex olika perspektiv; tillhörighet, shopping och känslor, kläder som verktyg, självkänsla, jämföra sig med andra och hållbarhet. Vi har i varje kategori läst in, utefter egen förmåga, vad det är respondenterna egentligen menar då de pratar kring frågorna. Vi har alltså tittat på vad respondenterna egentligen menar istället för att titta på det som de säger.

I den jämförande analysen har vi tagit hänsyn till de skillnader som vi fann mellan de som köper kläder ofta och de som köper kläder sällan. I denna analys återkopplar vi våra respondenters svar till vår bakgrund och problemdiskussion för att diskutera de frågor som uppkom under teoriinsamlingen.



### 3. Fenomenografisk analys

---

*I kapitlet presenteras den fenomenografiska analys som gjorts. Sex olika beskrivningskategorier analyseras; tillhörighet, shopping och känslor, kläder som verktyg, självkänsla, jämföra sig med andra och hållbarhet.*

---

#### 3.1 Mode

##### 3.1.1 Tillhörighet

Att känna tillhörighet till en grupp eller känna acceptans av samhället kan spela stor roll för individens välbefinnande. I den här beskrivningskategorin vi vill undersöka i vilken grad våra respondenter känner ett behov av att passa in och känna tillhörighet. Under våra intervjuer hävdar flertalet av våra respondenter att de inte lägger någon vidare stor vikt vid trender samt att de inte tycker det är speciellt viktigt att hålla sig uppdaterad om de senaste trenderna. Några menar dock att de inte har något val eftersom det är vad affärerna tillhandahåller.

*”Inte viktigt med trender, jag tycker det är tråkigt att se ut som alla andra jag köper ju i vanliga klädaffärer men jag vill inte följa trenden för det. Köper ju kläder där alla andra köper sina kläder men vill inte följa trender. Jag vill köpa kläder som är jag. Håller mig till min stil.”<sup>1</sup>*

När vi går tillbaka och tittar var de senast köpte kläder visar det sig att de flesta inköp har gjorts hos affärer som H&M och Vero Moda. Vi anser att detta är klädaffärer som uppdaterar sina kollektioner enligt de senaste trenderna. Även om våra respondenter menar att de inte bryr sig om trender väljer de ändå att gå till butiker som följer trender. Vi ställer oss då frågan om våra respondenter känner att de inte vill erkänna att de följer trender då det kan upplevas som opersonligt. Att merparten av våra respondenter proklamerar att de inte följer trender men ändå köper kläder i klädaffärer som erbjuder trendiga kläder kan även visa på att de anser att det är tryggt att köpa kläder där *alla andra* köper sina kläder eftersom det inger en känsla av tillhörighet. Det kan också vara så att de väljer de butiker som lättast finns tillgängliga, butiker som H&M och Vero Moda återfinns på de flesta orter i Sverige vilket medför att de flesta köper sina kläder i dessa butiker.

Då vi frågade respondenterna vad de anser om mode visar det sig att de har en mer positiv inställning till mode än till trender, det kan därför anses vara ett mer accepterat begrepp. Vi tolkar det som att respondenterna uppfattar mode som ett större begrepp än trender som de anser går över fortare. Merparten vill framhäva att de faktiskt har viss koll på modet men att de inte följer det slaviskt.

*”... Jag tycker ändå det är kul att följa mode för att visa att man är modern, jag mår bra av det. Men jag bryr mig inte om min kompis har moderna kläder eller inte.”<sup>2</sup>*

Flertal respondenter är noga med att förklara att de inte vill vara *helt ute*, utan att de faktiskt är medvetna om vad det är som är modernt just nu. Det kan tolkas som att det är viktigt att visa upp för omgivningen att de faktiskt bryr sig om vad de har på sig och att de hänger med i modet. Vi

---

<sup>1</sup> Respondent F

<sup>2</sup> Respondent B

tror att det kan vara för att respondenterna vill sträva framåt och hela tiden visa upp sitt bästa jag. Genom att visa att de har det senaste inom mode så ger det dem en känsla av att ha lyckats förstå de osynliga sociala reglerna.

### 3.1.2 Shopping och känslor

Många ser kläder och shopping som ett nöje. I denna beskrivningskategori tar vi upp vilka känslor som infinner sig då intervjuobjekten köper nya kläder. För vissa av våra respondenter inger ett nytt klädesplagg en lustfylld känsla medan andra känner ångest inför nya kläder. Dock känner de flesta en tillfredsställelse när de väl hittar något som motsvarar deras förväntningar och som de trivs med. En respondent upplever tillfredsställelsen som större då ett nytt inköp har gjorts spontant utan planering.

*”... När man köper sådant som man verkligen behöver känns det ju bara tråkigt rakt igenom, ett jobbigt ont, som ett måste. Den glada känslan kommer ju när man springer på något på stan som man inte kan överleva utan om jag inte får ta med mig den här hem, mer spontant.”<sup>3</sup>*

Att respondenter upplever detta tror vi kan bero på att spontana köp inte bottnar i ett behov utan snarare upplevs som någonting lyxigt. Istället för att mätta ett behov så tillfredsställs *ha begäret*. Möjligtvis upplevs inte behov som någonting lustfyllt då köparen redan vet vad hon kommer att få. Ett spontant köp kan kännas som en triumf och köparen får känslan av att ha lyckats.

En lyckad shoppingtur inger ett ökat självförtroende och en känsla av välbefinnande hos våra respondenter. Nya kläder kan alltså verka som ett hjälpmedel för att må bättre just för stunden. De får en kick av att ha hittat något bra och de känner sig upprymda över det nya klädesplagget. En respondent menar att det är viktigt att ha rätt kläder för varje situation.

*”... Shopping är alltid lustfyllt för mig. Det kan väl vara en slags belöning ibland men jag tänker oftast inte så. Shopping finns som inspiration till att göra något, jag kan köpa kläder för att ha lämpliga kläder till en speciell aktivitet, som att träna, gå ut och dansa eller gå ut på en pub. Om jag inte har en outfit som passar till att gå ut och dansa eller gå ut och sätta mig på en pub så kan jag hoppa över det.”<sup>4</sup>*

På detta sätt styr känslorna till kläderna vad som är passande för tillfället. Kläderna spelar därmed en central roll för sociala aktiviteter, rätt kläder vid rätt tillfälle kan bringa självförtroende till bäraren. Andra respondenter medger att de gärna vill köpa nya kläder inför någon speciell händelse, exempelvis inför en fest eller inför nyår. För att få den rätta känslan inför händelsen kan det vara viktigt att känna att klädseln är rätt och passar för just det tillfället. Vi tror att *rätt* kläder ger självförtroende och köparen minskar risken för att känna sig underlägsen. Vid festtillfälle vill de flesta kvinnor vara säkra på att inte vara varken för uppklädd eller för ledigt klädd, då kan känslan av att gjort ett felaktigt val infinna sig och att hon hamnar utanför gruppen.

---

<sup>3</sup> Respondent F

<sup>4</sup> Respondent E

## 3.2 Identitet

### 3.2.1 Kläder som verktyg

Respondenterna anger att det är genom kläder personlighet visas, vilka de är, åsikter och ståndpunkter. De menar att det till och med syns vilken politisk åsikt en person har genom kläderna. Kläder ger ett första intryck. Vissa respondenter anger att det är kläderna som ger dem en identitet, att det är genom kläderna de visar vilka de är samtidigt som de visar vem de vill vara. Genom att använda vissa typer av kläder tar respondenterna ställning till olika saker. De berättar att de läser in uppfattningar i andras klädstil och därför vill de göra sig tydliga inför andra. Samtidigt uppger några att de känner att det kräver större inkomst för att kunna visa vilka de är. Vi tolkar det som att dyrare kläder och märkeskläder ger respondenterna en bra känsla eftersom det visar för omgivningen att de har pengar. Att visa genom kläder att respondenterna har hög inkomst tolkar vi som att de vill uppfattas som framgångsrika.

*”Alla personer är ju unika i och för sig, ingen är ju som alla andra men jag tycker inte att jag står ut ur mängden. Men det är roligare om jag har kläder som jag tycker om och som visar min personlighet. Man mår ju bättre då. Men det kräver nog större inkomst.”<sup>5</sup>*

Ordet *kläder* har mer betoning på funktion och vissa påpekar att det finns kläder som inte är mode och att det är genom de kläderna som de visar vem de är. De flesta säger att de inte köper trender men att de ändå köper i de butiker som erbjuder trendiga plagg. De flesta köper sina kläder hos stora kedjor och det är därför svårt att urskilja sig ur mängden och vara unik. Därför uppfattas begreppet kläder som mer identitetsskapande än trendiga och moderiktiga plagg. Vi anser att de som köper mycket modeplagg därför inte kan uttrycka sin identitet i dessa och kan därmed inte uttrycka sig själva. De kan därför ha ett större behov av att köpa mer kläder. Respondenterna menar att det är svårt att vara unik, men att det uppfattas som positivt att ha en egen stil som skiljer dem från mängden. Människor med en egen stil uppfattas som människor med bra självförtroende. Vi tror att de kan ha att göra med uttrycket *syns du inte så finns du inte*.

Många ändrar stil från dag till dag för att passa in i olika sammanhang och i olika grupper. Respondenterna tycker att det är kul att visa olika stilar. Det är viktigt att ha en klädstil som gör att de passar in, samtidigt som det ska passa ålder och jobb samt vara snyggt och passa individen. Respondenterna menar att de klär sig efter vad de ska göra och vem de ska träffa. Respondenterna vill vara allt på en gång och passa in vid alla tillfällen, vilket ger en splittrad identitet. Det kan vara en utav anledningarna till att människor idag shoppar mycket kläder, det behövs inte bara en garderob utan en garderob för varje tillfälle. De klär sig efter gruppens kod för att bli likvärdigt behandlade som övriga i gruppen. Citatet nedan visar hur en respondent resonerar kring sin klädstil.

*”... När jag är på handels så visar mina kläder att jag studerar business och att jag hör till där. Samma sak på jobbet. Även när jag går till dansen. Jag klär mig enligt de sociala koder som finns i respektive grupp för att visa att jag hör till dem.”<sup>6</sup>*

Många respondenter menar att de oftast väljer svarta kläder men att de inte vet varför de oftast

---

<sup>5</sup> Respondent B

<sup>6</sup> Respondent C

väljer svart. Det ger trygghet att vara en i mängden. Samtidigt säger de att nedtonade kläder används av människor som vill vara mer privata och dämpade. Ändå har ingen respondent angett att de vill vara privata och anonyma utan att det handlar om att synas och sticka ut ur mängden. De vill genom sina kläder visa att de inte är rädda för att synas samtidigt som de inte vill sticka ut för mycket. Vi tror att det kan bero på att de inte vill exponera sin identitet för omgivningen eftersom det kan upplevas som mer sårbart. Att välja svart är ett säkert val då det passar in i de flesta sammanhang. Genom uttrycket *den lilla svarta* har vi fått lära oss att svart alltid är rätt (Seeling, 2001).

*”Jag vill att folk ska tänka att jag verkar häftig, tuff och söt. Att jag vill synas och sticka ut lite ur mängden, jag vill inte synas mest men jag vill inte tillhöra den grå massan, utan jag vill stå lite bredvid.”*<sup>7</sup>

Vissa av respondenterna anser att det är viktigt att hänga med och bry sig om mode samtidigt som de inte vill visa för stort intresse utan att de är lättsamt inställda till mode och trender. Respondenterna vill visa att de inte köper märkeskläder för att vara märkvärdig, de vill inte ha för mycket modeplagg och inte heller uppfattas som ett ”modelejon”.

### 3.2.2 Självkänsla

Den främsta anledningen till att köpa nya kläder är att självkänslan förbättras. Respondenterna känner sig finare, snyggare, fräschare och nöjdare i nya klädesplagg. De menar att känslan är som bäst och starkast första gången de använder ett nytt plagg och det ger ett bättre självförtroende. Vid speciella tillfällen vill respondenterna ha snyggare kläder, de upplever det som att det då kommer att vara fler som tittar på dem. De sparar nya kläder till speciella tillfällen då det får dem att känna sig finare och får dem att må bättre. Det kan vara till fest, dop eller mer vardagliga saker som en fika med en kompis. Respondenterna anger även att det är viktigt att känna sig bekväm i kläderna för att må bra.

*”Det är ett uttryckssätt som kan reflektera hur man känner sig men det kan också göra hur man känner sig. Jag kan känna mig nöjd om jag är fin. Kläder i sig kan påverka hur man mår om man har kläder som man är nöjd med så kan det väga upp ett dåligt humör och tvärtom.”*<sup>8</sup>

Många anger dock att kläder är ett måste och ett onödigt ont. Om de inte trivs i ett plagg kan de känna sig utklädd och må sämre. På nätverket Facebook läggs bilder ut från gårdagens fest och då kan hela världen se vilka kläder de hade på sig. Det gör att de känner att de inte kan ha samma kläder igen då de inte känner sig trygga med det. Det beror på rädsla för att uppfattas som tråkig eller fattig. Respondenterna anger att de tittar på andra, snabbt dömer hur en person ser ut, vem den är och eftersom de själva dömer andra räknar de med att själva bli dömda utifrån klädsel. Vi anser att de i stor utsträckning påverkas av sin omgivning och därmed anpassar sig efter vad de tror att andra tycker.

*”... Facebook påverkar mig mycket, då kan folk se kort på mig när jag har en viss klänning på en fest och då kan jag inte ha den igen, så det kan vara en anledning till*

---

<sup>7</sup> Respondent F

<sup>8</sup> Respondent J

*att jag köper nytt. Jag känner att jag är tråkig och inte varierar mig. Kläder visar vilken stil och personlighet du har.”<sup>9</sup>*

Många respondenter anger att de köper kläder som döljer de delar av kroppen som de inte är nöjda med. Vissa går då så långt som att köpa plagg som de känner inte visar vilka de är. Många köper mörka kläder för att dölja olika kroppsdelar. Vissa anger att de inte känner sig attraktiva i kläder som döljer kroppen men samtidigt anger de att de köper plagg som döljer. Några respondenter anger att de inte köper nya kläder om de känner sig missnöjda med sig själva medan andra istället köper nya kläder för att trösta sig själva. Olika klädesplagg får respondenterna att må på olika vis. De menar till exempel att om de klär sig slappt så känner de sig trötta och slappa men genom att välja andra typer av plagg kan de må bättre och få bättre hållning. Även om de känner sig nere eller är sjuka så vill de vara det på ett stiligare sätt för att må bättre och visa för andra att de mår bra.

### **3.2.3 Jämföra sig med andra**

På frågan om respondenterna jämför sig med andra finns olika svar. En del menar att de inte alls jämför sig med andra utan inspireras av andra. De flesta respondenter berättar att de jämför sig med andra hela tiden. De som hävdar att de endast inspireras av andra anger ändå något som tyder på att de jämför sig med andra, till exempel att de tittar på andra för att få en tydligare bild av sin egen identitet. De respondenter som inspireras av andra menar att de jämför sig med andra om hur de vill se ut och inte se ut. Respondenterna menar då att de inte jämför sig men ser de någon annan i ett specifikt plagg så undrar de om de själva skulle passa i det eller inte. Detta svar kan bero på att det uppfattas som en väldigt känslig fråga då de flesta människor inte vill visa sig svaga.

De som jämför sig med andra menar att de gör det genom att titta på människor som har kläder som respondenten inte anser passar på sin egen kropp. Det kan vara både om de ser en smal och snygg tjej eller i de olika modemagasin och modebloggar som finns. Många upplever att de inte ens kan ha hälften av de plagg som visas i media. De jämför sig genom kroppsideal och önskar att de kunde ha något som en smalare person har på sig.

*”Hela tiden, tyvärr. Oftast typ snygga kläder som jag inte kan ha på mig som inte skulle passa min kroppstyp och då kan man ju bli bitter på ett sätt och känner lite avundsjuka. Typ om man följer Elin Klings blogg, hälften av kläderna kan man ju inte ha.”<sup>10</sup>*

Beroende på miljö och grupp kan respondenterna känna sig både underlägsna och överlägsna. När de upplever en överlägsen känsla får det dem att må bra. Även vanligt att de känner avundsjuka om någon i samma rum uppfattas som snyggare än respondenten själv. Andra respondenter menar att de jämför sig med andra för att få bekräftelse på sig själva. Vissa anger att när de jämför sig med andra så upplever de att de inte har någonting att ta på sig, vilket kan vara en anledning till att shoppa mer nya kläder. Vi undrar om det kan vara för att unga kvinnor har en strävan efter att se så bra ut som möjligt. Ser de någon som de anser ser bättre ut än dem själva så kanske de känner att de behöver anstränga sig mer. Det blir som en omedveten tävling.

---

<sup>9</sup> Respondent B

<sup>10</sup> Respondent A

*”Om jag ser någon som kanske har en liten grej som jag också har och jag tycker om hennes stil kan det ju vara bra. Men om det är någon som har samma plagg och jag inte tycker om hennes stil så känns de ju inte så bra. På handels kan jag känna mig lite underlägsen, men på humanisten klär de sig inte lika bra så där känner jag mig kanske lite överlägsen.”<sup>11</sup>*

### 3.3 Miljö

#### 3.3.1 Hållbarhet

Alla respondenter anger att ekonomi på något sätt skulle få dem att köpa kläder mer sällan. Det kan handla om att få en sämre ekonomi, att priserna stiger och att de då inte har råd att köpa lika mycket kläder. Några anger att de skulle kunna shoppa på ett annorlunda vis än vad de gör idag, till exempel om kläderna var billigare så skulle en större basgarderob kunna byggas upp eller om de hade större inkomst så skulle de köpa kläder av bättre kvalitet.

Respondenterna påpekar att de hinner tröttna på kläderna innan de går sönder, därför lagas de aldrig, men om det är ett plagg som respondenterna tycket bättre om så lagas de. Vissa anger att de lagar plagg om de går att laga, att det beror på vad det är som är trasigt. Många säger ändå att de syr i knappar och lagar mindre sömmar som gått upp, men om kläderna är billiga lagas de inte. Respondenterna menar att de har svårt att slänga kläder då det finns minnen till dem. Då ger de hellre bort plagg till någon annan eller säljer det second hand.

Respondenter anger att de använder toppar och klänningar färre gånger än andra plagg. Om de köper ett plagg som känns fel används det bara en gång. De tröttnar snabbt på plaggen så därför hinner de inte använda dem så mycket eller inte alls. Vi tror att det beror på att toppar och klänningar är modeplagg som går ur tiden fortare. Det är även plagg som kostar mindre och därför är det enklare att byta ut dem. Några respondenter anger att de behåller plagg hela säsongen och ger samtidigt intryck av att de tycker att det känns som en lång tid. Plagg som används oftare är vardagsplagg. Många anger att de har plagg som är upp till tio år gamla som de fortfarande använder, det kan vara något de hade när de var unga eller en tröja som de har fått av sin mamma. Vissa plagg sammankopplas med ett minne eller en speciell känsla vilket gör att användaren utvecklar en relation till plagget.

Många anser att kvaliteten sitter i plaggets pris samtidigt som de flesta säger att de hellre köper sämre kvalitet då det ger fler plagg. Det beror på att de tycker att det är tråkigt att gå runt i samma kläder, dessutom anger de att de gillar att småshoppa, därför köper de inte kvalitet. Många känner att de inte har råd med kvalitet men att kvalitet blir viktigare ju äldre de blir. Om det är ett plagg som de vet att de kommer använda i flera år så köper de hellre det dyrare. Några menar att de saknar kunskap om vad bra kvalitet innebär.

*”Kan tänka mig att köpa dyrare kläder med bättre kvalitet för att de ska hålla längre. Slitstarkt, behåller färg och passform. Började shoppa mer när jag fick bättre ekonomi, blev roligare när jag fann min stil. Från 20 års ålder så började jag shoppa mer. Det skulle vara trist att dyka upp på jobbet i samma tröja som i förrgår. Om jag*

---

<sup>11</sup> Respondent C

*inte hade pengar skulle jag väl få sy kläder, tycker inte om att shoppa second hand, har issues med bakterier.”<sup>12</sup>*

Respondenterna anser att kvalitet är plagg som håller länge och som inte går sönder. Material som ska hålla sig i både färg, form och att de rent estetiskt inte kommer att tröttna på det. De faktorer som är viktigast vid köp av kläder är pris, passform och hur de ser ut. Ingen nämner kvalitet som en faktor. Vi undrar om det kan sammankopplas med hur vi har formulerat frågorna. I de frågor där vi specifikt frågar om kvalitet får vi svar om att kvalitet är viktigt men i de frågor där kvalitet inte nämns finns inte heller begreppet med i svaret. Vi tror därför inte att kvalitet är så viktigt för respondenterna.

---

<sup>12</sup> Respondent E

## 4. Analys

---

*Här analyseras intervjuerna mot problemdiskussionen. En jämförelse där både likheter och skillnader mellan de två olika grupperna, de som köper nya kläder ofta mot de som köper nya kläder sällan, tas upp.*

---

### 4.1 Mode

Bauman (2008) menar att shopping är förenat med lust och upphetsning och att det är förstadiet, själva jakten efter något nytt som triggar konsumenterna. Under intervjuerna har vi uppmärksammat att de som köper kläder ofta lägger in mer känslor inför ett klädinköp än vad de som köper kläder sällan gör. De som köper kläder ofta är mer känslostyrda och shoppar exempelvis för att belöna och uppmuntra sig själva, de mår bra av att köpa nya kläder medan de som köper kläder sällan har en mer avslappnad attityd till köp av nya kläder. De flesta sällan shoppare låter inte lusten styra, istället tänker de rationellt och köper nya kläder när de behöver. Vad och när de ska köpa är ofta bestämt i förväg.

*”Jag shoppar inte, utan handlar. Jag bestämmer mig innan vad jag ska handla. Går och tänker i flera månader innan på saker som jag vill köpa. Så om tillfälle ges och om jag har råd så köper jag det. Köper inget som inte motsvarar vad jag vill ha. Därför köper jag inte kläder så ofta.”<sup>13</sup>*

Då vi går tillbaka till frågan vad våra respondenter köpte senast svarar de som köper kläder sällan i stor utsträckning byxor medan de som shoppar ofta svara en topp eller klänning. Detta kan tolkas som att sällan shopparna tänker igenom och planerar sina köp i större utsträckning än vad ofta shopparna gör. En tröja eller klänning kan ofta köpas spontant medan byxor som är ett större inköp kan kräva mer planering.

Även när vi frågar våra respondenter hur det känns när de har köpt ett nytt klädesplagg kan vi se skillnader mellan de båda grupperna. Ofta-köparna får en bra och positiv känsla när de har köpt något nytt. Det framkommer även här att de inte tänker igenom sina köp på samma sätt som sällan-köparna gör. Istället låter de känslorna och lusten styra. De som köper kläder sällan tar däremot upp negativa känslor kring shoppingen och nämner att de ofta blir besvikna. Då de planerar sina köp mer noga kan det vara så att de ställer högre krav och förväntningar på kläderna och därför blir de mer besvikna. För en ofta-köpare behöver inte ett misslyckat köp utvecklas till ett problem då de ständigt köper nya kläder.

*”Det känns bra, speciellt om det passar. Det känns spännande och roligt när man ska köpa något nytt och sen när man går och väntar på att få hem det har man hög förväntan. Men sen när det väl kommer så tänker man kanske att okej den var väll bra, lite halvt besviken men ibland blir man väldigt nöjd.”<sup>14</sup>*

Enligt Niinimäki (2010) kan kläder ge användaren energi och en ”feelgood-känsla”. Hon skiljer på kläder och mode då kläder är ett funktionellt medel för att tillfredsställa ett fysiskt behov. Mode är däremot ett abstrakt begrepp som fyller ett emotionellt behov och kan ses som ett

---

<sup>13</sup> Respondent H

<sup>14</sup> Respondent N



hjälpmedel för att uttrycka vår personlighet. De respondenter som köper kläder ofta har en mer positiv inställning till mode. De tycker att det är kul att hålla sig uppdaterade kring mode och har mer tankar kring vad mode innebär för dem än vad de som shoppar sällan har. Då vi frågar respondenterna om de tycker att det är viktigt att följa trender så svarar sällan-köparna bestämt nej. De som köper kläder ofta menar att de inte följer trender slaviskt men att de ändå har koll på vad som gäller för tillfället. Detta kan tolkas som att mode spelar en större roll och kan ses som ett intresse för de som shoppar ofta. Även om de inte läser modebloggar eller modemagasin håller de sig ändå uppdaterade genom att gå i affärer och se vad som är aktuellt vilket tyder på att de lägger ner mycket tid på kläder och mode. De som köper kläder sällan menar att de hellre vill bära kläder som de är bekväma i och trivs med istället för att låta modet styra vad de ska ha på sig. Dock medger de att de faktiskt vill ha lite koll på modet men de uttrycker inte positiva känslor inför mode i jämförelse med ofta-köparna.

## 4.2 Identitet

Som nämnt ovan kan begreppen mode och kläder skiljas åt då kläder fyller ett funktionellt syfte och mode är ett abstrakt begrepp som uppfyller våra emotionella behov och som gör det möjligt för oss att uttrycka vår individuella personlighet. I undersökningen framkommer det att respondenternas uppfattning är att kläder är ett begrepp som sammankopplas med funktion. Däremot tycker några av respondenterna att det är genom kläder och inte genom mode som den individuella personligheten och identiteten kan uttryckas. De menar att butikerna har modeprodukter som alla köper utav, därför går det inte att vara unik i modeplagg.

*”Kläder är väldigt viktigt så man kan täcka sig själv. Finns mycket kläder som inte är mode. Kläder är mer för att visa sin personlighet. Man kan kombinera hur som helst för att visa sin stil.”<sup>15</sup>*

Allmän uppfattning om identitet, kläder och mode är att det hänger ihop. Gemensamt för alla respondenter är att de anser att kläder visar vilka de är och att kläder är viktigt. Precis som Belk (1988) skriver om att människor betraktar ägodelar som en del utav sig själva, att vi är vad vi äger. Objekt som är en del av sig själv kan fungera som en påminnelse eller bekräftelse av identiteten. Respondenterna anser att kläder handlar mer om funktion och identitet än vad moderiktiga och trendiga plagg gör. Eftersom alla följer samma mode är det svårt att sticka ut och visa sin identitet genom modeplagg. De som köper kläder ofta känner att kläder är viktigt för sig själva och pratar utifrån ett *jag* perspektiv. De som köper kläder sällan pratar istället om kläders betydelse mer allmänt, ur ett *man* perspektiv. Vi anser att ett *jag* perspektiv indikerar på en närmare relation till kläder, att det är något som är personligt och viktigt. De som antar ett *man* perspektiv verkar tycka att kläder inte är lika viktigt för dem personligen men att de ändå känner av krav från omgivningen.

Det finns ingen skillnad i hur grupperna känner sig när de bär ett nytt klädesplagg. Båda grupperna anger att de känner sig finare och gladare i nya plagg. Att det ger bättre självförtroende. Det är också svårt att se någon skillnad i svaren på frågan om hur respondenternas klädstil har förändrats över åren. De flesta svarar att de inte haft någon extrem stil och att de inte experimenterat allt för mycket med sin egen stil. Några påpekar dock att de klär sig i olika stilar för att passa in i omgivningen och i de olika grupper som finns i deras

---

<sup>15</sup> Respondent L

närhet. Några berättar att de experimenterade med stil när de var unga för att passa in och för att följa trenderna. Vi ser det som att respondenterna fortfarande experimenterar då de klär sig för att passa in i olika sammanhang. Giddens (1991) påpekar att eftersom den miljö människan lever i idag innebär snabba förändringar så måste individer ständigt bygga upp sin identitet på nytt. Vi har uppmärksammat att de som köper nya kläder ofta säger att de i nuläget inte har någon stil men att de varierar sin stil för att passa in. Om vi kopplar detta till Giddens påstående innebär det att de som köper nya kläder ofta ständigt måste bygga upp sin identitet på nytt och köper därför mer kläder. Gabriel & Lang (2006) menar att experiment med identitet och image kan ses som en analys av det inre och spirituella. Att använda olika stilar i olika sammanhang kan vara en typ av experimenterande med stil och identitet.

*”De har förändrats ganska mycket, som tur är. Men i gymnasiet var jag intresserad av kläder men var även intresserad av mycket annat. Hade inte den fantasin eller drivkraften att uttrycka mig genom kläder och vågade nog inte. Inte drivkraften eller modet att klä mig på ett annorlunda sätt. Men nu efteråt genom min utbildning, träffat folk som har helt andra syner på kläder och då blir man inspirerad. Influerad av mina vänner och när man har kommit ut genom livet. Umgås med folk som har annorlunda idéer om varför man klär sig, hur man klär sig och de har väldigt mycket idéer om kläder.”<sup>16</sup>*

Thompson & Haytko (1997) påpekar att rädsla för att bli en i mängden är kopplat till känslan att inte kunna kontrollera sitt eget öde, att misslyckas med att lämna ett synbart märke på världen och att bli en följare istället för ledare. Genom att synas och sticka ut ur mängden så uppnås makt, prestige, rikedom och individen klättrar uppför den socioekonomiska stegen. De respondenter som köper kläder ofta tycker att det är viktigt att ha en egen stil, då det visar på självförtroende. De som istället köper kläder sällan tycker att det är mindre viktigt att ha en egen stil. De tycker istället att det är viktigare att klä sig i det de gillar, mår bra av och känner sig bekväma i. Thompson & Haytko (1997) menar vidare att kläderna fungerar som symboler för individualisering och som ett sätt att ständigt förändra sin identitet efter önskan och behov. Den individualiseringen som upplevs genom kläder innefattar en tro om att andra kommer att märka och bry sig om ens utseende. Om vi analyserar detta utifrån Thompson & Haytko (1997) så betyder detta att de som köper kläder sällan inte har samma behov av att uppnå makt, de har inte heller något problem med att vara en följare. De som köper kläder ofta vill hela tiden klättra upp för stegen. Genom att köpa rätt kläder kan de kontrollera sitt eget öde, uttrycka sin individualitet och få uppmärksamhet från andra. De kan till exempel köpa dyra märkeskläder för att passa in i en grupp med högre social status.

Respondenter som köper kläder sällan är mer säkra på att deras kläder visar vilka de är och är mer säkra på vad som är deras stil. Vi uppfattar det som att sällan-köparna har gjort ett medvetet val genom att inte nödvändigtvis köpa kläder som är moderiktiga. De känner sig då starka eftersom de följer sin egen vilja. De som köper ofta är mer splittrade och klär sig mer efter situation och miljö, de har därför svårt att förklara vad de vill att deras kläder ska säga om dem. De bryr sig mer om vad andra tycker och tänker om dem. De som tillhör gruppen som köper kläder ofta tycker att de ska visa att de bryr sig om mode men de får inte bry sig om modet för mycket. Respondenterna vill synas men inte stå ut för mycket. De tänker mycket på hur andra

---

<sup>16</sup> Respondent H

uppfattar deras klädstil.

*”Att jag inte är rädd för att synas, men samtidigt att jag inte känner ett behov av att berätta allt om mig själv med hjälp av kläderna.”<sup>17</sup>*

Gabriel & Lang (2006) menar att en identitet som inte kräver respekt från andra och som inte leder till självkärlek är meningslös och leder till en splittrad identitet. Identiteten och vår självbild hotas och anses vara ersättningsbara då de tappar sin särskiljningsförmåga. De som köper kläder ofta kan ha ett större behov av att hävda sig och inhämta respekt från omgivningen, vilket de gör genom att anpassa sin klädsel efter tillfället. Till exempel vill de inte visa sig i samma kläder för många gånger utan vill visa upp att de ständigt förnyar sin garderob. En av respondenterna som shoppar ofta nämner att hon inte vill framstå som tråkig och fattig genom att använda samma kläder ofta. Enligt Bauman (2007) lär sig människor att vara en slösaktig konsument då det är ett tecken på framgång. Det finns vissa objekt och handlingar som leder till njutning och lycka. Att vara lycklig har blivit ett tecken på anständighet och inger respekt från omgivningen, på så vis är lycka en nödvändighet för mänsklig värdighet och självförtroende. Identitet är inte bara en berättelse om vem vi är utan och en fantasi om hur och vem vi vill vara. Möjligtvis kan det vara så att de som köper kläder sällan inte har något behov av att känna framgång. Vi har en tanke om att de finner sin lycka och njutning genom andra handlingar än att shoppa kläder. Vissa av respondenterna uppger att de hellre lägger pengar på resor och en av respondenterna berättar att hon lägger pengar på kläder till sina barn istället för henne själv. Om detta är riktigt skulle det innebära att människan uppnår lycka och känner framgång då vi konsumerar något även om det handlar om upplevelser eller materiella ting.

Respondenterna i sällan gruppen är mer säkra på vad de vill att deras kläder ska säga. Intressant är att det är respondenterna i denna grupp som är mest öppna med att påpeka att de faktiskt jämför sig mycket med andra människor. De som köper kläder ofta är lite mer försiktiga med hur de uttrycker sig. De vill gärna påpeka att de inte jämför sig utan inspireras av andra. De nämner ändå saker i sina svar som pekar mot att de jämför sig med andra. Det kan bero på att de som köper kläder ofta tycker att detta är en mer känslig och personlig fråga än vad de som köper kläder sällan tycker. Vi upplever att de som köper kläder ofta kan ha en tävlingsinriktad attityd till utseende och kläder eftersom de ständigt vill förnya sig och låter sig påverkas av omgivningen. De kan därför känna en skam över att erkänna att de jämför sig med andra.

Clarke & Miller (2002) menar att även personer med kunskap om stil och kläder kan känna ångest inför de vardagliga estetiska valen. De menar att många kvinnor inte vet vad de gillar eller vad deras smak i kläder är utanför det sociala stöd som annars ger dem självförtroendet att veta det. Många av våra respondenter som shoppar ofta är till stor del medvetna och påverkade av omgivningen och vill klä sig för att passa in. De som shoppar sällan hävdar att de vill klä sig bekvämt men samtidigt säger de att de jämför sig med andra kvinnor och kan lätt bli avundsjuka. Vi anser att självförtroende inte har att göra med om köp av kläder sker ofta eller sällan. Vi tror att kvinnor kan vara nöjda med sig själva även fast de köper mycket nya kläder eller inga kläder alls. Däremot tror vi att de som köper kläder ofta använder kläder som ett hjälpmedel för att få självförtroende i vissa situationer. Detta skulle betyda att de som shoppar sällan inte är i behov av

---

<sup>17</sup> Respondent E

ett sådant hjälpmedel eller att de utnyttjar någonting annat än kläder för att få bättre självförtroende.

### 4.3 Miljö

Nedan kommer vi att analysera vad som skiljer eller förenar våra två grupper ur ett hållbarhetsperspektiv. Våra tankar från början gick kring huruvida de som shoppar sällan gör det med hänsyn till miljön samt om respondenterna var medvetna om klädindustrins påverkan på miljön.

Då respondenterna fick frågan "Vad skulle få dig att shoppa kläder mer sällan?" är det endast en som framhåller kläders påverkan på miljön som en anledning att shoppa mer sällan. Både de som köper kläder ofta och de som köper kläder sällan anger att de skulle köpa kläder mer sällan om den ekonomiska situationen skulle förändrats. En av våra respondenter som shoppar sällan svarar ur ett hållbarhetsperspektiv. Dock påpekar flertalet av sällan shopparna att de redan köper kläder så sällan att det är svårt att dra ner på inköpen.

*"Shoppar redan sällan men jag skulle shoppa mer sällan av ekologiska skäl. Det är inte hållbart. Nu väljer jag att skita i vad jag vet för att livet blir för tråkigt. Men om jag ska ta fasta på allt jag vet inom ämnet så skulle det vara en anledning till att shoppa ännu mindre. Sluta köpa nytt och sy själv. Det är viktigt för mig att tänka på de här frågorna. Det är viktigt för mig att leva hållbart men jag tänker så här att jag har ingen bil, bor inte stort och tycker att jag kan unna mig att köpa nya kläder tills jag har en större miljöpåverkan. Jag kan inte göra allt, men jag gör det jag kan."*<sup>18</sup>

När vi sedan frågar våra respondenter om de faktiskt är beredda att köpa nya kläder mer sällan får vi blandade svar. Vissa av ofta shopparna svarar att de inte kan tänka sig att dra ned på kvantiteten medan vissa hävdar att de kan tänka sig att lägga mer pengar och få bättre kvalitet. Samtliga av de som köper kläder sällan menar dock att de är villiga att shoppa ännu mer sällan för att ha råd med bättre kvalitet.

Det är bara i ett fåtal frågor som våra respondenter pratar om fairtrade och ekologiska kläder. Då vi frågade respondenterna hur de tycker att kläder och identitet hänger ihop svarade en av dem som shoppar sällan att hon visar sin identitet genom att shoppa fairtrade-kläder. Niinimäki (2010) menar att konsumenter fortsätter vi att köpa billiga kläder som produceras under oetiska förhållanden och att priset och nya trender de två viktigaste aspekterna. Ingen respondent nämner kvalitet som en avgörande faktor vid köp av nya kläder, vi får därmed en bild av att det snabba modet fortfarande är det som gäller då priset är en avgörande faktor för samtliga av våra respondenter. Hållbarhetsperspektivet verkar inte spela någon stor roll i någon av grupperna. Att shoppa hållbart verkar inte vara något som intresserar våra respondenter, de är kanske inte medvetna om vilken påverkan på miljön klädindustrin faktiskt har. En av våra respondenter uttrycker det med dessa ord:

---

<sup>18</sup> Respondent H

*”Jag tror inte den information om hur kläindustrin fungerar biter på vårt konsumtionssamhälle. Den här hungern efter nya kläder och tillfredsställningen är för väl inpräntad i oss för att vi ska avstå.”<sup>19</sup>*

Vi anser att dessa ord sammanfattar samhällets inställning till hållbart mode på ett bra sätt. Även om medvetenhet om kläindustrins påverkan på miljön finns där, påverkar det inte konsumtionen eftersom det inte sker tillräckligt nära för att konsumenterna ska ta till sig informationen. Det verkar vara genomgående vid köp av nya kläder oavsett om det sker ofta eller sällan.

---

<sup>19</sup> Respondent J

## 5. Slutsats

---

*Kapitlet presenterar resultaten som framkommit från både den fenomenografiska analysen och analysen som kopplats till problemdiskussionen. Här framställs resultatet av syfte och frågeställning.*

---

Vi vill börja med att återkoppla till syfte och problemställning för att tydliggöra undersökningens avsikt.

*Vårt syfte är att beskriva den mening konsumtion av nya kläder har för konsumenter som köper kläder ofta i jämförelse med dem som köper kläder sällan. För att uppnå detta syfte har vi ställt frågan "Vilka underliggande motiv och beteenden finns i konsumenternas konsumtionsmönster?"*

I den fenomenografiska analysen analyseras intervjuerna i sex olika beskrivningskategorier. Beskrivningskategorierna skildrar de underliggande motiv och beteenden som vi funnit mest framträdande ur intervjuerna. Vi har genom dessa kommit fram till att båda grupperna vill känna tillhörighet och trygghet och att dessa uppnås genom köp av trendiga kläder. Dock vill de inte erkänna att de köper trendiga kläder då begreppet trendigt uppfattas som någonting fult medan mode är någonting accepterat. Vidare har vi kommit fram till att kläder spelar en så pass stor roll att det kan styra humör. Nya kläder kopplas till positiva känslor, får dem att må bra och gör att de till utsidan känner sig bättre vilket leder till ett för stunden höjt självförtroende. Respondenterna köper nya plagg för att inte uppfattas som fattig eller tråkig. De spontana köpen är de köp som ger flest positiva känslor och störst tillfredsställelse. Kläder fungerar som ett verktyg som hjälper dem att visa vilka de är och för att bli accepterade av omgivningen. Det framkommer även att det är viktigt att ha en stil som gör att de passar in, för att de ska känna att de blir likvärdigt behandlade. Modeplagg visar inte på identitet, då alla köper samma mode. Modeplagg och svarta kläder är ett säkert och tryggt val då det är privat och anonymt, deras identitet blir inte blottad för alla andra. Kläder ger inte enbart positiva känslor, det gör att de kan känna sig både underlägsna och överlägsna beroende på vilken social miljö de vistas i. Det har i undersökningen framkommit att det även kan få dem att må dåligt och att det då är kopplat till kroppsideal. Vidare har det kommit fram att alla jämför sig med andra för att se hur de själva ligger till. Tydligast resultat har visat sig vara att miljö och hållbarhet inte kopplas till kläder.

I den andra analysen där vi har kopplat intervjuerna till problemdiskussion har vi tagit upp de likheter och skillnader som finns i materialet. De likheter som framkommit är att kläder är ett begrepp som sammankopplas med funktion och att det är genom kläder och inte genom mode som den individuella personligheten och identiteten kan uttryckas. Gemensamt för båda grupperna är att de anser att kläder visar vilka de är och att kläder är viktigt. Det finns heller ingen skillnad i hur grupperna känner sig när de bär ett nytt klädesplagg. Båda grupperna anger att de känner sig finare och gladare i nya plagg och att det i sig ger bättre självförtroende. Fler likheter är att de flesta svarar att de inte haft någon extrem stil och att de inte har experimenterat så mycket med sin egen stil. Båda grupperna anger att de skulle köpa kläder mer sällan om den ekonomiska situationen skulle förändrats. Den sista likheten är att hållbar shopping inte verkar vara något som intresserar.

De som köper kläder ofta lägger in mer känslor inför ett klädinköp än vad de som köper kläder sällan gör. De låter känslorna styra vad och när de shoppar och de gör det ofta spontant. Detta

medför att de inte tänker igenom sina köp i samma utsträckning som sällan-köparna gör. Kläder är viktigt för dem eftersom de uttrycker sig med hjälp av sina kläder och de köper gärna moderiktiga kläder. De tycker att en egen stil tyder på ett gott självförtroende, dock uppger de att de inte har någon egen stil eller att de klär sig olika beroende på vad de ska göra. Att bli accepterad av omgivningen är viktigt för de som köper kläder ofta, de låter sig påverkas av omgivningen och de vill visa upp att de hänger med. Dock vill de inte erkänna att de jämför sig med andra då det uppfattas som en känslig fråga. De använder kläder som ett hjälpmedel för att må bra och för att få ett bättre självförtroende.

Sällan-köparna har en avslappnad attityd till kläder och de har inga starka känslor kopplade till dem. Kläderna ska istället vara bekväma men de vill ändå ha lite koll på vad som är mode just nu. De planerar sina köp noga och de shopper sällan spontant. Dock är de inte positivt inställda till mode i samma utsträckning som de som köper nya kläder ofta och det är emellanåt förenat med ångest och besvikelse. De erkänner att de jämför sig och tittar på vad andra kvinnor har på sig och de kan känna avundsjuka gentemot andra kvinnor. Att ha en särpräglad klädstil anser de inte vara särskilt viktigt. Däremot är de säkra på vad de vill att deras kläder ska säga om dem.

Den mening konsumtion av nya kläder har för konsumenter som köper kläder ofta i jämförelse med dem som köper kläder sällan är att de som köper nya kläder ofta köper modeplagg. Ofta-köparna har därför svårt att finna sin identitet i dessa plagg. De köper inte kläder som speglar dem själva eftersom deras vilja att passa in och följa modet styr deras köp av kläder. Det medför att de får svårt att veta vad de vill att deras kläder ska säga om dem, samt att de hela tiden har ett behov av att köpa nya kläder för att hitta sin identitet. De vill uttrycka sig med sina kläder men de vill uttrycka sig olika beroende på situation och omgivning. Därför blir deras identitet splittrad då de anpassar klädsel efter tillfälle. De som köper nya kläder sällan fokuserar på behov och bryr sig inte lika mycket om mode. De är säkra på vad de vill att deras kläder ska säga om dem, vilket gör att de enklare finner sin identitet i kläder. De kan därför uttrycka personlighet och identitet genom kläder i större utsträckning än de som köper kläder ofta.

## Källförteckning

- Alvesson, Mats. Sköldberg, Kaj. (2008). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Studentlitteratur: Lund.
- Baudrillard, Jean. (1998). *Consumer Society - Myths & Structures*. SAGE: London.
- Bauman, Zygmunt. (2007). *Collateral Casualties of Consumerism*. Journal of Consumer Culture. Volume 7, Issue 25.
- Bauman, Zygmunt. (2008). *Konsumtionsliv*. Daidalos: Göteborg.
- Belk, Russel W. (1988). *Possessions and the Extended Self*. The Journal of Consumer Research. Volume 15, Issue 2, pp. 139-168.
- Bjereld, Ulf. Demker, Marie. Hinnfors, Jonas (2002). *Varför Vetenskap? : om vikten av problem och teorier I forskningsprocessen*. Studentlitteratur: Lund.
- Britwistle, G & Moore, C.M. (2007). *Fashion clothing - where does it all end up?* International Journal of Retail & Distribution Management. Vol. 35 No.3 pp.210-216.
- Clarke, Alison & Miller, Daniel. (2002). *Fashion and Anxiety*. *Fashion Theory*. Volume 6, Issue 2, pp. 191-214.
- Clark, Hazel. (2008). *SLOW + FASHION -an Oxymoron -or a Promise for the Future...?* Fashion Theory, Vol. 12 Issue 4 pp. 427-446.
- Crane, Diana (2002). *Fashion and its social agendas : Class, gender, and identity in clothing*. University of Chicago Press: Chicago.
- Dokken, Petra. (2010). *Slow Fashion – nytt modetänk*. Göteborgsposten 2010-10-30 s.18-19.
- Ejvegård, Rolf. (2009). *Vetenskaplig Metod*. Studentlitteratur: Lund.
- Esiasson, Peter. Gilljam, Mikael. Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena. (2007). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts Juridik AB: Vällingby.
- Gabriel, Yiannis & Lang, Tim. (2006). *The Unmanageable consumer*. Sage Publications Ltd.: London.
- Giddens, Anthony. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Polity Press: Cambridge.
- Jacobsen, Dag Ingvar. (2002). *Vad, hur och varför?: Om metodval I företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Studentlitteratur: Lund.



- Kjaer Jensen, Morgens. (1995). *Kvalitativa metoder för samhälls- och beteendevetare*. Studentlitteratur: Lund.
- Larsson, Lars-Olle. (2009). *Hållbar affärsutveckling*. FAR SRS förlag: Stockholm.
- Marton, Ference, Booth, Shirley. (2000). *Om Lärande*. Studentlitteratur: Lund.
- McAfee, A. Dessain, V. and Sjoeman, A. (2004). *Zara: IT for Fast Fashion*. Harvard Business School Publishing: Cambridge.
- Mistra. (2010). *Future Fashion Research Program. BACKGROUND PAPER 2010-09-03*. Mistra: The Foundation for strategic environmental research: Stockholm.
- Niinimäki, Kirsi. (2010). *Eco-Clothing, Consumer Identity and Ideology. Sustainable Development*. 18, 150 – 162.
- Seeling, Charlotte. (2001). *Mode: designernas århundrade: 1900-1999*. Replik AB: Viken. pp. 116-122.
- Thompson, Craig & Haytko, Diana. (1997). *Speaking of Fashion: Consumers' Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings*. Journal of Consumer Research. Vol. 24.
- Thurén, Torsten. (2006). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Liber AB: Malmö.
- Trost, Jan. (2005). *Kvalitativa Intervjuer*. Studentlitteratur: Lund.
- Underhill, Paco. (2006). *Why we buy: the science of shopping*. Simon & Schuster: New York.

## **Bilaga 1: Intervjuguide**

### **Introduktionsfrågor**

Hur gammal är du?

Hur ofta shoppar du nya kläder?

### **Intervjuguide**

#### **Mode:**

När köpte du kläder sist?

Vad köpte du sist?

Hur viktigt är det för dig att följa nya trender?

Mode, vad är det för dig?

När shoppar du?

Hur känns det?

Hur stor roll spelar mode?

#### **Identitet:**

Vad betyder kläder för dig?

På vilket sätt har din klädstil förändrats under de senaste åren?

Hur känner du dig när du bär ett nytt klädesplagg?

Hur viktigt är det att ha en egen stil?

Jämför du dig med andra?

Tycker du att dina kläder visar vem du är och i så fall hur?

Vad vill du att dina kläder ska säga om dig?

Hur tycker du kläder och identitet hänger ihop?

#### **Miljö:**

Vad skulle få dig att shoppa mer sällan?

Lagar eller syr du om dina kläder om de går sönder? Varför/varför inte?

Hur många gånger använder du ett klädesplagg?

Hur viktigt är kvalitet vid köp av kläder?

Kvalitet, vad är det för dig?

Kan du tänka dig att köpa färre dyra plagg mer sällan?

#### **Bakgrundsfrågor:**

Ålder?

Vilken är din födelseort?

Hur bor du nu?

Vad jobbar du med/Vad pluggar du?

Hur många syskon har du?

Har du en partner?

Vad jobbar dina föräldrar med?

Hur många nära vänner har du?

Vilka är dina fritidsintressen?

Hur ser du på din skola/arbetsplats?

Hur ser du på framtiden?

Hur ofta shoppar du nya kläder?

Hur många klädesplagg shoppar du i genomsnitt varje månad?

Vilka faktorer är viktigaste för dig vid köp av kläder?

Vad påverkar dina beslut vid köp av kläder?

## **Bilaga 2: Respondenter**

### **Respondenter:**

- A:** Elin, 26 år, ofta, 2010-12-14
- B:** Maria, 23 år, ofta, 2010-12-09
- C:** Noora, 22 år, ofta, 2010-11-25
- D:** Cilla, 26 år, ofta, 2010-12-03
- E:** Johanna, 26 år, ofta, 2010-11-23
- F:** Sara, 23 år, ofta, 2010-12-14
- G:** Kristin, 23 år, ofta, 2010-12-02
- H:** Klara, 23 år, sällan, 2010-11-27
- I:** Robin, 29 år, sällan, 2010-12-14
- J:** Anna, 26 år, sällan, 2010-12-01
- K:** Åsa, 29 år, sällan, 2010-12-15
- L:** Sandrah, 25 år, sällan, 2010-12-20
- M:** Sofia, 22år, sällan, 2010-12-22
- N:** Emma, 23 år, sällan, 2010-12-21

## **Bilaga 3: Intervjuer**

### **Hur ofta shoppar du nya kläder?**

**A:** 2-3 gånger i månaden.

**B:** Jag shoppar 2-4 gånger i månaden, jag brukar köpa ett plagg per gång.

**C:** 3 gånger i månaden.

**D:** Några gånger i månaden.

**E:** Någon gång i månaden, köper mkt på en gång. 7-8 plagg per gång.

**F:** Cirka 3-4 gånger i månaden.

**G:** Jag handlar kläder cirka 3 gånger i månaden. Kan variera beroende ekonomisk situation.

**H:** Om man slår ut det över ett år skulle jag säga att jag köper nya kläder i snitt 1,5 gånger/kvartal. Oftast mindre.

**I:** Cirka 2 gånger om året.

**J:** Någon gång varannan månad.

**K:** Inte oftare än varannan månad.

**L:** Typ 2 gånger per år.

**M:** I början på november köpte jag second hand. I oktober köpte jag nya kläder.

**N:** Ungefär två gånger om året.

### **Mode:**

#### **När köpte du kläder sist?**

**A:** Första advent.

**B:** En och en halv vecka sedan. Känns som att det var längesen. Den dagen var jag jättesugen på att shoppa, då var det två veckor sedan jag hade shoppat.

**C:** En vecka sedan.

**D:** I helgen.

**E:** Det var för två veckor sedan ungefär.

**F:** Den 9 december, jag skulle träffa Hanna och få min födelsedagspresent.

**G:** 3 veckor sen.

**H:** Den 6 oktober.

**I:** Hmm, det var nog i september.

**J:** 1 månad sedan.

**K:** I augusti.

**L:** Det var kanske i somras.

**M:** -

**N:** Det var väll i september.

**Vad köpte du sist?**

**A:** Två tröjor, på H&M och Sisters.

**B:** Köpte en blus på Lindex. Känns som att det var längesen. Den dagen var jag jättesugen på att shoppa, då var det två veckor sedan jag hade shoppat.

**C:** Köpte en klänning och leggings från Åhlens.

**D:** En varm kofta på Vero Moda.

**E:** Köpte en t-shirt, mössa och vantar, men det är inte normalt för mig att köpa så lite under en shoppingtur.

**F:** Ja, en varm prickig kofta på H&M.

**G:** En skjorta/tunika från Vero Moda. Vit med svaga ränder i.

**H:** Då köpte jag ett par byxor från American Apparel. Det var ett par grå Chambray-byxor i Chinos modell. Jag har inte använt dem mycket, har använt dem kanske fem gånger.

**I:** Köpte ett par träningsbyxor.

**J:** En kjol från H&M.

**K:** Köpte mamma-byxor på H&M.

**L:** Köpte ett par byxor på Vero Moda. Köpte tre likadana i olika färger. Letade efter ett par Nikita byxor men nu fick jag tre för samma pris. Köpte även linnen.

**M:** Köpte en tunika, på H&M.

**N:** Tre tröjor och två par tajts. Allt på en gång, då behöver ja inte gå ut och leta. Så mycket som ekonomin tillåter. Beställde genom Ellos.

**Hur viktigt är det för dig att följa nya trender?**

**A:** Ja jag försöker väl följa, jag vill ju ha koll på trenderna och jag vet vad som gäller. Men jag kan ändå ha en tröja som var från förra säsongen.

**B:** Inte så viktigt att följa nya trender, det är kul med trender, fast samtidigt är det ju tråkigt eftersom alla går runt med lika kläder, jag kan mer bli inspirerad av kändisar.

**C:** Ja det är viktigt, läser mycket modebloggar och tidningar. Jag tycker det är intressant. På mitt jobb i Finland så kommer jag i kontakt en del med mode.

**D:** Nej, inte direkt.

**E:** Jag följer inte trender slaviskt, men det är ju det som finns i affärerna. Däremot tycker jag om roliga detaljer på kläder, basplagg kan vara ganska tråkiga.

**F:** Inte viktigt med trender, jag tycker det är tråkigt att se ut som alla andra jag köper ju i vanliga klädaffärer men jag vill inte följa trenden för det. Köper ju kläder där alla andra köper sina kläder men vill inte följa trender. Jag vill köpa kläder som är jag. Håller mig till min stil.

**G:** Inte det minsta viktigt. Onepiece skulle jag aldrig ha. Inte kunna säga att jag faller för trenderna men inte så fri som man kan tro. Butikerna har ändå alltid trenderna i butiken och där väljer man ju. Ja jag tycker att trender är viktigt.

**H:** Inte viktigt att följa trender, genom att köpa trendiga kläder. Men intressant att ha koll på trenderna. Större trender eftersom jag ska jobba inom branschen och då måste ha koll på vad som händer. De långvariga trenderna säger mer om samhället och syns på flera håll som bild, litteratur och konst. Och mode. En sådan typ av trend kan vara när alla skulle ha den välklädda herrtrenden. Då fanns det filmer också på trenden så man såg den på fler ställen.

**I:** Inte så viktigt.

**J:** Inte så viktigt, läser varken modemagasin eller bloggar.

**K:** Nä det är inte så viktigt, jag är inget slav för modet. Det var längesen jag kände att det modet som är något som passar mig.

**L:** Jag tycker inte det viktigt allt. Jag köper det som är skönt. Jag bryr mig inte om vad modet säger. Roligare att vara sin egen än som alla andra.

**M:** Jag är inte intresserad av trender, jag vill klä mig i saker som jag trivs i och jag tycker det är fruktansvärt att det hela tiden kommer nytt och att man hela tiden ska köpa nytt. Men man vill ju

ändå känna sig bekväm i de man har på sig. När jag köper något vill jag känna att jag kan ha det länge.

**N:** Inte viktigt alls. Jag tycker det är tråkigt när alla ser likadana ut. Jag köper det som jag tycker om. Det är inget jag tänker på när jag köper kläder utan vad jag tycker om.

### **Mode, vad är det för dig?**

**A:** Betyder väldigt mycket, jag tycker ju om att handla kläder. Jag tycker det är skoj. Jag lägger ganska mycket av min inkomst på det. Ibland läser jag modebloggar, men inget jag följer dagligen.

**B:** Jag har nya tankar om mode, jag tycker det är nyskapande och kreativt samtidigt som jag tycker att modevärlden försöker tjäna pengar, de gör ett mode för att tjäna pengar just den perioden. Jag gillar den klassiska stilen mer. Tycker det är kul med ekologiska kläder och att det är fairtrade.

**C:** Det är ett sätt att leva, tänka och vara. Det är en del av min vardag och tar upp en stor del av mina vardagliga rutiner. Jag börjar dagen med att läsa igenom modebloggar och magasin för att få en uppdatering. Det spelar också en stor roll när jag väljer vilka kläder jag ska ha på mig och det definierar hur jag känner mig under dagen eftersom det hela tiden följer med mig.

**D:** Det är kul, tänker på modebloggar. Läste Elin Kling förut men nu läser jag ingen. Men man läser ju om dem i tidningar.

**E:** Roligt, men jag läser inte modetidningar. Känner att jag kan bli nedtryckt av att läsa modetidningar eftersom de har ett så skevt ideal och ger dubbla budskap. Jag går mer i affärer för att se vad som är aktuellt.

**F:** Haha, bärbar konst. Vissa kläder är konst och vissa är inte konst. Om man syr kläderna själv eller köper något som inte finns i många exemplar så tycker jag att det är konst. För då är det gjort och köpt av en speciell anledning. En kofta på H&M känns inte konst. Mer speciella grejer är konst och när hantverk kommer in i bilden.

**G:** En stil och trend som är genomgående i samhället som anammas av samhället och konsumenterna.

**H:** Med form material och koncept uttrycka någon form av strömning som finns i samhället. Mode är kopplat till kläder. Mode är inte konst för mig utan är både konstnärligt och ekonomiskt. Skillnaden mellan mode som konst och mode som kläder har att göra med graden av abstraktion, att köpa och bära plaggen, det uttrycker en idé. Ett konstnärligt uttryck bland andra, skulle lika gärna kunna vara en film.

**I:** Jag bryr mig faktiskt inte så mycket, bara man trivs i kläderna man har på sig. Oftast är det bara nått klädesplagg per modecykel som jag tycker om. Inga modebloggar eller magasin.

**J:** Tänker på trender, det som är inne liksom. Det är ju varken positivt eller negativt laddat det kan väl vara så att om man inte hittar något så kan det vara så att någon säger att en viss typ av



färg eller skor är inne så kan jag nog gå och kolla på det som ett nytt inslag som jag inte själv tänkt på. Om man går in i en affär så hänger det ju kläder längst fram som är trendiga och så, och då kan jag säkert prova det, men jag har en avslappnad inställning till det.

**K:** Det är väl det man ser i tidningar och det som är i reklamen, då tänker man att det är det som är mode. Jag läser inga modebloggar, någon gång kanske jag har varit ute och kikat.

**L:** Mode, ja jag vet inte men det är väll trenden just nu, det som alla ska ha på sig. Det som är i tidningarna. Och då tittar jag i tidningarna och vet vad jag inte ska ha på mig.

**M:** Det bryr jag mig inte så mycket om, samma sak som trender, jag vill trivas i det.

**N:** När jag tänker mode så tänker jag designers och reklambilder, modeller. Jag kopplar inte mina kläder till mode. Jag tänker mer att jag köper kläder och mode är med modevisningar och designers. Mer de som köper märkeskläder och följer trenderna som köper mode.

### **När shoppar du?**

**A:** När lönen har kommit shoppar jag som mest, sen tar pengarna slut.

**B:** Nej, om jag är sugen. Jag tycker det är skönt att gå själv. Så det behöver inte vara några speciella tillfällen. Men nu när jag åker till syrran i Stockholm så ser jag det som ett bra tillfälle att passa på att shoppa.

**C:** Jag kan köpa kläder för att jag tycket att jag har förtjänat det, t.ex. när jag har pluggat mycket osv.

**D:** Mest när jag är lite nere för att få uppmuntring. Då blir jag ofta glad, sen får jag ångest över att jag har shoppat.

**E:** Jag köper kläder regelbundet, men till exempel om det känns tomt i garderoben. Det är aldrig panikartat men jag behöver en stadig ström av nya kläder. Shopping är alltid lustfyllt för mig. Det kan väl vara en slags belöning ibland men jag tänker oftast inte så. Shopping finns som inspiration till att göra något, jag kan köpa kläder för att ha lämpliga kläder till en speciell aktivitet, som att träna, gå ut och dansa eller gå ut på en pub. Om jag inte har en outfit som passar till att gå ut och dansa eller gå ut och sätta mig på en pub så kan jag hoppa över det.

**F:** Nej det är spontant, det finns inga speciella tillfällen. Kanske mer på eftermiddagarna, förmiddagarna sover man ju.

**G:** Till speciella anledningar och när jag har pengar. Lite beroende på när rean infaller.

**H:** Jag bestämmer mig, gör mycket research. Letar tills jag hittar det, och hittar jag det inte så tar jag det som är mest likt men troligt vis inte, det är någon form av perfektionssökeri. Jag shoppar inte, utan handlar. Jag bestämmer mig innan vad jag ska handla. Går och tänker i flera månader innan på saker som jag vill köpa. Så om tillfälle ges och om jag har råd så köper jag det. Köper inget som inte motsvarar vad jag vill ha. Därför köper jag inte kläder så ofta. Research får jag genom en idé, sett en film, läst någonting eller liknande. Och tänker när jag skulle kunna använda

det, set olika situationer när jag kan använda plagget. Då blir jag väldigt inställd på hur det ska se ut och hur det inte får se ut. Handlar och inte shoppar. Shoppa är som ett nöje, något socialt som är kul. Men handla är som att handla mat, handla är med planerat och shoppa mer nöjesbetonat som att gå på museum och bio, mer känslotyrt. Om jag ska ha vinterskor så handlar jag, kollar av ett utbud, har bestämt vad jag vill ha, jämför priser. som ett stort inköp som dator, kamera. Det kan jag inte shoppa för det har jag inte ekonomi för. Men shoppa gör jag med second hand, det är mer som att det är kul och att få med sig mer kul saker hem. Inte lika kostsamt.

**I:** Nej bara när jag behöver något, Ingen belöning eller uppiggande.

**J:** Det är inte humörstyrt, snarare rationellt. Om jag inte hittar något två dagar i rad eller om det är någon stor fest så måste jag gå och handla. Om det är någon kompis som går ut och handlar så kan jag hänga på men det är inte säkert jag köper något. Jag har en ganska bestämd bild av vad jag vill ha. Därför är det inte säkert att jag hittar det jag letar efter. Men jag kan gå på någonting spontant och tycka det är bra.

**K:** De flesta tillfällen är väl när det händer något, t.ex. om det är fest eller inför nyår. Eftersom jag handlar så sällan vill jag ha något nytt till de tillfällena.

**L:** Jag shoppar ganska spontant. Men till barnen shoppar jag ofta. Tänker att jag ändå ska gå ner i vikt och köper därför inga kläder. Men när jag väl bestämmer mig så shoppar jag till mig själv för något måste jag ju ändå ha på mig.

**M:** Jag gillar att resa och jag shoppar mest när jag reser. Jag har späckat schema här hemma och jag tycker inte det är roligt att gå i affärer här. Utomlands finns det mer roliga affärer. När jag köper något vill jag att det har ett mervärde för mig.

**N:** En gång på våren och en gång på hösten. På våren köper jag vår och sommarkläder och på hösten köper jag höst och vinterkläder. Jag kollar i katalogerna och ringar in vad jag vill ha och köper kanske hälften.

### **Hur känns det?**

**A:** Gött, men om jag vet att jag inte har råd men skiter i det, men jag är bra på att skjuta undan problemen som följer.

**B:** Jag tycker det är roligt, en glad känsla. När jag har shoppat får jag bättre självförtroenden för jag känner mig finare och bekvämare. Känner olika för olika plagg. Om jag köper en jacka så är det mer funktionellt och jag får tänka till lite extra.

**C:** Att shoppa får mig att må bra, ibland kan jag shoppa för att bli på bättre humör, jag för en bra känsla.

**D:** Om det är något jag är nöjd med så är man ju glad men ibland kan jag tänka vad fan köpte jag det för, jag lämnar ofta tillbaka plagg.

**E:** Inget speciellt direkt, ingen stor känsla, ibland lite smånöjd kanske. Är snarare riktigt nöjd när jag känner att jag har en garderob med klädesplagg för alla tillfällen och många saker som kan varieras med varandra. Då kan jag slappna av.

**F:** Oj, man blir ju lite upprymd och glad. Så ser man ju framför sig den här ska jag ha vid det här tillfället och det kommer kännas så himla bra. Man bygger ju upp en bild av hur det kommer bli och kännas vid det tillfället. Jag blir ju mest glad när jag hittar grejerna i butiken, när man hittar ett plagg man verkligen vill ha. Då känner man sig nästan som en glad 5 åring. Men jag kan tycka att det är jobbigare att gå fram och betala, eftersom det kostar pengar. När man köper sådant som man verkligen behöver känns det ju bara tråkigt rakt igenom, ett jobbigt ont, som ett måste. Den glada känslan kommer ju när man springer på något på stan som man inte kan överleva utan om jag inte får ta med mig den här hem, mer spontant.

**G:** Har aldrig tänkt på. Hoppas att jag hittar något. Sällan att jag ångrar ett köp. Handlar mest när jag är stressad. När jag måste t.ex. inför en nyårsfest. Handlar best när jag är själv.

**H:** Om jag åker till t.ex. Göteborg har jag inte shoppat på skit länge, för att ja inte kan det. Är taggad på att jag ska hitta någonting. Ser framför mig vad jag ska hitta. Känner förväntan, hittar jag det så blir jag väldigt glad. Men när jag ska köpa det så känner jag ”ska jag verkligen köpa det här, har jag verkligen råd med det här ” resonerar med mig själv att är inte det här onödigt och jo jag ska nog inte ha det här och går därifrån och känner sig lite besviken. Eller så stänger jag av och tänker att det är så roligt och det är roligt med nya saker och köper grejer som jag egentligen inte har råd med. Ska jag köra eller ska jag hålla tillbaka? När jag handlar något väldigt planerat är det något för en större summa, och känner då ett motstånd. Men det gör jag även när jag shoppar spontant. Men är det planerat så känner jag ändå att det är okej. Om man köper något billigt så känner jag mig jätte nöjd, att shit vad mycket jag får för pengarna. Samma sak när jag köper något dyrt att jag får kvalité för pengarna. Och om det är ett planerat köp så känner jag att det är skönt, för jag har tänkt på det länge och kan då släppa just den grejen. Stryka en grej på en lista, en lättnad. De planerade köpen är en blandning mellan saker jag behöver och vill ha. Ibland kan jag intala mig själv att det jag vill ha är något som jag behöver.

**I:** Det är jobbigt för det är inga kläder som passar, oftast går jag ut ur affären utan att ta med mig något. När jag väl hittar något så känns det väldigt bra eftersom då har jag ju letat länge.

**J:** Det är en tillfredställelse att hitta något. Jag brukar inte ångra mig när jag har köpt något.

**K:** Det beror väl på vad man har köpt, om man köper något till nyår och känner att det blev så jäkla snyggt och perfekt då blir man ju glad och nöjd. Så kanske jag inte känner över nya strumpor.

**L:** Innan känns det bra. När jag är i affären känns det dåligt och när jag kommer hem så känns det piss. Därför vill jag inte handla så ofta. För jag ser inte ut som jag gjorde innan jag fick barn och det har jag inte riktigt insett och det man försöker ta på mig passar inte så bra, så det känns dåligt. Därför shoppar ja inte så mycket. Men innan jag fick barn shoppade jag oftare. Innan var jag väldigt smal. Shoppa känns inte så himla roligt. Om kläderna döljer alla valkar så kan jag känna mig lite snyggare. Leggings och tunika är bra och skönt.

**M:** Det finns 2 sidor, handlar jag något som inte känns ok och då är det igen positiv känsla. Principer tankar. Att det står ”Made in Bangladesh” får mig att vända. Men om det är något jag kan stå för känns det ju bra.

**N:** Det känns bra, speciellt om det passar. Det känns spännande och roligt när man ska köpa något nytt och sen när man går och väntar på att få hem det har man hög förväntan. Men sen när det väl kommer så tänker man kanske att okej den var väll bra, lite halvt besviken men ibland blir man väldigt nöjd.

### **Hur stor roll spelar mode?**

**A:** Jag tycker det är kul att följa mode.

**B:** Inte så stor roll, inte just trender men jag kan gilla det ju mer jag har sett det. Jag gillar ändå mode men det handlar mer om jag tycker om plagget, därför blir det många spontana köp. Jag tycker ändå det är kul att följa mode för att visa att man är modern, jag mår bra av det. Men jag bryr mig inte om min kompis har moderna kläder eller inte.

**C:** Jag kan köpa saker som inte är en trend, i bakhuvudet har man alltid en bild av hur modet är. Jag blir inspirerad av modebloggarna och tidningarna.

**D:** Mode spelar inte så stor roll, kanske följer modet lite grann men jag köper mest vanliga grejer.

**E:** Om man med mode menar rådande trender så spelar det både stor och liten roll. Jag är ju hänvisad till det utbud affärerna har, och det är ju enligt rådande mode. Men samtidigt följer jag inte trender slaviskt, utan tänker mer på vad som passar min kroppsform osv.

**F:** Mode spelar jättestor roll, man visar vad man är för person genom vad man har på sig. Det finns många som säger att det inte bryr sig. Stil och mode är två helt olika saker, mode är något som är populärt, en stil är en identitet, något som man har, det här är min stil liksom. Det visar ju så mycket, hur mycket pengar man har, hur man tänker och tycker osv. Det utstrålar mycket.

**G:** Personligen anpassar jag kläderna efter kroppstyp. Alla trender passar inte min kroppstyp. Därför är det lite olika.

**H:** Tycker att mode är intressant, inte viktigt att jag ser ut som att modet säger att jag ska se ut. Modet säger vad som händer just nu. Men jag vill ha koll, så att jag kan välja om jag vill vara med eller ta motstånd och kunna välja om jag vill gå med eller gå mot det eller bara skita i det. Även de ytligaste trender säger någonting. Vad man sänder för signaler, är väldigt viktigt och visa att man tar ansvar. Läger in någonting större. Kläder kan existera för sin egen skull men mode finns för någonting annat. Mode är kopplat till någonting annat.

**I:** -

**J:** -

**K:** Nej det har inte så stort inflytande, det är inte så viktigt, man vill ju inte se ut som man kommer från 1800-talet men bara man känner att man inte är helt off.

**L:** För mig spelar det ingen roll alls. Men när det gäller mina barn så vill jag att de ska se bra ut och ha det senaste. Jag struntar i vad andra har på sig. Men jag kan tänka mig att andra bryr sig, men jag gör inte det.

**M:** Mode som i trender spelar ingen roll. Jag vill ha något som jag gillar.

**N:** Nej inte så stor roll. Inte för vare sig mig eller andra. Kan kolla på modebilder och så men det är mer för jag tycker om estetiken i det, mer som konst. Inte att jag tänker att så vill jag se ut eller så ska jag matcha.

### **Identitet:**

#### **Vad betyder kläder för dig?**

**A:** Mycket, både för mig själv, man visar ju vem man är med kläder, och man kan se på människor vilka de är efter hur de klär sig.

**B:** Det går i perioder, om jag har en tråkig period då tar jag mig tid för att ta på mig något roligt för att liva upp stämningen lite. Sen om jag är med familjen eller åker skidor och så bryr jag mig inte. Men vid fester har det stor betydelse eftersom jag tycker det är roligt att klä upp sig. Det är kul att visa upp olika stilar, allt från långklänning till Converse.

**C:** Det beror på vad jag ska göra under dagen. Ibland kan det ta väldigt lång tid innan jag bestämmer mig för vad jag ska ha på mig. Jag försöker att klä mig för tillfället.

**D:** Det betyder mycket man visar ju sin identitet genom kläder. Det är ju viktigt att ha snygga kläder på sig. Inte viktigt jämt men ofta. Inte om man bara går hemma eller går och handlar mat.

**E:** Man uttrycker ju mycket med kläder. De som klär sig mer nedtonat vill nog vara mer privata. Jag säger ganska mycket med hur jag klär mig, sättet jag kombinerar på.

**F:** Viktigt så man slipper gå runt naken. Det har en jättestor betydelse för mig, det ger mig en identitet. Kläder känns mer som något man måste ha på sig för att det ska vara värmande eller svalkande, något man måste ha. Medans mode är ju den här speciella grejen alla vill ha just nu. Kläder är mer funktion.

**G:** Betyder allt för mig. Kläder är väldigt viktigt för mig eftersom det visar vem jag är. Vem jag vill vara.

**H:** Eftersom jag jobbar med kläder så betyder det väldigt mycket. Men jag har ett stort intresse inom kläder, har valt att utbilda mig inom det. Det är ett sätt som tilltalar mig som uttryckssätt. Jag håller på med musik och så men tycker att kläder är roligare, faller sig mer naturligt, har alltid gillat att klä ut mig, klä upp mig och bara klä mig. Testa, inte alltid utåt men för mig själv också.

**I:** Det ska väl vara någon typ av sammansättning. Man ska väl se städad ut, men mer än så betyder det inte för mig. Jag blir väl mer och mer modeintresserad för varje år. Jag har börjat tänka mer på vad jag har på mig, folk är mer modeinriktade här än i USA så då tänker man mer på vad man har på sig.

**J:** Det är ett uttryckssätt som kan reflektera hur man känner sig men det kan också göra hur man känner sig. Jag kan känna mig nöjd om jag är fin. Kläder i sig kan påverka hur man mår om man har kläder som man är nöjd med så kan det väga upp ett dåligt humör och tvärtom.

**K:** Samtidigt som jag inte handlar så ofta så är ju kläder skoj, det är ju alltid roligt att se bra ut. Kläder har ju stor betydelse. Det är väl från person till person men man blir ju påverkad av modetidningar och allt man ser, man vill ju se bra ut.

**L:** Kläder är väldigt viktigt så man kan täcka sig själv. Finns mycket kläder som inte är mode. Kläder är mer för att visa sin personlighet. Man kan kombinera hur som helst för att visa sin stil.

**M:** Nödvändigt ont. Jag gillar ju att ha kläder som jag trivs med men jag vill inte att det ska ske på andras bekostnad. Jag skulle shoppa mer om det fanns bättre utbud.

**N:** Jag ser det som ett måste. Tycker det kostar mycket, en stor kostnad.

### **På vilket sätt har din klädstil förändrats under de senaste åren?**

**A:** Jag har aldrig haft någon speciell stil jag kan ha en slapp stil ena dagen och väldigt uppklädd ena stunden. Lite schizofren stil. Jag är mångsidig när det gäller det där med stil. Jag tror det är efter humör, sinnesstämning. Hur man vill att folk ska uppfatta mig, till exempel ena dagen kan jag ha svart sotade ögon och ha rockiga kläder och nästa dag kanske jag vill vara romantisk med rosett i håret.

**B:** Jag har ju aldrig varit punkare, jag har inte växlat så mycket, men jag själv kanske tycker jag har haft olika stilar men det kanske inte märks. Men när jag var 16 då var jag hårdrockare och hade nitar. Det var kul för jag gick i en snobbskola så det uppmärksammades. Nu har det mer gått över till lite rock men tillsammans med vanlig stil.

**C:** Ju äldre man blir, när man pluggar på handels kan man inte gå klädd hur som helst. Jag har jobbat på Bonnier och där är det en stilig klädstil. Jag fick ändra en del på min stil när jag började jobba där för att smälta in. Jag har inte ändrat min stil så jättemycket under åren. Om jag har ändrat stil under åren så har det skett långsamt. Man klär sig ju hela tiden efter vad som passar ens ålder. Nu känner jag att jag har hittat min stil som passar med skolan och jobben. Jag tror inte jag behöver ändra min stil mer.

**D:** De senaste åren har det blivit lite mer moget. Jag vet inte om man har förändrats så mycket men man var ju lite fjortis, hade buffaloskor... men annars hade jag inte så jätte konstig stil. Jag har inte förändrats så jätte mycket.

**E:** Ja, när man var yngre så följde man alla trender utan att tänka på om man passade i dem. Men nu har min stil varit stabil sens jag var 20. Nu kan jag se tillbaka utan att skämmas över hur jag såg ut förr. Jag kan absolut använda alla kläder jag har i garderoben.

**F:** Jag har hållit mig till samma stil ganska länge. Jag skulle säga att jag är lite poppig.

**G:** Skäms när jag ser bilder på mig själv som är gamla. Ingen direkt stil, ingen utpräglad stil. Fallor inte under någon kategori. Svensson stil, tar det som finns i butiken.

**H:** De har förändrats ganska mycket, som tur är. Men i gymnasiet var jag intresserad av kläder men var även intresserad av mycket annat. Hade inte den fantasin eller drivkraften att uttrycka mig genom kläder och vågade nog inte. Inte drivkraften eller modet att klä mig på ett annorlunda sätt. Men nu efteråt genom min utbildning, träffat folk som har helt andra synor på kläder och då blir man inspirerad. Influerad av mina vänner och när man har kommit ut genom livet. Umgås med folk som har annorlunda idéer om varför man klär sig, hur man klär sig och de har väldigt mycket idéer om kläder. Den tydligaste grejen med min stil är att jag nästan aldrig har byxor. Min stil är väldigt flickigt, kjol, klänning och kofta. Jag har det eftersom det är bekvämt och stilmässigt, men jag vill inte klä mig slapt för då får ja ingen arbetsmoral. Klär hellre upp mig. Hållningen i plaggen. Om jag klär mig slapt så känner jag mig trött och slapp. Klär mig i plagg som ger mig en viss hållning och rak rygg. Plaggen hjälper mig att vara mer som jag vill både för mig själv och utåt för andra.

**I:** Har inte experimenterat, nu kanske jag försöker ha finare kläder på mig än förut, skjorta kanske istället för mjukiströja. Det är nog lite tryck från kompisar som är modemedvetna och sen att jag flyttade till Sverige.

**J:** Från fjortis ja, gick i tajts och buffaloskor... från 17-18 och uppåt har det varit hyfsat samma stil. Jag har inte experimenterat med olika stilar. Jag var lite lättare påverkad innan, mer gruppträck som påverkade när man var yngre.

**K:** Det har väl förändrats med olika faser i livet, det har ju inte varit något extremt. Ett tag lyssnade jag ju på Nirvana och då såg man lite sjabbig ut. Sen skulle man se lite snyggare ut. När man blir äldre känner man ju att man inte tar på sig vad som helst, när man ar 14 hade man ju en 10cm kjol, det funkar ju inte nu. De senaste åren har jag ju haft samma stil, sedan gymnasium har det väl sett likandan ut.

**L:** Den har förändrats extremt kan jag säga. Just nu känns det inte som jag, nu får jag köpa det som döljer mest. Deprimerande fråga. Då när jag var smal och hade den stilen jag skulle vilja ha, var lite mer tajt, svart och rockigt. Nu kan jag inte ha sådant utan måste ha mer baggy byxor som döljer.

**M:** Den har väl förändrats men jag har en jacka som jag använt sens jag var 13. Jag har aldrig varit extrem åt något håll.

**N:** Inte stilar så men i tonåren klädde jag mig mycket i svart och pösigt för jag tyckte inte om kläder. Då köpte jag kläder ännu mer sällan. Ville inte ha kläder, tyckte inte det var roligt. Men nu har jag upptäckt att det finns kläder i min storlek och lite mer färgglatt. Nu har jag olika plagg.

### **Hur känner du dig när du bär ett nytt klädesplagg?**

**A:** Ja jag känner mig fin, särskilt om man har lagt ner en lång tidsplanering på det ögonblicket då känner man sig extra fin. Ibland kan det ju också vara att det är jättestilt i affären sen passar det inte när jag kommer hem, så det är inte alltid det blir som man tänkt sig, så då använder jag det en gång och sen får det ligga i garderoben. Man kommer på fel start med plagget. T.ex. i somras så

hade jag en blommig klänning ibland när vi gick ut, och varje gång jag hade den så hade jag så jäkla kul, det blev mitt lyckoplagg.

**B:** Om det är snyggt och nytt så känner jag mig fräsch och snygg, eller så känner jag mig inte alls bekväm för jag har köpt på impuls. Många plagg lämnar jag tillbaka. Men det spelar ibland ingen roll om det är något nytt bara det är ett plagg jag känner mig snygg i. Facebook påverkar mig mycket, då kan folk se kort på mig när jag har en viss klänning på en fest och då kan jag inte ha den igen, så det kan vara en anledning till att jag köper nytt. Jag känner att jag är tråkig och inte varierar mig. Kläder visar vilken stil och personlighet du har.

**C:** Det känns bra. Det är ju alltid den bästa känslan första gången du använder plagget. Mina bästa kompisar vet ju allt som finns i min i garderob och de ser ju direkt när jag har något nytt, de ger en bra känsla.

**D:** Känner mig glad, snygg och det känns bra, sinnestämningen går upp, bättre självförtroende.

**E:** Om jag är nöjd med det så kan jag släppa det, jag vet att jag ser bra ut. Ett nytt plagg kan ju vara extra tillfredställande eftersom det är nytt. Ofta klär jag mig på ett sätt som att det här är jag in och ut och då behöver jag inte tänka på det. Om man köper kläder som man inte trivs i kan man känna sig utklädd.

**F:** Känner mig snygg, det är ju alltid roligare att ha nya plagg speciellt om någon uppmärksammar när man har nya kläder. Känner mig nog lite snyggare i nyare plagg men man kan ju ha gamla plagg som fortfarande funkade och som man känner sig snygg i. Det beror snarare på hur man matchar kläderna. Jag använder sällan kläder som jag syr själv. Om jag har sytt det själv blir jag ju ganska stolt, men det känns samtidigt jobbigt för vad andra ska tänka, att de tänker ”jaha, nu tror hon att hon är någonting för att hon har sytt det själv.” Jag är stolt över kläderna jag sytt men jag är inte bekväm med att visa upp dem och använda dem.

**G:** Alltid roligt med nya kläder. Känner sig fin i nya kläder. Samma känsla även om det är olika slags plagg.

**H:** Jag vill nästan klä mig i plast och är jätte nojig för att det inte ska bli smutsigt eller gå sönder. Är väldigt rädd om mina plagg. Vill att de ska räcka så länge som möjligt. Har övervägt ganska noga och är väldigt nöjd med dem, vill inte bli av med dem. Men när första fläcken har kommit så kan jag använda dem på riktigt, mer bekvämt. Är ganska stel i nya plagg. Även om det är second hand, eftersom de då är nya på mig. Känner mig stel i nya plagg.

**I:** -

**J:** Man känner sig fin och nöjd oftast, tillfreds liksom.

**K:** Man känner väl sig lite fräschare. Det beror ju på vad det är men har man på sig något man tycker är snyggt mår man ju bra utav det.

**L:** Beror på hur det sitter. Om jag ser något som ser bra ut men inte ser bra ut på mig så blir jag ju jätte lessen men är det tvärt om blir man ju glad. Beror ju på hur man har föreställt sig innan. Om



man ska ha kläderna till något speciellt som till ett dop så vill man hitta något som är fint och ser bra ut. Så blir man ju gladare om man hittar något då för det är fler som tittar på en då än om det är någon vardagsgrej.

**M:** Det känns ju bra, men jag vill att det ska fungera, det krävs ett antal användningar innan jag vet att det var ett bra köp.

**N:** Då känner jag mig fin faktiskt. Klär upp mig lite mer och sminkar mig. Sparar nya kläder till speciella tillfällen, t.ex. om jag ska ut och fika med någon så tar jag det då för att känna mig bättre och finare. Roligare att köpa toppar.

### **Hur viktigt är det att ha en egen stil?**

**A:** Nej, inte särskilt men det är ju för att jag själv inte har en särskild stil. Viktigare att man klär sig snygg och det passar en.

**B:** Det är väl roligt men jag vet inte om det är viktigt. Sen tycker jag det är coolt om man har sin egen stil och visar på självförtroende. Själv skulle jag nog vilja ha det men det har inte blivit så.

**C:** Det är viktigt med en egen stil, då är man oftast i en stabil position. Det går ofta hand i hand känslor och vad man tar på sig. När man känner sig självsäker kan man uttrycka sin stil, att ändra sig under korta perioder kan indikera på att du är instabil. Det kanske beror på att det händer något i ditt liv. Problem i skolan eller med familjen.

**D:** Ja det tycker jag väl att man ska ha, man ska ju ha det man själv tycker om, och det som passar en själv.

**E:** Behöver inte vara super särpräglad, viktigt att man känner sig som sig själv i kläderna. En egen stil kan ju vara väldigt neural. Min stil är ganska mycket färg och mycket accessoarer. Mycket armband och stora halsband, gillar bling-bling. Dras till det som syns, gillar när det händer något roligt i plagget och att det är någon färg som jag passar i. Klär mig efter vad jag ska göra vem jag ska träffa.

**F:** Det är viktigt. Det visar vem man är som person, kan visa en politisk åsikt osv. Det signalerar ju hur man är som person. Det räcker ju att titta här (på café) runt omkring så säger det ju ganska mycket. Man dömer ju folk väldigt lätt utifrån vad de har på sig. Första intrycket.

**G:** Nej det är inte så viktigt. Tror aldrig att man kan ha en *egen* stil. Man är inte så unik som du tror att du är. Alla går omkring och ser precis likadana ut.

**H:** Jätte viktigt, det bara är det. Det är en del av den jag är. Jag tar ställning för någonting. Att inta en position. Det visar vem jag är. Jag läser ju in jätte mycket av hur andra klär sig. Det kanske bara är viktigt för mig men jag bildar mig en slags verklighetsuppfattning genom det. Men jag vet inte hur andra uppfattar mig men jag gör mig så tydlig som jag tycker att jag kan. Kan inte ta ansvar för hur någon annan uppfattar mig. Om jag såg någon som såg ut som mig själv så skulle jag ju känna igen det. Jag skulle läsa in en människa som är intresserad av kläder men som ändå har en distans till det. Är inte så ängslig i mitt klädval och ha på mig något som inte är 100 %, är inte allt i världen.

**I:** Stil för mig är att man har något som är jätte annorlunda, jag tror inte jag sticker ut direkt. Min stil är nog att jag inte behöver ha alla märkeskläder. Det är inte så viktigt utåt, jag bryr mig inte så mycket om vad andra tycker bara jag är bekväm.

**J:** Jag skulle säga att det inte är så viktigt samtidigt så tror jag det är viktigt att man klär sig som man själv är nöjd med för att må bra. I vårt samhälle är allt baserat på yttre så då kan det vara svårt att frånga den yttre stilen, man behöver inte vara unik. Om ens yttre stämmer överens med ens inre så är det enklare att visa vem man är för andra. Det kan ju vara en stil att inte bry sig om stil så det är ju också en stil. Jag tror det är skillnad från landsbygden från storstaden.

**K:** Ja, jo det är ganska viktigt att man visar vem man är och vad man tycker om. Det är ju trevligt att alla inte ser ut som alla andra. Att alla handlar på H&M blir ju inte direkt roligt. Så det är ju positivt med en egen stil.

**L:** Just nu känns det inte som om jag bryr mig så mycket men det skulle vara kul om man kunde ha den där rockigare stilen. Men jag väljer ju kläder som är lite så ändå. Det visar ju personligheten lite bättre.

**M:** Det är väl upp till den enskilda, är det viktigt för den så. Jag har inte så mycket åsikter med andras stil. Sen tycker jag det är sjuk att man köpa en tröja för en kväll, jag kan inte förstå det. Jag tycker det är roligare med folk som kan göra mycket med få medel. Man kan få olika uttryck med samma klädesplagg. Det tycker jag är spännande.

**N:** Inte så mycket, gör inget om andra har samma. Har nog ganska bekväm stil. Bekvämt men ändå inte joggingbyxor, vardaglig.

### **Jämför du dig med andra?**

**A:** Hela tiden, tyvärr. Oftast typ snygga kläder som jag inte kan ha på mig som inte skulle passa min kroppstyp och då kan man ju bli bitter på ett sätt och känner lite avundsjuka. Typ om man följer Elin Klings blogg, hälften av kläderna kan man ju inte ha.

**B:** Inte jämför men jag kan bli inspirerad. Men jämför gör jag inte för jag tycker man har så olika behov och personligheter. Om man jämför kan det ju vara så att oj vad hon var fin i håret, jag är ju inte alls lika fin, om jag är på dåligt humör kan det bli så.

**C:** Om jag ser någon som kanske har en liten grej som jag också har och jag tycker om hennes stil kan det ju vara bra. Men om det är någon som har samma plagg och jag inte tycker om hennes stil så känns de ju inte så bra. På handels kan jag känna mig lite underlägsen, men på humanisten klär de sig inte lika bra så där känner jag mig kanske lite överlägsen.

**D:** Man tänker ju på det, men kanske inte jämför. Jag kan få inspiration från andra och gå fram och fråga vart de har köpt de.

**E:** Inte så att de har bättre klädstil än mig. Men ser jag något jag tycker om på någon annan att den har något snyggt så kan jag bli avundsjuk. Gillar Trinny and Susana, bra budskap, acceptera

det du har och klä dig därefter. Noterar andra men aldrig i jämförelse med vad jag har, mer som inspiration.

**F:** Jag tittar ju på folk och blir inspirerad men jag blir inte avundsjuk. Jag tänker mer vart har hon köpt den där? En sådan vill jag också ha. Jag tittar på folk på krogen för då är man ju uppklädd då är det kul att titta på folk och bli inspirerad.

**G:** Ja, det gör man alltid. För att få bekräftelse på sig själv. Genom kläder och utseendemässigt och yrkesmässigt. Speciellt som kvinna jämför man sig med andra. För att få en uppfattning om vart andra men även jag själv står i rang. Ett sätt att hävda sig.

**H:** Jag tittar ständigt och registrerar vad andra har på sig väldigt mycket. Kan inte stänga av det, och tänker att så skulle jag vilja se ut och så skulle jag inte vilja se ut. Jämför mig själv med andra och tycker att bilden av mig själv kan bli tydligare om jag jämför mig med andra.

**I:** Inte ofta, någon gång om jag ser någon som har snygga kläder så kanske jag kan tänka om jag skulle passa i de, men jag jämför inte.

**J:** Jag tittar nog mycket vad andra har för stilar och kläder, men jag jämför mig nog inte direkt jag kan mer konstatera att det där klädesplagget var snyggt, det skulle kunna passa mig. Inte att han eller hon har snyggare stil utan mer tycka att det är snyggt eller inte snyggt.

**K:** Nej det gör jag nog inte så jätte ofta.

**L:** Jämt, ja det gör jag. Man jämför ju om man ser någon med samma byxor så jämför man ju för att se hur det sitter på den andra och hur det ”ska” sitta. Det är kul om man ser någon som har ett par baggy byxor som sitter tajt så känner jag mig jätte bra. Man jämför sig ju, man vill ju se bra ut. Jag tycker det är roligare att vara egen, alltså inte konstigt egen men ändå inte som alla andra.

**M:** Definitivt, när man känner att man inte har något att ha på sig. Men när jag tänker ett steg längre så vill jag inte ställa upp på det som krävs. Jag lägger pengar på upplevelser istället.

**N:** Ja det gör jag väl ibland. Jag kanske skulle tycka att det var roligare om jag var smalare för då har jag större utbyt. Ibland jämför jag mig med andra och tänkte tänk om jag kunde ha det där fina. Men det var mer så när jag var yngre, har kommit bort lite från det nu. Jag går inte och blir inspirerad av andra men jag kan nog känna mig lite mer underlägsen om det kommer in en jätte snygg, smal tjej.

### **Tycker du att dina kläder visar vem du är och i så fall hur?**

**A:** Hm, vet inte. Men det är ju det igen eftersom jag inte har någon stil. Jag kan tycka det är jättekul med sotade ögon och döskalle tröja och folk tror att jag är rockbrud men det är jag ju inte egentligen.

**B:** Nej, då var det mer i gymnasiet när jag visade att jag gillade rock. Till viss del. Om det skulle spegla mig så skulle jag ha på mig min korta svarta skinn klänning, och mina coola boots med skinnjacka. Jag gillar skinn. Och så gillar jag att det är kort vid benen och inte urringat. Jag gillar det lite rockiga, och ta till någon färgglad accessoar. Det gäller ju att ha rätt kläder i rätt

sammanhang. Jag vet inte varför jag ofta fastnar för svart, men när jag har mina favoritkläder så känner jag att det representerar min personlighet. Jag försöker ändå att klä mig i de kläder jag gillar.

**C:** Ja, det gör jag. När jag är på handels så visar mina kläder att jag studerar business och att jag hör till där. Samma sak på jobbet. Även när jag går till dansen. Jag klär mig enligt de sociala koder som finns i respektive grupp för att visa att jag hör till dem.

**D:** De visar det ju på grund av att det är jag. Men jag har ju ingen speciell stil så jag vet inte, jag använder ju mycket svart. Jag är nog lite feg, det döljer ju magen lite mer om det är svart.

**E:** Till min personlighet är inte jag en grå mus och därför vågar jag ha mycket smycken och färg, gillar roliga grejer. Till exempel så kan jag ha en rosa tröja med ett silverarmband med en rosa muffin i, jag blir nöjd när jag plockar ihop en rolig ensemble.

**F:** Ja de tycker jag väl att de gör. Hur? Ja typ idag när jag var på intervju var det första chefen sa "Här sitter det någon som är modeintresserad" så någonting måste jag ju ändå utstråla, att jag gillar mode och gillar kläder. Jag tror folk kan tro och tycka om mig att "jaha hon lyssnar på den här musiken".

**G:** Ja, det tycker jag. Jag är ingen människa som går i starka färger, jag väljer neutrala färger. Vill inte stå ut i mängden, vill vara lite mer dämpad. Det är så jag vill vara som person också.

**H:** För mig visar det tydligt. Jag tycker det. Jag känner att jag är många saker och kan klä mig annorlunda. Min stil kan ändra sig från dag till dag ganska radikalt. Jag har inte en aggressiv stil och är ingen aggressiv person. Har en snäll stil och jag är en snäll person men inte mesig men vet ändå vet vad jag vill och klär mig stilmässigt men är inte att jag är gapig.

**I:** Ja det tycker jag, det har kompisar sagt. Det är lite mer ledigt, inte det att jag inte bryr mig. Sen tycker folk att det är kul att göra om en ibland, typ fixa det här, ta på dig det här. Jag var på en fest med en kompis och hade en klänning på mig och min kompis blev väldigt chockad.

**J:** Jo de gör de nog i den bemärkelsen att jag tror att jag har en stil och att det finns en viss stil och att jag är nöjd och tycker om mina kläder. Man anpassar ju stilen efter situationer men jag är bekväm i alla kläder oavsett situation så där uttrycks stilen.

**K:** Det får man väl hoppas att det gör, det blir väl så att man köper kläder som passar min personlighet. Modet just nu är ju inte jag.

**L:** Nej inte nu för tiden. Nu känns det mest som om ja har dem för funktion för att jag inte ska gå omkring naken. Nu när jag har fått barn så klär man sig ju mer att om det är kallt ute så klär man sig varmt och inte bara snyggt som man gjorde förr. Skulle vilja ha svarta kläder med nått nitbälte till. Svart tajt t-shirt med svarta tajta jeans. Det är mer så jag känner mig och vill se ut.

**M:** Ja det tror jag. Sen har jag ingen extrem stil, men det säger väl något också.

**N:** Ja det gör det väll. Jag sticker inte ut jätte mycket. Jag kan ha kjol i vardagen och så. Jag strävar inte efter att uttrycka något speciellt. Även om alla mina plagg är olika så kan man ju ändå se ett mönster, det är samma typ av plagg, lite längre tröjor och lite randigt och så.

**Vad vill du att dina kläder ska säga om dig?**

**A:** Jag vill att dem ska säga att jag är en tjej som lite hänger med i modet, att jag ändå är lite lättsam. Att jag inte går i korta svarta klänningen och spelar svårfångad eller dyra klädesmärken.

**B:** Det vore ju roligt om de representerade min personlighet och att de ger ett bra första intryck. Att det inte är för mycket, för mycket mode eller för uppklätt. Det hatar jag, nu tog jag ju på mig de här örhängena, de tycker jag är för uppklätt. Egentligen vill jag inte vara som alla andra, men det är jag ju nu. Alla personer är ju unika i och för sig, ingen är ju som alla andra men jag tycker inte att jag står ut ur mängden. Men det är roligare om jag har kläder som jag tycker om och som visar min personlighet. Man mår ju bättre då. Men det kräver nog större inkomst.

**C:** Jo jag tänker på hur andra uppfattar mig, jag vill känna att jag hör till en grupp och jag vill bli behandlad som likvärdig eftersom jag bär de rätta kläderna. Om jag bara ska vara jag så klär jag mig efter väder och hur jag känner mig, är jag trött så kanske jag vill vara mysig men jag tänker också på det rådande modet, jag tänker både rationellt och känslomässigt. Även om jag är trött eller sjuk kan jag vara det på ett stiligt sätt.

**D:** Att man är en vanlig tjej, inget speciellt. Andra som har speciella stilar tycker jag är kul för dem, det är ju modigt. Men jag kan tänka att jag inte fattar hur man orkar hålla på och fixa sig så mycket varje dag men jag tycker det är kul att de gör det.

**E:** Att jag inte är rädd för att synas, men samtidigt att jag inte känner ett behov av att berätta allt om mig själv med hjälp av kläderna.

**F:** Jag vill att folk ska tänka att jag verkar häftig, tuff och söt. Att jag vill synas och sticka ut lite ur mängden, jag vill inte synas mest men jag vill inte tillhöra den gråa massan, utan jag vill stå lite bredvid.

**G:** Vill att kläderna ska komplettera min personlighet. De ska reflektera vem jag är. Stå i stil med mitt humör och min karaktär. Seriös och ordningsam är jag. Vill ge ett seriöst intryck. Visa att jag är pålitlig.

**H:** Jag vill bli uppfattad som självständig och att jag gjort ett självständigt medvetet val. Har mycket att välja att ha på mig men har ändå gjort ett val. Jag har en hemsydd kjol på mig och jag vill visa för andra att jag själv gjort den, visa upp den och med stolthet. Behöver inte berätta för alla att jag gjort den själv men jag vet det och vill visa för andra hur bra jag ser ut i den. Läger mer värde i de plagg jag gjort själv, eftersom det inte är vilka plagg som helst. Har lagt ner arbete på dem och är då väldigt rädd om dem. De betyder mer men jag försöker behandla dem som vilka plagg som helst. Gör plagg som jag inte hittar i butik utan är min idé och fantasi och därför är de viktigare för mig. Eftersom jag handlar utifrån min fantasi och skulle inte det plagget jag vill ha finnas så gör jag det själv och det är en självständighet.

**I:** Att jag är bekväm i den jag är och att jag har en lättsam nivå, att jag är på den svenska lagom nivån, alltså inte så att jag inte bryr mig alls.

**J:** Jag tror inte att folk tror att jag är ett modelejon men jag tror heller inte att folk inte tror att jag bryr mig om vad jag har på mig. Jag vill att kläderna ska passa ihop och att de är snygga ihop, kontroll och stabilitet. Och att jag är en stabil person. Jag skulle inte säga att kläder är en passion för mig.

**K:** Herregud, vilken fråga. Vet inte. Att jag är ren och fräsch haha nej jag vet inte vad jag ska säga.

**L:** Jag vill att de ska visa mer vem man är. Att man inte är snobbig eller bryr sig om modet eller så där. Att jag är jag och jag skiter i hur andra tycker.

**M:** Ja det är inget jag tänker så mycket på, jag vill inte bli bedömd så mycket från det yttre. Men ändå man vill ju ändå ha på sig grejer man känner sig bekväm i. Jag börjar nog inse att jag kanske har en stil, kanske något andra tänker på man analyserar väl inte sig själv sådär.

**N:** Det är inget jag går och tänker på så. Gud vad svårt det var... jag bryr mig ju ändå lite om hur jag ser ut. Jag skulle aldrig gå ut i joggingbyxor, inte ens till affären. Men det är viktigt att vara bekväm.

### **Hur tycker du kläder och identitet hänger ihop?**

**A:** På vissa hänger det ihop jättemycket och visar verkligen vilka de är. På vissa personer tror man att man kan se vilka de är. Vissa går med bakåtslick som alla andra. Jag tror att de är rädda, de kanske inte har hittat den eller är rädda för att visa den och då är det lätt att se ut som alla andra. Du är ju en i mängden och det är tryggt. Man blir ju lite mer anonym. Men de är ju inte svagare som människor det är nog väldigt olika men generellt beror det nog inte på svaghet mer trygghet. Särskilt i lägre åldrar i skolan också, typ coola killen har strumpor över byxorna då har andra de också för de ser att det fungerar för honom.

**B:** Jag tycker att typ som min bror när han har varit på jobbet har han kostym på sig och ser professionell ut, då får jag känslan av att han är duktig. Men det visar nog en viss identitet, kläderna. Min kompis har mycket ringar och färger och det visar hur hon är. Sen vet jag många tråkiga människor som har tråkiga kläder, men de kan också vara trendiga. Rosa skjortan när den kom, alla driver ju med de om de är stekare, ändå är det killar som kommer med backslick och rosa skjorta trots att 80 % av Sverige driver med sådana personer.

**C:** Ja, om man inte är säker på sin identitet är det ju väldigt svårt att klä sig. Kläder och identitet kan komplettera varandra. Man behöver vara medveten. Om det finns något problem med identiteten så kan det uttryckas i kläderna men om man är säker på sin identitet kan man prova olika stilar men man är ändå säker på vem man själv är. Om man ser något häftigt i modemagasinen som man tror kanske att man inte passar i för att det är för galet kan man köpa och bära de ändå om man är självsäker.

**D:** Det hänger väl ihop helt och hållet. Man klär sig väl efter hur man är och hur man mår. De som inte köper så mycket kanske inte vet vad de vill ha och inte köper så mycket eller så är de så säkra på sig själva att de inte behöver visa sig i nya kläder. Eller så har de inte råd.

**E:** Ja, man visar ju upp vem man är. Det är inte personligheten som visas upp på utsidan. De som inte bryr sig tror jag har gjort ett ställningstagande att jag inte bryr mig. De som inte har intresse har ett annat tankesätt där kläder inte är ett viktigt sätt att visa vem de är. Varför har vissa människor olika behov av att uttrycka identitet? Jag kan inte spela instrument eller skapa saker, jag tycker om heminredning men jag kan inte ställa mig att måla en väggmålning. Jag uttrycker mig genom kläder andra uttrycker sig genom att skapa.

**F:** Ja som jag sa förut, lite om vad man har för politisk åsikt och ståndpunkt i livet. Om man inte är så intresserad av kläder så tar man ju fortfarande ställning. Man visar hur man än gör. Om man inte shoppar så visar man att man inte vill tillhöra konsumtionssamhället. Visar alltid vem man är.

**G:** Det måste ha med varandra att göra, jo det gör det. Kläderna fyller en funktion. De kan dölja och framhäva min personlighet. Om jag t.ex. ska dölja min personlighet så kan jag t.ex. ha på mig mina arbetskläder. De är sydda för män, för stora, fel sydda osv. Blir som en uniform. Formlösa kläder som döljer kroppens former, känner sig inte så attraktiv då.

**H:** Väldigt tätt sammanhängande. Även de som säger att de inte bryr sig vad de har på sig visar ändå det. Det säger också någonting om dem. Kläder säger alltid något om vem man är, om man inte har någon som tvångsklärr sig så säger det något. Även om man har 20 svarta t-shirtar så säger det också någonting. Eller om man har plagg som är väldigt allmängiltiga så visar det också någonting.

**I:** Jag tror många utspelar sin identitet genom sina kläder, på den här skolan är det väl många som tror mer än vad de är. Men hemma spelar sådant ingen roll. Men märkeskläder är inte jag. Det kanske vill synas och folk tror kanske att det blir mer associerade att de har vissa kläder, kanske är något de fått från föräldrarna, vi fick aldrig några märkeskläder när vi var små.

**J:** Jo det tror jag hänger ihop för många personer men olika för olika personer. För vissa har de nog ett starkare samband. Jag bodde på ett ställe ett år där jag bodde i en by, där var det andra saker som speglade identiteten, genom handlingar och åtaganden. Vad man gör och hur man säger saker hur mycket plats man tar. Men i en stad där man ser nya människor kontinuerligt så tror jag att det spelar större roll. Men även beroende på personen.

**K:** Det gör det ju på det sättet att om man t.ex. på högstadiet när jag hade en punk/grunge period så såg ju min identitet genom mina kläder. Då speglade det ju identiteten väldigt väl. Det gör det väl kanske inte nu. Jag tror det har med skolan att göra, man försökte passa in på något sätt, de flesta såg ju ut så då. Då var man ju mer slav för modet. Som när alla skulle ha Adidas byxor och då hade man det. Det är ju inte på samma sätt nu. Om det är mode på en viss sorts sko, visst det kan vara snygga men jag känner inte att det är något jag måste ha.

**L:** Ja det tycker jag nog. Det måste det göra. Jag skulle aldrig klä mig i en rosa tajt klänning för det är inte jag och det skulle inte kännas rätt.

**M:** För många hänger det ihop väldigt mycket, det finns ju de som konstant visar upp. På ett sätt gör det ju det på mig också eftersom jag vill konsumera hållbart. Fast det blir ju indirekt, jag visar ju att jag bryr mig om miljön och inte följer trender.

**N:** Ja det tycker jag eftersom man utgår från sin egen smak. Man kan ju uttrycka många olika stilar och åsikter med hjälp av kläder. Man kan uttrycka mer eller mindre, man kan ju ta hjälp av olika symboler och så.

### **Miljö:**

#### **Vad skulle få dig att shoppa mer sällan?**

**A:** Det vete fan, det skulle vara min ekonomiska situation skulle ändrats. Jag känner bara att vi kan öka på istället. Jag vill inte shoppa mer sällan, det är ett av mina intressen.

**B:** Att jag köper en lägenhet och köper inredning istället, att jag reser mer. Man kan ju shoppa väldigt billigt idag så därför gör jag det istället för att köpa en dyr resa. Det är ju mest för att jag inte har så mycket pengar nu, annars skulle jag köpa mer kvalitet. Till exempel jeans, jag köper aldrig några som inte är av något känt varumärke som är av bra kvalitet.

**C:** Om jag inte hade så mycket pengar kanske. Annars finns det inte så mycket som skulle stoppa mig. Om jag vet att jag vill köpa något som är väldigt dyrt skulle jag spara pengar men målet är alltid att köpa.

**D:** Ekonomi, om man sparar till något speciellt. Eller om man är nöjd ändå så man inte behöver shoppa.

**E:** Om jag skulle köpa mer i taget skulle jag ju gå i affärer mer sällan. Om det var bättre kvalitet på kläderna skulle jag nog shoppa mer sällan. Typ tights, t-shirts, går sönder ganska fort. Köper oftast på Lindex men det slits ju. Många andra saker tycker jag kan vara högre kvalitet på, t.ex. från H&M.

**F:** Ja, vad det finns för utbud i butikerna, vad det är för mode som gäller. Nu handlar jag knappt inget på Lindex eftersom det är fult mode, och sen hur mycket pengar jag har.

**G:** Om jag hade lite pengar. Dåligt väder, då jag går till stan. Regnar det så går jag inte till stan. Om jag känner mig missnöjd med mig själv. Om jag känner mig att jag gått upp i vikt t.ex. för då tycker jag inte att något sitter bra.

**H:** Shoppar redan sällan men jag skulle shoppa mer sällan av ekologiska skäl. Det är inte hållbart. Nu väljer jag att skita i vad jag vet för att livet blir för tråkigt. Men om jag ska ta fasta på allt jag vet inom ämnet så skulle det vara en anledning till att shoppa ännu mindre. Sluta köpa nytt och sy själv. Det är viktigt för mig att tänka på de här frågorna. Det är viktigt för mig att leva hållbart men jag tänker så här att jag har ingen bil, bor inte stort och tycker att jag kan unna mig att köpa nya kläder tills jag har en större miljöpåverkan. Jag kan inte göra allt, men jag gör det jag kan. Om jag fick mer pengar skulle jag köpa mer men jag skulle investera i dyrare plagg. Plagg som ska hålla länge köper jag gärna lite dyrare. Investerar som att jag köper kvalitet, köper



svensktillverkat eller chambray-märken. Plagg som jag vill byta ut ofta köper jag second hand. Jag kan inte försvara att köpa mycket dyra kläder.

**I:** Om jag inte hade några pengar.

**J:** Andra alternativ, om det fanns fler second hand affärer, fler klädbytar tillfällen. Sedan absolut priset, om alla kläder skulle vara dyrare skulle det vara mer sällan. Jag tror inte den information om hur klädindustrin fungerar biter på vårt konsumtionssamhälle. Den här hungern efter nya kläder och tillförståelsen är för väl inpräntad i oss för att vi ska avstå.

**K:** Om man skulle bli arbetslös så får man ju omprioritera. Om den ekonomiska situationen skulle förändras. Det skulle nog göra att jag handlade ännu mindre.

**L:** Det går ju typ inte. Jag shoppar ju när kläderna går sönder så det går ju inte. Det skulle väll i så fall vara att jag köpte mycket mer när jag väl shoppade men vid färre tillfällen.

**M:** Pengar. Men jag shoppar ju så sällan redan.

**N:** Ja, priset. Om en del kläder var billigare skulle man kunna bygga upp en större basgarderob. Köpa mer vid de få tillfällena.

### **Lagar eller syr du om dina kläder om de går sönder? Varför/varför inte?**

**A:** Det händer väldigt sällan, är det något jag verkligen tycker om så visst. Men det är väldigt sällan. Oftast så går inte kläderna sönder eftersom jag hinner tröttna på dem innan. Då åker jag till tippen med dem, aldrig till insamling.

**B:** Om det är inom 3 år så tar jag med mig plaggen till butiken och kvittot och får dem lagade, konsumentköplagen. Jag köpte en ny blus på Bikbok som jag strök som fick ett stort hål i ryggen som jag har tänkt laga, så jag slänger dem inte. Jag kan inte slänga plagg, om jag har varit duktig så har jag rensat ut en halv pappkasse, men jag vet inte vart jag ska göra av dem, de står i förrådet nu. Man har ju minnen med vissa kläder.

**C:** Om det går sönder så lagar jag det om jag kan. Om det är för litet eller för stor så kanske jag ger bort det eller säljer det på second hand. Jag slänger aldrig kläder, det finns ju alltid något man kan göra med kläderna.

**D:** Antingen så slänger jag de, men om det är något favoritplagg så ger jag det till en skräddare. Sådant som jag slänger är sådant som är jätte trasigt. Det har inte blivit av att åka till insamlingar. Helst vill man ju sälja det.

**E:** Svårt om det är hål mitt på men om det går sönder en söm så kan jag laga dem om jag tycker om dem väldigt mycket. Lagar kläder ganska ofta, gillar jag det så lagar jag det om det går. Jeans har jag lagat mycket. Inte slit och släng, kan nästan stå och lipa för att få hjälp.

**F:** Ja det gör jag. Om det är en billig grej så slänger jag det istället, för då kan jag lika gärna köpa en ny än att lägga ner en massa tid. Om de typ bara har kostat några hundra. Men har det kostat några hundralappar så lagar jag det nog. Typ syr upp eller så om det är för långt.

**G:** Nej det gör jag inte. Eller jo till viss grad. Syr i knappar. Lagar mindre sömmar. Billiga kläder lagar jag inte. Underkläder slänger jag och strumpor också.

**H:** Ja i den utsträckning jag kan. Alla plagg jag har använder jag väldigt mycket. En lagning kan tillföra någonting. Tvätta varsamt men går de sönder så gör jag det bästa av saker. Som att få ett ärr som berättar något, plaggen får en historia. Försöka hitta ett annat användningsområde och tänka vad kan jag göra med de här nu?

**I:** Lagar gör jag ju, syr om gör jag inte. Jag slänger inte, jag ger bort dem, brukar byta kläder med min syster om inte de vill ha de så går vi till klädinsamling. Om det är trasigt så slänger jag dem.

**J:** Jag har en korg med saker som jag ska laga, det händer ibland, någon gång i halvåret. Jag kan sy om grejer som inte passar. Om de är trasiga så slänger jag dem annars lägger jag dem i insamlingslådor.

**K:** Beror på vad det är som gått sönder, men syr om gör jag inte, laga inte så ofta heller. Om de är trasig slänger jag, de kan man ju inte ge bort. Om jeansen är så slitna att de är trasiga slänger man det. Men kläder som man inte använder längre kan jag lämna till återvinning. Det känns onödigt att slänga de om det går att använda.

**L:** Nej det är ner ”jaha okej, byebye”. Förut var det mer att jag kunde sy ihop. Nu är det mer att inse att det inte går längre.

**M:** Det kan jag inte påstå att jag gör, jag lagar ju knappar och sömmar. Men jag har ingen symaskin eller så. Men jag lagar enklare grejer. Jag skulle gärna göra det. Om det är så trasigt att jag inte kan laga det så tar vi ut det till landet till mamma och använder det där. Om klädesplagget är i ok skick då åker det till mamma eller till en klädinsamling. Men det blir ofta liggande.

**N:** Ja det gör jag. Går det hål så lagar jag. Beror på vart det har blivit hål och så. Det gäller alla kläder.

### **Hur många gånger använder du ett klädesplagg?**

**A:** Byxor hänger ju med mycket längre än tröjor. Det beror på hur mycket jag tycker om det. Men ett år kanske. Vi bor ju i Sverige där det är säsonger så man kan ju inte använda sommarklänningen. Mitt äldsta plagg är mina Lee-hängslebyxor, i tajt modell. Dom är så pass coola så jag vill inte slänga dem det känns som det kan bli ett arv, så här gick mamma klädd när hon var ung. De är nog 6-7 år gamla.

**B:** Det var en svår fråga, t-shirts kan jag tröttna snabbt, men bas tröttnar jag aldrig på, det är bra att ha. Men vissa festklänningar och t-shirtar kan man ju tröttna på.

**C:** Jag kanske lägger kläder på hyllan som inte är mode längre men jag kan ju alltid använda den sen på något annat sätt. Jag rensar kanske garderoben 2 gånger per år för jag har flyttat mycket. Det kan hända att jag bara använder ett plagg en gång eftersom det kändes fel, men då kanske jag ger bort det till någon kompis.

**D:** Oj det är olika, ofta blir det ju inte så mycket eftersom man köper mycket nytt. Man tröttnar ju på det. Men sen kanske man tar fram det igen. Ofta blir det ju att man använder favoritplagget när man tröttnat på dem så köper jag ofta nytt eftersom det är tråkigt att gå tillbaka till de andra plaggen.

**E:** Är oftast nöjd med mina plagg, och använder det hela säsongen och vissa behåller man till nästa år och vissa kasserar jag.

**F:** Festplagg använder jag ju lite mindre, man tänker att nu har ju folk sett detta så då varierar jag mig. Men vardagskläder använder jag oftare. Vad är normalt? Jag vet inte. Jag använder saker ganska mycket, tills jag hittar någonting annat att byta ut det med. Jag är sån att nu använder jag det här, sen hittar jag något nytt och använder det istället. Men i genomsnitt 15 gånger kanske. Mitt äldsta plagg är från när jag var 10 år. Det är en kjol med resår i midjan så därför passar den fortfarande. Inget favoritplagg men den är väldigt snygg lite 80-tals stil på den kjolen.

**G:** Alltifrån en 2-14 gånger, det beror helt. Har plagg som jag aldrig använt som jag har köpt. Klänningar använder jag inte lika ofta som en tröja.

**H:** Använder de väldigt många gånger, de plagg som jag har som är äldst är ca 5-6 år och det är plagg som jag fortfarande använder.

**I:** Jag har kläder kvar från när jag gick i gymnasiet så jag använder kläder flitigt, vissa mer än andra. Det finns kläder som hänger i garderoben som jag inte använder så ofta.

**J:** Jag byter inte ut garderoben så ofta utan jag köper till grejer så om jag flyttar rensar jag. Jag tycker om att köpa klänningar, typ sommarklänningar och dem kan jag använda en gång. Jag har klädesplagg som jag tycker mycket om som kan vara 10 år gamla som jag inte vill slänga så de får hänga kvar.

**K:** Jeans använder jag tills de går sönder. Men tröjor blir ju urtvättade. Men jag är ju inte sån att nu har jag använt den här 2 gånger nu kan jag inte ha den mer. Jag har en tjock luvtröja som jag fick utav mamma för många, många år sedan, minst 10 år gammal. Den är så urtvättad men så himla skön, sådan man kan ha hemma.

**L:** Helt sjukt svårt att veta. Jag använder dem till jag är antingen för smal eller för tjock för att ha dem men oftast tills de går sönder. Svårt att säga hur lång tid det tar. Vanliga tajta jeans använder jag ju inte så ofta. Konstiga former på jeans, känns som om passformen alltid är fel. Men jag skulle vilja använda det mer men jag har inte hittat rätt modell.

**M:** Många gånger. Men det är svårt att säga. Jag skulle ju aldrig köpa något för ett tillfälle. Man är väl lite periodare. En del kläder har man ju haft undanlagda och sedan tagit fram de igen. Jag har ju ingen jättegarderob. Allting håller ju inte lika bra. Men jag använder dem ju nästan tills de går sönder.

**N:** Det beror på om det är plagg jag tycker om, då kan jag ha det i 2-3 år medans andra har jag endast någon gång om året. Men då slänger jag undan det om något år för då tar det bara plats.

Linnen och sådant använder jag aldrig. Jag gillar längre tröjor med lite längre ärm, det använder jag oftast.

### **Hur viktigt är kvalitet vid köp av kläder?**

**A:** Inte jätteviktigt eftersom jag hellre köper 3 stycken lite halvbilliga tröjor för att få mer. Annars tröttnar jag på det. Oftast är det för att det har gått ur modet, det känns inte aktuellt längre.

**B:** Tänker inte så mycket på det, jag har inte råd. Men som sagt så går jag efter vad det är för plagg. Funktionellt om det är jacka. Om det är en partyklänning så är det viktigast om de är snygga, om den inte är så bekväm kan jag köpa den ändå, men då använder jag den inte så mycket. Typ en klänning som jag köpte i plastmaterial, när jag är ute blir jag jättevarm men jag skiter i det för jag är snygg i den. Men jag har en jacka från när jag var 12 från H&M faktiskt, så det kan ju vara bra kvalitet. Men det är nog inte så viktigt ändå, många varumärken med olika kvalitet har ju samma leverantörer ändå.

**C:** Kvalitet är ju en faktor som får viktigare betydelse desto äldre jag blir, det finns två alternativ, den andra är ju lite dyrare men bättre kvalitet och då skulle jag köpa den, så var det inte för 5 år sedan. Om det är något som jag är säker på att jag skulle använda många år så kan jag köpa dyrare. Det är ju alltid ett mål att försöka köpa mindre, men det är inte så lätt för att man vill gå tillbaka till det flow när du köper mer. Det är ju alltid en bra känsla när du tar ett plagg ur påsen och tar på det och tittar på dig i spegeln.

**D:** Man vill ju köpa bättre kvalitet, vissa dyra plagg vet man ju att de är kvalitet så då kan man ju köpa de. Nu skulle jag nog tycka det var bra med mer kvalitet i kläderna, men jag köper inte så eftersom jag inte vet vad bra kvalitet är. Om jag fick hjälp med att någon visar mig vad bra kvalitet är så hade jag gjort det.

**E:** Kvalitet är olika viktigt beroende på vilken typ av plagg det är och hur mkt det används. Basplagg får gärna vara av bättre kvalitet eftersom de används mkt och ofta under längre tid. Vissa mer "speciella" kläder har ju mer ett bäst före datum pga. att de snabbare blir omoderna, då gör det inte så mkt om de inte håller någon längre tid.

**F:** Kvalitet är inte så viktigt eftersom jag tröttnar på kläder ganska fort. Därför köper jag hellre billigt. Jag tycker det är jätte tråkigt att gå runt i samma plagg.

**G:** Faktiskt inte alls viktigt. Mer fixerad av priset än av kvalitén. Lurar mig själv att tro att det är billigare på det viset fast jag vet att de inte är det i längden. Ytterkläder är viktigare med bra kvalitet.

**H:** Försöker och det är väldigt viktig. Enligt mina ideal är det väldigt viktigt. Jag stävar mot att köpa så hög kvalitet som jag kan. Men ska jag ha ett par nya strumpbyxor så går jag till H&M fast jag vet att de kommer gå sönder, men det stör mig mer och mer. Jag har läst mycket om materialkunskap och kan inte bortse från det jag vet. Ju mer jag vet desto mindre kan jag kompromissa. Om det var två identiska koftor men den ena i mycket högre kvalitet skulle jag tänka att jag tar den med högre kvalitet fast att den är dyrare för att jag vet att den kommer håll längre. Den billiga får man ändå byta ut och blir samma pris i slutändan.

**I:** Nej, kvalitet är inte viktigt. Jag kan köpa tre t-shirt på H&M istället för att köpa en dyr t-shirt för att få omväxling. Jeans betyder kvalitet. Kvalitet är inte alltid det dyraste man får ju se hur de passar och hur tjockt tyget är. I USA köpte jag ju dyrare kläder, men jag tror inte jag skulle ändra mitt köp beteende speciellt mycket, jag lägger hellre pengar på upplevelser.

**J:** Skor är det viktigt med kvalitet, men det är nog ganska viktigt men man måste ju tänka på vad det kostar. Om man ska på fest så kanske man köper något från H&M som håller ett par gånger. Det är viktigt men inte alltid det som avgör.

**K:** Jo det är väl hyfsat viktigt, kläder kostar ju ändå en del pengar då vill man ju inte att det ska gå sönder efter att man tvättat dem 2 gånger.

**L:** Det är ganska viktigt. För mig bryr jag mig inte så mycket för jag har alltid något annat hemma att sätta på mig. Men eftersom jag shoppar så sällan så vill jag att det ska hålla. T.ex. så köpte jag den här tröjan på Carlings istället för på H&M så jag köper hellre något lite dyrare för att de ska hålla längre. Om det bara är något ja ska ha hemma så bryr jag mig inte.

**M:** Det är viktigt, tyvärr är det väl så att man inte vet vad man får. Men kan tänka mig att betala mer om jag vet att det kommer att hålla.

**N:** Det är viktigt men inte det som avgör.

### **Kvalitet, vad är det för dig?**

**A:** Ja, det är ju bra och dyra kläder som håller länge. Oftast tänker jag att det är lite dyrare.

**B:** Kvalitet är plagg som du kan ha i minst fem år, slitstarkt, att man både kan ha det i vardagen, utför aktiviteter, festar, när man rör sig mycket och om det håller då är det bra kvalitet. T.ex. dragkedjan håller, färgen är kvar när man tvättar. Fast då är det ju gift i kläderna. Men kvalitet är lyx för mig.

**C:** Kvalitet betyder mycket eftersom det bestämmer om plagget kommer att hålla länge och om det sitter bekvämt på mig.

**D:** Det ska hålla länge, vara bra material.

**E:** Kvalitet är när plaggen är välsydda och är gjorda av tyger som tål många tvättar utan att krympa, förlora passform eller färg.

**F:** Det ska hålla länge, det ska inte gå sönder eller noppa sig. Behöver inte ha med priset att göra. Det känner man på plagget om det är kvalitet. Man kan ju köpa billigt fast det är bra kvalitet, man kan ju känna det på plagget.

**G:** Det är en kombination av utformning och material, funktion av ett plagg. Funktion är viktigt. T.ex. trenden med saker på axlarna är inte funktionellt och också fult, därför kollar jag mest på funktion när jag köper plagg. Utseende och passform.

**H:** Materialet, ett material som går att tvätta och hålla fint. Även att det ska hålla rent estetiskt och att jag inte ska tröttna på det. Både fysiskt och estetiskt. Läger mest viktig vid att kvalitet är något som ska hålla. Estetisk kvalitet kan man ifrågasätta ganska mycket. Men jag brukar försöka tänka att kommer jag gilla den här koftan om 2 år? Det handlar ofta om mer klassiska plagg.

**I:** -

**J:** -

**K:** Kvalitet är väl sådant som inte är massproducerat, H&M har ju inte den bästa kvaliteten. Man tvättar de två gånger sedan tappar de formen. Man får ju lägga lite mer pengar på kläderna, man kanske köper ett visst märke, som Adidas det förknippar jag med bra kvalitet, de håller bra.

**L:** Känner lite på materialitet. Men det är ju lite olika, lite svårt. Känns som chansning det där. Man får känna och fråga personalen i affären. Och på priset, det säger väll en del.

**M:** Det är något som håller formen, inte nappar sig, sömmarna går inte upp. Sedan finns det ju det här miljöaspekter, att det är tillverkat under ok förhållanden.

**N:** Om det håller eller inte. För om blytlås går upp eller i sömmen eller om färger går ur fort.

### **Kan du tänka dig att köpa färre dyra plagg mer sällan?**

**A:** Nej jag tror inte det, jag shoppar inte så. Om jag fick mer pengar skulle ju inte kvantiteten förändrats.

**B:** Ja. Men det handlar ju om perioderna, kanske inte hela tiden. Om jag har haft mycket att göra och inte spenderat mer pengar. Jag hade nog velat göra det mer än vad jag gör nu. Men dyrare kläder är ju relativt. Ibland kan jag vänta och se om jag gillar plagget och då kan jag köpa lite dyrare.

**C:** Min attityd har ändrats drastiskt sedan jag började studera företagsekonomi. Jag har mer och mer börjat köpa färre men dyrare plagg som har bättre kvalitet eftersom jag har insett de ekonomiska fördelarna med att ha plagg som håller länge.

**D:** Ja de kan jag tänka mig ifall man vet vad som är bra, som man kan använda ofta.

**E:** Kan tänka mig att köpa dyrare kläder med bättre kvalitet för att de ska hålla längre. Slitstarkt, behåller färg och passform. Började shoppa mer när jag fick bättre ekonomi, blev roligare när jag fann min stil. Från 20 års ålder så började jag shoppa mer. Det skulle vara trist att dyka upp på jobbet i samma tröja som i förrgår. Om jag inte hade pengar skulle jag väl få sy kläder, tycker inte om att shoppa second hand, har issues med bakterier.

**F:** Nej. Jag vill ha så mycket så möjligt för så lite pengar som möjligt.

**G:** Nej för jag gillar att småshoppa. Om jag ska göra det så skulle det vara nått märke som jag blivit helt frälst i. Om jag skulle komma fram till att jag sparar pengar genom att handla på det sättet.

**H:** Ja det skulle jag kunna. Det hade jag inte kunnat göra för några år sen. Men nu när jag känner mig själv och min stil så vet jag vad jag vill ha. Jag klär mig mer i en siluett och en form. Jag har ändrat mig till detta tankesätt under de tre senaste åren.

**I:** -

**J:** Om det är snyggt så skulle ja kunna göra det, ur den estetiska synvinkeln.

**K:** Ja, jo om man tittar på jeans, om man sparar pengar och köper dyrare jeans så vet du ju att du kan ha dem längre. Man kan köpa ett par jeans istället för två par. Samma sak med skor.

**L:** Jo det skulle jag nog. Men nej det skulle jag ju inte ändå, eftersom jag shoppar så sällan så vill man ju fylla på och ha nytt. Känns som om jag shoppar minimum för vad man kan shoppa.

**M:** Absolut, om jag visste att det här är något som kommer och hålla och att jag kommer att ha det under ett långt tag.

**N:** Nej köper redan sällan.

**Bakgrundsfrågor:**

**Vilken är din födelseort?**

**A:** Töreboda.

**B:** Göteborg.

**C:** Tammerfors.

**D:** Mariestad.

**E:** Skara.

**F:** Karlstad men hemort Kristinehamn.

**G:** Född i Seoul i Sydkorea men uppvuxen i Nykil, Linköping.

**H:** Karlstad men hemort Kristinehamn.

**I:** Stockholm.

**J:** Skara.

**K:** Töreboda.

**L:** Karlstad, hemort Kristinehamn.

**M:** Göteborg.

**N:** Karlstad.

**Hur bor du nu?**

**A:** Mariestad

**B:** Göteborg, i stan kan göra att jag shoppar mer, jag går väldigt mycket på stan och då kan det kännas att jag har shoppat.

**C:** Göteborg.

**D:** Mariestad.

**E:** Göteborg.

**F:** Göteborg.

**G:** Sandefjord i Norge.

**H:** Dals Långed, Dalsland.

**I:** Göteborg.

**J:** Göteborg.

**K:** Anderstorp.

**L:** Kristinehamn.

**M:** Göteborg.

**N:** Göteborg.

**Vad jobbar du med/Vad pluggar du?**

**A:** Florist, blomsterlandet i Skövde.

**B:** Pluggar Magister i marknadsföring vid Handelshögskolan.

**C:** Pluggar business.

**D:** Pluggar till lärare.

**E:** Socionom.

**F:** Lindex.



**G:** Vaktmästare. Snöskottning, buskklippning, byta glödlampor. Är utbildad trädgårdsmästare.

**H:** Jag pluggar mitt andra år på Textil, kläder och formgivning som är en tre årig universitetsutbildning på Göteborgs Universitet, Steneby konsthantverk och design.

**I:** Pluggar master management på handelshögskolan.

**J:** Student på Logopedprogrammet.

**K:** Servitris på ett konference center.

**L:** Just nu är jag arbetssökande. Jag har varit mamma ledig i tre år. Jag hoppar in lite på bemanningsföretag ibland.

**M:** Pluggar folkhälsovetenskap och jobbar extra i butik och som städare.

**N:** Arbetssökande.

**Hur många syskon har du?**

**A:** 1.

**B:** 4 äldre syskon och min syster är väldigt klädintresserad, vi triggas varandra.

**C:** 1 lillasyster.

**D:** 2.

**E:** en bror och en syster.

**F:** Inga syskon.

**G:** 1 äldre bror, 26 år.

**H:** 2 systrar och en bror. 21, 30 och 33 år gamla.

**I:** 4.

**J:** 4 syskon.

**K:** 2 systrar.

**L:** Ja en yngre bror.

**M:** 1.

**N:** 6 stycken syskon.

**Har du en partner?**

**A:** Nej.

**B:** Ja.

**C:** Pojkvän.

**D:** Ja.

**E:** Singel.

**F:** Nej, fast ändå lite ja.

**G:** Nej.

**H:** Jag dejtade en kille just nu.

**I:** Ja.

**J:** Nej.

**K:** Ja.

**L:** Ja.

**M:** Nej.

**N:** Ja.

**Vad jobbar dina föräldrar med?**

**A:** Mamma ålderdomshem, pappa Electrolux.

**B:** Mamma är revisor och pappa har egen revisionsbyrå.

**C:** Mamma är frisör och pappa är KAM.

**D:** Skogsvaktare, massös.

**E:** Teknisk ingenjör, fritidsföreståndare.

**F:** Båda är arbetslösa.

**G:** Pappa är civilingenjör. Mamma är hemmafru och utbildad barnsköterska.

**H:** Mamma är förskollärare och pappa är ingenjör.

**I:** De jobbar inom skola/dagis och elektriker.

**J:** De jobbar inte alls, de är förtidspensionerade men de är läkare och ingenjör I grunden.

**K:** Pappa på Daloc och mamma inom äldrevården.

**L:** Pappa är chef på vägverket och mamma är datakonsult.

**M:** Pappa är ingenjör, mamma är dietist.

**N:** Pappa är lokförare och mamma jobbar i äldrevården.

**Hur många nära vänner har du?**

**A:** 5.

**B:** 7 bästisar.

**C:** 6 stycken.

**D:** 6.

**E:** 7-8 nära vänner.

**F:** 5 kanske.

**G:** Cirka 7, max 10.

**H:** runt 10.

**I:** 4.

**J:** 10 ungefär.

**K:** 8.

**L:** Det där har jag tänkt på ofta. Jag har nog ingen som är sådär nära som jag känner att jag kan ringa till och berätta just det där. Har ju många vänner och bekanta. Kanske träffar två lite mer. Men nu när man har barn så hinner man inte träffas så ofta. Och har inte de vännerna barn så blir det på så olika nivå. Man känner sig så gammal, eftersom jag fick barn så tidigt, man växer ifrån.

**M:** 5.

**N:** Det är väll väldigt få, en handfull.

**Vilka är dina fritidsintressen?**

**A:** Träna och shoppa.

**B:** Tennis, segling, golf, all sport, motorbåtar, umgås med vänner, mycket med min familj, festar.

**C:** Dansa och laga mat.

**D:** Promenera, tv-serier, kläder.

**E:** Böcker musik film träffa vänner, teater, kultur.

**F:** Sy, pyssla, virka, måla, läsa böcker, och sådant som alla andra gör som att sitta vid datorn, fika, festa.

**G:** Växter, djur och natur. Blommor allra främst. Tecknande och ritande.

**H:** Kläder, sticka, sy, musik, läsa, se på film, allmänbildning. Lyssnar mest på gammal musik i blandade stilar.

**I:** Sportar mycket, middagar, spelade fiol och flöjt och klarinett när jag var yngre.

**J:** Jag tränar på gym, baka tycker jag är kul, musikintresserad är jag. Eco projekt.

**K:** Måla, tatuera, Cesar (hund).

**L:** Vara mer barnen, fotografera, träna.

**M:** Kultur, film, musik, resa, språk.

**N:** Film, böcker, inredning, teater. Jag tycker det är roligare att köpa inredning än kläder.

### **Hur ser du på din skola/arbetsplats?**

**A:** Jag trivs jättebra på jobbet.

**B:** Ja jag tycker det är kul i skolan, har lärt känna många trevliga människor. Kommer sakna studentlivet.

**C:** Jag trivs väldigt bra och jag tror det är viktigt att trivas där.

**D:** Tycker inte det är kul att gå till skolan, jobbet känns hyfsat kul.

**E:** Trivs väldigt bra på jobbet.

**F:** Hade du frågat för ett år sedan hade jag sagt att jag älskar min arbetsplats, men nu vill jag bara därifrån för jag tycker att det är dålig stämning. Men jag har trivts väldigt bra.

**G:** Det är en bra arbetsplats, trevlig atmosfär. Har blivit lite av en prinsessa eftersom jag är ensam tjej och yngst. De är snälla där och omtänksamma, så jag trivs. De ser mig som en dotter. Bra arbetsuppgifter och arbetsklimat.

**H:** Gillar min skola fast ser det som att jag får vara här i tre år och får göra vad jag vill. Men tycker att vi arbetar för lite med kritik på min skola. De tar för lite ansvar på att de ligger där de ligger och syns för lite. Dåligt självförtroende, vi borde få synas mer för det är en bra skola.

**I:** Nej jag trivs inte, jag gillar inte skolan tycker inte om lärare.

**J:** Jag trivs väldigt bra, det känns kul att gå dit.

**K:** Ja jag trivs väldigt bra, det är alltid roligt att gå dit.

**L:** Är arbetssökande.

**M:** Jag är osäker på om jag har valt rätt utbildning. På jobbet trivs jag för det mesta. Jag säljer produkter som jag kan stå för.

**N:** Är arbetssökande.

### **Hur ser du på framtiden?**

**A:** Jag ser en förväntan, hoppas på det bästa. Jag hoppas jobba kvar och utvecklas i företaget och hitta en livspartner och bilda familj.

**B:** Nu är det lite ångestladdat i och med att jag inte jobb och tar examen snart. Men jag ser möjligheter och utveckling, jag ser framemot det. Jag vill upptäcka världen. Och jag vill ha det mer ekonomiskt stabilt och köpa lägenhet med min sambo. Men jag känner mig lite vilsen, jag vet inte vad som kommer att hända.

**C:** Framtiden känns bra jag har haft en väldigt kul tid här, jag ska flytta till en ny bostad och inreda den så jag har mycket att se framemot!

**D:** Hoppas på jobb i framtiden, men jag är nervös för framtiden.

**E:** Hoppfullt, det brukar ordna sig, jag kör på helt enkelt.

**F:** Om 10 år tänker jag att jag har gjort någon form av karriär. Fast nu vet ja inte vad karriär innebär men att jag gör något annat än jobbar för Lindex. Och att jag träffar någon. Nu ska ju inte jag ha barn men om jag ska det så tänker jag att jag har det då.

**G:** Vadå framtid? Jag hörde av en på jobbet att Nord och sydpolen smälter så att isarna ska vända runt, så vi kommer nog alla att dö snart. Men en ljus framtid, jag tror de kommer gå bra för mig. Hoppas får fortsätta med det jag gör, vill hålla på med det i framtiden också. Tror att jag kommer bilda familj, bo i villa. Det spelar ingen roll så länge jag mött den rätta. Har inget begär efter att få barn.

**H:** Karriärmässigt är det läskigt men jag känner att det ändå kommer att funka, försöker att tänka att min drivkraft kommer att få mig dit jag vill. Stressar mig att tänka för mycket på det. Vill arbeta fritt ensam eller med andra, ta kostymör uppdrag och kan tänka mig att jobba som lärare och så. Egen verksamhet med brödjobb. Vill flytta till Göteborg eftersom där finns mina

kontakter och flesta av mina vänner. Men på något sätt ser jag mig inte där om 10 år och tänker att jag kommer leva på landet i hus. Hitta en partner och få barn. Resa och se världen tills man är 30 år och då bilda familj.

**I:** Försöker se det positivt för jag vill hitta ett jobb. Jag ser framemot att jobba, det ska bli jättekul att komma ut på arbetsmarknaden igen.

**J:** Jag ser ljust på framtiden, jag ser framemot att bli färdig med utbildningen och börja jobba.

**K:** Det känns väldigt lovande, det kommer bli en väldigt bra framtid. Jag har stora förhoppningar.

**L:** Alltså jag hoppas att jag har en utbildning och ett jobb som jag trivs med. Men jag vet inte vad jag vill blir, det är svårt. Jag vill inte förlora så mycket tid med barnen, så därför vet jag inte vad jag vill blir. Man vill hinna vara med och se. Skulle aldrig kunna vara en sådan mamma som jobbar när de är 6 månader.

**M:** Har ingen tydlig framtidsplan, jag vill ha ett intressant jobb där jag får göra saker som jag tycker om, men det är osäkert vad det är. Jag vill uppleva mycket. Det varierar väl ibland har man ju inte så mycket framtidstro.

**N:** Jag önskar att jag har ett jobb som jag trivs med och att jag ska gifta mig en dag och få barn. Ett Svensson liv, jag är en riktig Svensson faktiskt. Vill inte bo i storstad om jag får barn, men det är ju längre fram. Kanske om 5 år.

### **Hur ofta shoppar du nya kläder?**

**A:** 2-3 gånger i månaden.

**B:** Jag shoppar 2-4 gånger i månaden, jag brukar köpa ett plagg per gång.

**C:** 3 gånger i månaden.

**D:** Varje månad, vill alltid ha något nytt.

**E:** Flera gånger i månaden.

**F:** Cirka 3-4 gånger i månaden.

**G:** Jag handlar kläder cirka 3 gånger i månaden. Kan variera beroende ekonomisk situation.

**H:** Väldigt sällan.

**I:** Max 2 gånger om året.

**J:** Någon gång var tredje månad kan jag nog köpa 2-3 plagg.

**K:** Inte oftare än varannan månad. Köper det jag är i behov utav. Det kanske blir nån tröja per gång, det brukar inte skena iväg.

**L:** Typ 2 gånger per år.

**M:** Någon gång I kvartalet.

**N:** 2 gånger per år.

**Hur många klädesplagg shopper du i genomsnitt varje månad?**

**A:** 1-2 plagg per gång.

**B:** Jag shopper 2-4 gånger i månaden, jag brukar köpa ett plagg per gång.

**C:** Kanske blir 4 plagg i månaden.

**D:** 2 ungefär, ibland blir det kanske 5 och ibland 1.

**E:** 7-8 plagg.

**F:** Köper typ 6-7 stycken plagg per månad. Handlar ju mycket på Lindex, eftersom jag har rabatt där så får man mycket för en liten summa.

**G:** 1-2 plagg per tillfälle. Så allt från 3-6 plagg.

**H:** Shoppar inte så ofta men när jag shopper blir det ca 1-3 plagg åt gången.

**I:** Max 2 gånger om året. Shoppar kanske 2 klädesplagg då.

**J:** Någon gång var tredje månad kan jag nog köpa 2-3 plagg.

**K:** Någon gång varannan månad shopper jag kanske någon tröja, byxor mer sällan.

**L:** Shoppar två gånger per år. Men när jag shopper tar jag allt på en gång. En hel outfit. Kanske 6 olika plagg.

**M:** Ja ibland blir det ju inte ens en gång I månaden.

**N:** 4-5 i snitt kanske.

**Vilka faktorer är viktigaste för dig vid köp av kläder?**

**A:** Att det sitter snygg och att det passar tillfället, oftast köper jag kläder för att gå ut. Jag har ju arbetskläder på jobbet så jag har inget behov att dagliga kläder.

**B:** Priset, det kommer alltid att vara viktigt. Hur bra det sitter, passform. Att min figur kommer fram. Jag gillar inte tältgrejer, jag gillar att det sitter tajt. Och att andra tycker att det ska vara snyggt och fin, jag vill ha bekräftelse på att det är fint. Om andra är med mig påverkas jag väldigt och anammar deras stilar men då kan jag gå och byta de för jag kommer på att det var fel sen när jag kommer hem.

**C:** Det kan till exempel vara om jag ska gå på någon fest eller om det är kallt ute och jag känner att jag inte har kläder till det. Jag kan bli påverkad utifrån om till t.ex. mina kompisar ringer mig och vill gå och shoppa kan jag följa med. Jag kan ofta intala mig själv att jag behöver nya kläder.

**D:** Det är viktigt att det är snyggt, bekvämt och bra passform, och priset. Jag shoppar oftast själv eftersom det är lättast, men ibland kanske man påverkas av kompisar.

**E:** Det allra viktigaste är passform, att det klär mig och att det är smickrande. Att det händer något oväntat i plagget, kan vara någon skärning osv. Små detaljer kan göra stora skillnader. Kan inte vara klädd i svart från topp till tå utan att det händer något roligt. Att färgen passar mig och årstiden. Höstkläderna på våren kan funka i vissa fall men en del plagg funkar helt enkelt inte. Går inte till alla affärer, kan gå in i vilken affär som helst och hitta något som jag vill ha. Kan handla något varsomhelst, tantaffärer, killavdelningen. Jag ser det som en begåvning och en förbannelse. Om jag har shoppat mycket veckan innan så har jag inget större behov men jag hittar ändå alltid något.

**F:** Att de är billiga och snygga, och att de passar mig. Framförallt att det är billigt.

**G:** Beror på vad det är för typ av kläder jag ska ha. Viktigt att det är rätt plagg för rätt tillfälle. Utseende har störst betydelse.

**H:** Behov och lust, att det är roligt.

**I:** De ska sitta rätt och de ska passa min budget.

**J:** Köper helst ekologiska kläder om de är snygga, det börjar bli ett större utbud. Då kan jag också betala mer för det.

**K:** Ja alltså först och främst ska den ju sitta bra, men första intrycket är ju viktigt. Men sitter den inte bra köper jag den ju inte. Det ska se bra ut.

**L:** Pris och hur det ser ut på. Kan se snyggt ut i en katalog men i verkligheten ser de inte bra ut. Nu ska det dölja mina valkar. Tittar på hur plaggen ser ut på.

**M:** Det måste vara något man trivs med, annars är det ju onödigt att köpa det. Samt de faktorer jag nämnde tidigare. Och då betalar jag gärna lite mer. Också kvalitet, men det är svårt att ta med i beräkningarna.

**N:** Att det sitter bra och är bekvämt. Men det ska se bra ut också.

### **Vad påverkar dina beslut vid köp av kläder?**

**A:** Pris, vad man behöver.

**B:** Om jag går själv så är det ekonomiska, inte så mycket kvaliteten, att det visar min figur, att det är kvinnligt etc.



**C:** Många saker, till exempel kvalitet, pris, varumärkets och företagets image.

**D:** Pris, om det passar.

**E:** Hur de sitter på mig, pris, funktionalitet. Önskar att jag kunde säga att jag köper kläder som har fairtrade-stämpel och är av ekologiska material, men jag är för fåfång för det. Priset och den ofta tråkiga utformningen på de kläderna gör att jag inte köper dem.

**F:** Det första är väl hur mycket pengar man har för tillfället, vad det är för plagg, hur det ser ut. Är det lite dyrare kan jag köpa plagget ändå om jag bara måste ha det. Och så tänker jag ”hur viktigt är det att jag köper det här?”. Mest avgör priset och hur det ser ut.

**G:** Priset framförallt, den största och avgörande faktorn.

**H:** Ekonomi för stunden, hur mycket jag känner för det. Hur mycket jag känner att jag måste ha det här. Ekonomi och övertygelse.

**I:** -

**J:** -

**K:** Det är väl priset, det är ju avgörande. Om plagget är värt det de kostar. Om den är snygg och sitter bra och ett bra pris då köper jag ju den.

**L:** Pris och passform.

**M:** Hade jag haft en bättre ekonomi så hade jag väl handlat mer, men de måste fortfarande uppfylla mina krav. Men jag prioriterar inte kläder.

**N:** Priset, det får inte vara för högt. Att det sitter bra, bra längd. Att det känns bra. De