

FÖRORD

Vi hade tänkt skriva en bok om design. Visa vad vi tycker är bra och förklara varför utifrån socialt, miljömässigt och ekonomiskt hållbara aspekter. Ju mer vi begrundade ämnet desto oftare hamnade vi i samtal om överlevnad och konsumtion. Hur vi å ena sidan snackar å andra sidan shoppar. Hur vi talar oss varma om hållbar utveckling inom en rad olika områden, och hur vi sedan med glädje köper ett Prada-plagiat för 70 spänn på den asiatiska marknaden dit vi för tionde julen i rad flugit utan att koldioxidkompensera.

Diskussionerna kom också att handla om vår egen yrkesutveckling som journalister med design som specialområde – om behovet av att flytta fokus från pryl till handling, från yta till sammanhangen där bakom. Om design som problemlösningsprocess, som något viktigt för att möta samtida, globala problem. Om konsumtion, produktion och en livsstil överfull av designade saker. Samtidigt som begreppet design har blivit alltmer urvattnat, oftast framstår det numera som den lätt bluffartade hemligheten bakom allt som är lite extra. Men så enkelt är det inte, menar vi. Materiella ting och design spelar en roll för allas våra liv. För rättvisan i världen och för möjligheterna att leva långsiktigt i den.

Och hur kan vi ens drömma om en långsiktig och balanserad utveckling i dagens upp- och nervända värld utan att syna shopping, det vill säga hur våra saker produceras och konsumeras? Medan boende och framför allt mat över lag får stor uppmärksamhet så är den samhällsrelaterade debatten kring sakerna och vår syn på dem snarast obefintlig. Också politiskt är sakernas roll en icke-fråga. Samlande initiativ och helhetssyn saknas. Kunskap finns, men den används inte. Istället har ansvaret för sakers förträfflighet lämnats över till de producerande företagen – som ibland sköter sig strålande, ibland inte alls.

Ellen Keys och Lena Larssons en gång i tiden kreativa stridsrop om ”skönhet för alla” (1899) respektive ”slit och släng” (1960-talet) har numera

förvandlats till usla deviser om ”sjukt billigt” respektive ”köp och släng”. Lika usla är de konsumtionsmönster vi har anammat i väst och är i full färd med att försöka sprida till resten av världen. Något som inte kommer att fungera. Ett starkt behov finns därför i dagens globala värld av att skapa nya fungerande föreställningar om vad god konsumtion och bra design kan tänkas vara.

Från vårt designperspektiv måste detta inte nödvändigtvis handla om att shoppa ”mindre”, om att slå på trumman för speciella stilmässiga ideal eller om att all tillverkning måste ske lokalt, på hemmaplan. Nej, i hög grad handlar det om att på nytt söka skillnaden mellan bra och dålig kvalitet. Mellan karaktärsstarka saker med en tillkomsthistoria som inte är höljd i dunkel – och de vaga, diffusa som bara är skräp.

Det kräver nya värden som etik och transparens, som vi efterlyser i shoppings värld. Det kräver också debatt, som är vad vi hoppas uppnå med den här boken. Idén har varit att syna överlevnadsproblematiken ur två perspektiv som bägge i hög grad berör design, men som sällan tas upp tillsammans – sakernas och brukarnas, det vill säga konsumenternas. Inte enkelt, eftersom varje litet enskilt köp ingår i vittförgrenade, komplexa problematiker. Men saker är lika livsavgörande som vad vi äter och hur vi bor, menar vi, och har därför inte gett upp. Förhoppningen är att *Köp dig fri!* ska få fler att dela vår uppfattning.

Ingrid Sommar och Susanne Helgeson

”Tweed håller en livstid, dålig bomull en säsong.”

Jonas Lindvall, arkitekt och formgivare



Allt måste inte vara närproducerat. Transparens och etik är däremot alltid önskvärt. Righteous Fashion tillverkar i Uganda, Indien, Mauritius, Nepal och importerar ekologisk, rättvisemärkt bomull, kashmir och bambu från olika kooperativ.

5.

Spelar det någon roll om det jag köper har tillverkats i Sverige eller i Asien?

Både ja och nej. Samtidigt är detta är en av de viktigaste frågorna.

Mest avgörande är att det inte främst är de långväga transporterna som utgör största hotet mot hållbarheten. De ska visserligen inte negligeras, men det allvarligaste problemet är ett annat – nämligen bristen på kontroll av hur olika tillverkningsprocesser går till i fjärran länder. Det kan betyda såväl onödig resursförbrukning och skadliga utsläpp som avskyvärda arbetsvillkor, speciellt gäller detta i länder där graden av demokrati och insyn är liten. Vilket ofta är just de länderna där mycket av tillverkningen sker.

Globaliseringen har gått våldsamt snabbt och tagit fart på allvar sedan 1990-talet. Varken debatten eller lagstiftningen har hunnit med. Exempelvis vet vi att 25-35 procent av utsläppen som genereras av konsumtion i Sverige sker utomlands. Men vi blundar för det och har dålig koll på hur den produktion det handlar om går till. Lösningen ligger inte i att stoppa globaliseringen, men – trots allt – i att lyfta upp alla fakta på bordet, skapa ökad transparens och kräva mera kunskap om hur de varor som vi konsumerar i Sverige har kommit till. Bara då kan vi börja tala om god kvalitet.

LÅNGT BORTA OCH NÄRA

Ännu för 50 år sedan visste vi någorlunda var saker och ting kom ifrån. Idag har vi oftast ingen aning, varken om hur eller var de tillverkats. Då var Sverige en liten sluten ekonomi. Kläder syddes i Borås och möblerna sattes ihop i Småland eller Hälsingland. Tillverkningen var synnerligen personalintensiv och priserna därefter och så var det över hela västvärlden. Modet var lokalt, någon gång regionalt, men varken produktion, företagande eller konsumtion var global. I själva verket dök termen global på allvar upp först på 1990-talet. Idag är både möbler och kläder billigare än de var på 1970-talet.

Stefan Anderberg, professor och forskare vid Lucsus, Lunds universitets centrum för hållbarhetsforskning, visar två enkla teckningar på en typiskt svensk stuga i skogen vid en sjö. Den ena är från 1950-talet, den andra från 2000-talet. Stugan ser ungefär likadan ut på bägge bilderna, men på drygt 50 år har naturen där den står förvandlats från ett produktions- till ett konsumtionslandskap, säger han. Det betyder att vi förr levde av de resurser som fanns utanför knuten. Inte bara maten för dagen, utan också materialen till våra hus, kläder och saker – som trä, sten, järn, lin, ull och läder – kom därifrån. Salt och metaller var det enda vi importerade, allt annat närproducerades.

Vi vet alla hur bilderna ser ut. Den gamla där fåren betar i hagen. En bonde plöjer på åkern, en annan kör virke från skogen. Kärran dras av en häst. Den nya där stugan har blivit sommarställe. Någon solar på trappen, en annan klipper gräset. Barnen plaskar i sjön.

Allt förändras, så även hur våra naturresurser används. ”Men vad vi inte tänker på”, säger Stefan Anderberg, ”är att den gamla bilden gällde inte bara i hundra, utan snarare i tusen år.” Extremt mycket har sedan förändrats på extremt kort tid. Så att det mesta av varorna vi nu shoppar tillverkats i Asien eller Östeuropa, även om varumärkena är svenska. Så

att även plagg och föremål som tillverkats inom landet är gjorda i material som kommer någon annanstans ifrån. ”En dramatisk utveckling”, säger han.

Har vi hunnit med?

Nej.

För vad är idag svenska varor? Ingen vet.

Länge fanns bara en sorts kontakter mellan svenska företag och Asien. Jakten på lågpris. De svenska företag som producerade ”långt borta” gjorde det därför att arbetskraften var billigare i vad som genomgående sågs som utvecklingsländer. Men nu håller situationen på att vända. I takt med att exempelvis kineserna producerar mer för den egna växande medelklassen blir också samarbetsmodellerna fler.

Men redan tidigt fanns undantag. Mest välkänt är Linum, som i mer än 40 år sysslat med svenskdesignade inredningstextilier, främst i grov indisk bomull, tillverkade i Indien. Företagets historia går tillbaka till 1968-generationens röda värderingar. 22-åringen Sven Kempe från Uppsala reste som student till Indien på 1960-talet. Efter flera resor och allt närmare kontakt med en indisk textilhandlare växte en gemensam dröm om att starta ett företag som skulle bygga på juste tillverkning i Indien, men ta fram varor främst för svenska kunder. Vännen i Indien skulle ha hand om fabriken medan Sven Kempe skulle ansvara för design, idéutveckling och marknadsföring i Sverige. Partnerskapet och vänskapen har bestått sedan dess, samtidigt som Linum vuxit och nu säljer designmässigt prisade textilier i många europeiska länder.

Sven Kempe insåg redan då hur viktig bomullen var i sammanhanget. Att den måste vara ekologiskt odlad och arbetskraften ges bra förhållanden. Det betyder att råvaran handplockas, ingen giftig DDT-besprutning förekommer, inga tyger bleks med klor. Enbart godkända färger enligt europeisk ekostandard används. Även avancerad vattenrening förekommer, som gör det möjligt att återanvända 90 procent av vattnet, både för fortsatt produktion och som dricksvatten. Fyrtioåringen Sven Kempe har numera passerat

65, men har bäddat för kontinuitet genom att lämna över vd-stolen till sonen Stefan. Själv är han styrelseordförande och sonens ”vd-assistent”.

Nutida efterföljare är unga modeföretag som Dem Collective och Righteous Fashion. Paula Kermfors och Kajsa Holst, som driver det sistnämnda, träffades när de pluggade mänskliga rättigheter vid Malmö högskola och gjorde praktik hos en biståndsorganisation i Kairo. Deras affärsidé är att skapa kläder som ger bättre livsvillkor för människor i utvecklingsländer, samtidigt som modefilosofin är tidlös och urban. Deras plagg ska vara gångbara i kosmopolitiska miljöer världen över. En grundpelare är att använda enbart ekologisk, rättvisemärkt bomull. Jobbet de första åren har handlat främst om att knyta fungerande kontakter med producenter i Uganda, Indien, Mauritius och Nepal. Delvis importerar de bomullen själva, liksom kashmir och bambu från olika kooperativ. De samarbetar med olika designers som tänker som de, och hoppas kunna anlita mer kända namn så småningom. I filosofin ingår att producenternas vinster delvis ska återinvesteras i lokal utbildning, boskap och infrastruktur.

”Vi tror inte att vi kan rädda världen, men ändå göra viss skillnad”, säger Paula Kermfors. ”Våra kostnader är mycket högre än om vi producerat i Kina, men det var ett medvetet val. Det är orimligt att kunna köpa kläder för 49 kronor. I gengäld har vi inga mellanhänder.”

Klädmärket Greta och möbelföretaget Iform är ytterligare exempel på globala samarbetsvarianter, som inte är ideella men transparenta och ambitiösa. Greta, som står för läckra klänningar i siden, startades av två svenska svägerskor i Peking, som handlar tyger på en marknad i staden och från början jobbade ihop med en lokal skräddare. Iform, som tillsam-

”Idag är både möbler och kläder billigare än de var på 1970-talet.”



My Granddaughter's Cabinet, hantverksmässig produktion i björk-, körsbärs- och ekträ. Design Lisa Hilland för Gärsnäs.

”Asien börjar komma i kapp. Man är idag mer medvetna om miljöfaktorer och arbetsförhållandena har blivit bättre.”

Nina Jobs, textil- och möbelformgivare

mans med danske designern Peter Karpf under mer än ett decennium utvecklat möbelserien *Voxia* i björträ – de flesta modellerna tillverkade i ett stycke för att likna de sittmöjligheter som erbjuds i naturen – har diskuterat flera år med en och samma kinesiska tillverkare för att nå fram till rätt kvalitet, innan stolen *Eco* nyligen lanserades i Kina.

Vad alla de nämnda företagen har gemensamt är att de tillverkar i länder som ligger långt bort, men ändå befinner sig ”nära”. De har bra kontroll över produktionen och tillämpar vad man skulle kunna kalla svenska värderingar och synsätt ifråga om grundläggande faktorer som miljö och arbetsförhållanden. De är också öppna med att berätta om dem – i fallen Linum, Righteous Fashion och Dem Collective är den etiska ambitionsnivån så hög att företagen liknar biståndsverksamheter snarare än business. De visar att ”långt borta eller nära” inte nödvändigtvis handlar om geografiska avstånd, utan lika mycket om hur företagen drivs. Vilken koll de har på sina leverantörer – och underleverantörer! – i Asien och på andra kontinenter. Vilka material och råvaror som använts, hur de har tagits fram och vilka arbetsförhållanden som råder i fabriken där plagg och möbler tillverkas.

En stor del av utsläppen från det vi konsumerar i Sverige sker utomlands, enligt Naturvårdsverket (2010) 25–35 procent. Så när vi slår oss för bröstet och påstår att vi klarar alla utsläppsgränser och att vi minskat de utsläppta mängderna tillräckligt så förtränger vi sanningen som istället är att vi flyttat en stor del av ”våra” föroreningar någon annanstans. De syns inte i statistiken, men har inte försvunnit. Majoriteten av svenska klädföretag jobbar fortfarande främst med konventionellt odlad bomull, trots de stora skade-

verkningarna. Utpräglade lågprisföretag jagar ständigt efter billigaste arbetskraften och flyttar nu exempelvis från Kina, där lönerna börjar bli för höga, till lägre kostnader i framför allt Vietnam. Att de svenska företagen betalar löner som arbetarna kan leva på är ingen självklarhet, ofta tillämpas istället så kallade minimilöner, som inte utgår från levnadskostnaderna i landet och snabbt kan urholkas om inflationen är hög. Värderingar som alltså skiljer sig drastiskt från vad som gäller i Sverige. Ja, de är otänkbara här.

Johan Stenebo menar att vi som kunder borde bry oss mera om hur varorna vi köper har producerats. Men han medger också att det inte är lätt, eftersom informationen är snarast obefintlig. Det gäller inte bara företagens egen information, utan också mediernas bevakning. ”Väldigt sällan görs bra reportage om hur det går till i den kinesiska industrin”, säger han. ”Vanligen är företagen som pyramider med en huvudleveran-



Blomkruka *Hajjk*, designad och (närl)producerad av RVW. Säljs med karta som visar exakt varifrån i Sverige virket kommer.

Långt borta och nära

tör högst upp, som ofta fungerar som en sammansättningsfabrik. Under den kan det finnas upp till flera tusen olika underleverantörer. Det är här som den ljusskygga verksamheten pågår, i form av till exempel barnarbete.”

I Sverige har vi lagstiftning som reglerar såväl arbetsförhållanden som miljö. Hur motsvarande förhållanden ser ut i Asien och andra länder dit svenska företag förlagt produktionen av våra varor har vi som konsumenter själva ingen möjlighet att bedöma. Befintliga märkningar är inte särskilt upplysande. Istället blir det de svenska varumärkenas trovärdighet som blir vår garanti. Men i vilken grad kan vi lita på dem?

Ett helyllesvenskt varumärke med lika hög etisk svansföreling som Linum och Righteous Fashion är Norrgavel, grundat av arkitekten och snickaren Nirvan Richter på 1990-talet. Den som går in på detta möbelföretags sajt hittar deklarerationer om värderingar och miljö, långt utöver vad som är vanligt i affärssammanhang. En humanistisk, ekologisk och existentiell värdegrund. Visioner om såväl kretslopp som estetik. Nästan total transparens om var tillverkningen sker – i Sverige – och vilka material som används – nästan enbart svenska råvaror. Noggranna råd om hur de använda materialen ska skötas. Och en designfilosofi som vill spegla alla dessa ideal. Formmässigt bygger Norrgavel vidare på gammal svensk hantverkstradition i en modernistiskt avslipad och massproducerad variant. Rejäla varor, tänkta att hålla länge.

”Jag skulle önska att allt var tillverkat någon annan stans än i Kina. Vill man vara elak har regimen satt i system att förtrycka många och göra några få väldigt rika.”

Johan Stenebo, konsult, tidigare chef inom Ikea



Danske designern Peter Karpfs stol *Eco* tillverkas sedan länge av svenska Iform. Efter tre års ansträngningar för att hitta en tillräckligt kvalitetsinriktad partner i Kina lanseras stolen nu där.

Men inget av de hittills nämnda företagen representerar någon bred och rådande norm, snarare är de undantag. Betydligt vanligare är deras motsats: likaledes svenska företag med mer eller mindre diffusa produkter, vars ursprung är höljt i dunkel och där vi som kunder inte har en aning om vilken moral som företagen jobbar utifrån. Vartenda köpcentrum runt om i Sverige är fullt av den sortens varumärken och butiker. Rentav är det här som de flesta av oss handlar varje dag.

Så vilken möjlighet har jag som kund att skilja agnarna från vetet? Att få vederhäftig information om hur sakerna jag köper – de som tillverkats i något avlägset land – har kommit till? Vi gjorde ett försök med pressavdelningen hos lågprisvaruhuset Rusta med 56 butiker runt landet. Här säljs

allt från gräsklippare och båtmotorer till gosedjur och smink med slogans som ”mycket för pengarna” och ”har det mesta till oslagbara priser” som främsta dragplåster.

Hur ser fördelningen egenproducerade/inköpta varor ut?

Vi har ungefär 80 procent egna, mer eller mindre unika produkter. Dessa tas fram av vår egen personal i samarbete med leverantörer. Övriga 20 procent är större, ofta välkända märken.

Hur god är er kontroll på miljö, arbetsförhållande, mänskliga rättigheter och så vidare när det gäller egenproducerat kontra inköpt?

Det är principiellt alltid bättre att ha eget folk med i produktionen varför vi i möjligaste mån strävar efter detta. Vi är dock tillfreds med den uppdelning som finns och köper i övrigt bara in stora och erkända märken med bra tillsyn.

Varifrån köper ni in? Gärna fördelning i procent mellan länder.

Vi köper varor över hela världen från de bästa producenterna, varför inköpen sker från olika delar av världen beroende på varugrupp.

Hur, hur ofta och av vem följs er uppförandekod upp?

Den följs upp av egen personal vid varje enskilt produktionstillfälle. Utöver detta sker också oannonserade besök hos leverantörer, även dessa av vår egen personal.

Hur kan era konsumenter förstå varifrån saker och ting kommer?

I förekommande fall svarar vi på frågan. I de varugrupper där så krävs, skrivs också alltid ursprungsland/inköpsland ut på förpackningen.

Hur bemöter ni kritiken om att lågpriskonsumtionen är det största botet mot en hållbar utveckling?

Vi har aldrig ställts inför den kritiken och känner inte igen påståendet

som sådant. Vi finns och existerar utifrån marknadens behov på en hårt konkurrensutsatt marknad.

Efter intervjun åker vi ut till Rusta i Svågertorp utanför Malmö för att på egen hand skaffa oss ett grepp om sortimentet, vilken information man får som konsument. Varugrupper som uppenbarligen är något bättre försedda med bakgrundsfakta är hushållsapparater och leksaker. I övrigt är det inte mycket jag som kund får veta om varorna – ofta ingenting alls. Exempelvis gäller det kläder, skor, porslin, glas, tyger och en del trädgårdsmöbler – för att nämna några kategorier. Slående är också de grova, men uppenbara kopiorna.

Förutom problematikerna kring arbetsförhållanden och utsläpp kommer också frågorna om råvarorna och deras ursprung. Det vill säga ytterligare ett steg bakåt i produkternas kretslopp, ännu närmare ”rötterna”. Bomullen i den kinesiska textilfabriken – som det svenska företaget anlitar – kan komma någon helt annanstans ifrån. Uzbekistan exempelvis, där barnarbete ännu misstänks. Träet som den kinesiska möbelfabriken gör stolar av – som sedan säljs i svenska butiker – kan komma från illegal avverkning i Sibirien. Och träet i de mest typiskt svenska möblerna – var kommer det ifrån? Sverige har en av världens starkaste skogsindustrier. Men ytterst lite, bara någon bråkdelens procent går till möbler. Istället importeras det mesta träet till våra möbler som tidigare sagts från främst Kina och Polen, följt av Tyskland och grannländerna i Norden och Baltikum.

Varumärket Gärsnäs, som står för högklassiga svenska kvalitetsmöbler för främst offentliga miljöer, är ett exempel. Inte minst som illustration till forskaren Stefan Anderbergs två bilder med den röda stugan, som beskrevs i början. Gärsnäs, vars fabrik och huvudkontor ännu ligger kvar längs huvudgatan i den skånska orten med samma namn, är särskilt berömt för möbler i skånsk rödbok. Designtävlingen Probok på 1960-talet, som initierades av dåvarande chefen Herbert Andersson, är legendarisk. Via nyskapande möbler i bokträ ville han rädda de skånska lövskogarna undan

hotet från nyplanterad, snabbväxande gran. Detta var ju en tid när svensk skogsindustri ställde om i stor skala och gick från sågverkshanteringen som hade dominerat tidigare, till massiva satsningar på cellulosa och papper, bättre lämpat för lönsam export. Det var kalhyggen och snabbväxande nyplantering av barrskog som gällde, inte bokstammars eventuella skönhet och lämplighet för möbelproduktion. Sammantaget var det ett av de mest dramatiska skedena i den förvandling av det svenska kulturlandskapet, som Stefan Anderberg talar om.

Den då unge möbelarkitekten Åke Axelsson kom tvåa i Probok-tävlingen med stolen *s217*, som omgående började tillverkas. Efter nära 50 år är den fortfarande i produktion, men träet kommer nu någon annanstans ifrån. ”Fokuseringen på möbler i skånsk rödbok är historia”, säger Gärsnäs vd Dag Klockby. ”Merparten av träet köper vi istället från de nordiska länderna, liksom från Polen som blir alltmer intressant.”

När jag frågar efter exakt vilket virke som Åke Axelssons stol numera tillverkas av är Dag Klockby inte helt säker. ”Jag kan kolla det”, säger han. Ett liknande svar får jag hos mer än 60-åriga svenska klassikern Stringhyllans producent, som genomgående i all reklam trycker på ”Made in Sweden by Stringfurniture” som säljande paroll. När jag frågar Pär Josefsson, en av delägarna, varifrån träet kommer får jag svaret att han inte vet. ”Det är våra tillverkare som sköter inköpen”, säger han. ”Jag har inte koll på det.”

Så vad är idag svenska varor? Att den frågan inte kan besvaras enkelt må så vara. Men behovet av transparens i produktionen ökar, om vi som konsumenter ska ha en chans att i dagens globala värld efterfråga och bedöma kvalitet.

Många tänker säkert att transportererna är det största problemet. Men så är det inte. Eller i alla fall – bilden är mer komplex. För totalt sett står handelns globala transporter för en minimal del av de totala koldioxidutsläppen, bara några få procent. Exempelvis släpper de ut avsevärt mindre än världens samlade privatbilism.*

Den låga siffran beror på att de mest långväga transportererna av handelsvaror och material oftast går med båt, vilket är ett av de absolut mest miljövänliga transportsätten. De moderna containerfartygen släpper knappt ut någon koldioxid alls, enligt de flesta experter. Och 90 procent av världens varutransporter går med denna typ av effektiva fraktfartyg, och orsakar därför mycket små utsläpp.

Problemen är istället de resterande tio procenten som går med flyg eller lastbil, där utsläppen är avsevärt mer allvarliga. Det betyder dels att förhållandevis korta transporter – exempelvis inrikes i Sverige eller inom Europa – med lastbil släpper ut betydligt mer än de långväga transportererna med båt. Dels att den marginella andelen av handels transporter som går med flyg också släpper ut mer än de dominerande båtfrakterna. Ett orosmoln här är det snabbt ökande tempot i butikerna, ständiga krav på nyheter gör att fler transporter går med flyg.

”Totalt sett står handels globala transporter för en minimal del av de totala koldioxidutsläppen.”

* Källor angående transporter: ”Den svenska konsumtionens globala miljöpåverkan”, Naturvårdsverket, 2010; ”Hur påverkar internationell handel klimatet genom transporter”, Kommerskollegium, 2008; Stern-rapporten, ”The Review on the Economics of Climate Change”, 2006.