

# Det här hotet mot miljön är ett kvinnoproblem

Snabbmodeföretagen lever av det konsumtionsbeteende som havsbottnar dör av

PUBLICERAD: 14 JUNI

Detta är en kulturartikel som är en del av Aftonbladets opinionsjournalistik.



Foto: Magnus Wennman

”Havsbotten är täckt av sjunkna plagg. Korallerna dör och fisken drivs längre ut till havs, där de kinesiska supertrålarna sveper fram.”

**Staffan Lindbergs** och **Magnus Wennmans** [reportage](#) om hur begagnade kläder från rika delar av världen dumpas i Ghana är rent dystopisk läsning. Att klädindustrin bidrar till klimatförändringarna är väl känt – tio procent av de globala koldioxidutsläppen kommer därifrån – men den här granskningen visar med all önskvärd tydlighet att problemen är större än bara utsläppen.

Tanken är från början god; kläder ska inte slängas utan återanvändas. ”Let’s close the loop” som [H&M](#) säger, när de i insamlingsboxar tar emot kundernas knappt använda plagg. Men som Lindberg och Wennman kunde visa så blir det långt ifrån alltid så. Bara hittills i år har H&M:s tre tyska samarbetspartners dumpat en miljon plagg i Ghana – vilket förstör miljön, slår sönder den lokala fiskenäringen och därmed försörjningen för befolkningen.

**Man kan rasa** mot H&M, det är inte fel, men bakgrunden är den här: varje år tillverkas hundra miljarder nya plagg, som sedan används i genomsnitt sju gånger innan köparen gör sig av med det. Hundra miljarder. Sju gånger. Det är det konsumtionsbeteendet som *fast fashion*-

företag som H&M, Shein och Zara lever på, men som havsbottnar utanför Västafrika också dör av.

Alla kläder som skeppas till Afrika hamnar dock inte i havet. Det som är helt och rent och fungerar i det västafrikanska klimatet säljs på marknader. De kallas där för ”döda vita mäns kläder” men mer korrekt vore faktiskt att kalla det ”döda vita kvinnors kläder”. För även om mäns klimatavtryck [på gruppnivå är större](#) – till exempel kör de mer bil och äter mer kött – så är överkonsumtionen av kläder ett kvinnoproblem.

Det syns [i statistiken](#) och det syns i beteenden. För några veckor sen [rapporterade SVT](#) hur en del näthandelkedjor hade börjat blocka kunder som gör för många returer, hela 40 procent av alla beställda kläder skickas tillbaka. Förutom att det naggar på företagets lönsamhet så betyder det ökade transporter, mer förpackningar – ytterligare belastningar på miljön.

**En av kunderna** som hade blockats var en tjej som köpte mellan fem och tio plagg i månaden. Låga priser och enkla rutiner – hon beskrev själv hur hon låg hemma i soffan och klickade hem kläderna – skapar förstås (o-)vanor.

Den som aldrig köpt ett plagg i onödan kan kasta första stenen. Men om man vill bryta den här ovanan har jag ett förslag: innan du klickar på köp-knappen så blunda. Och så föreställer du dig känslan av att sätta fötterna på en havsbotten full av gammal lump.