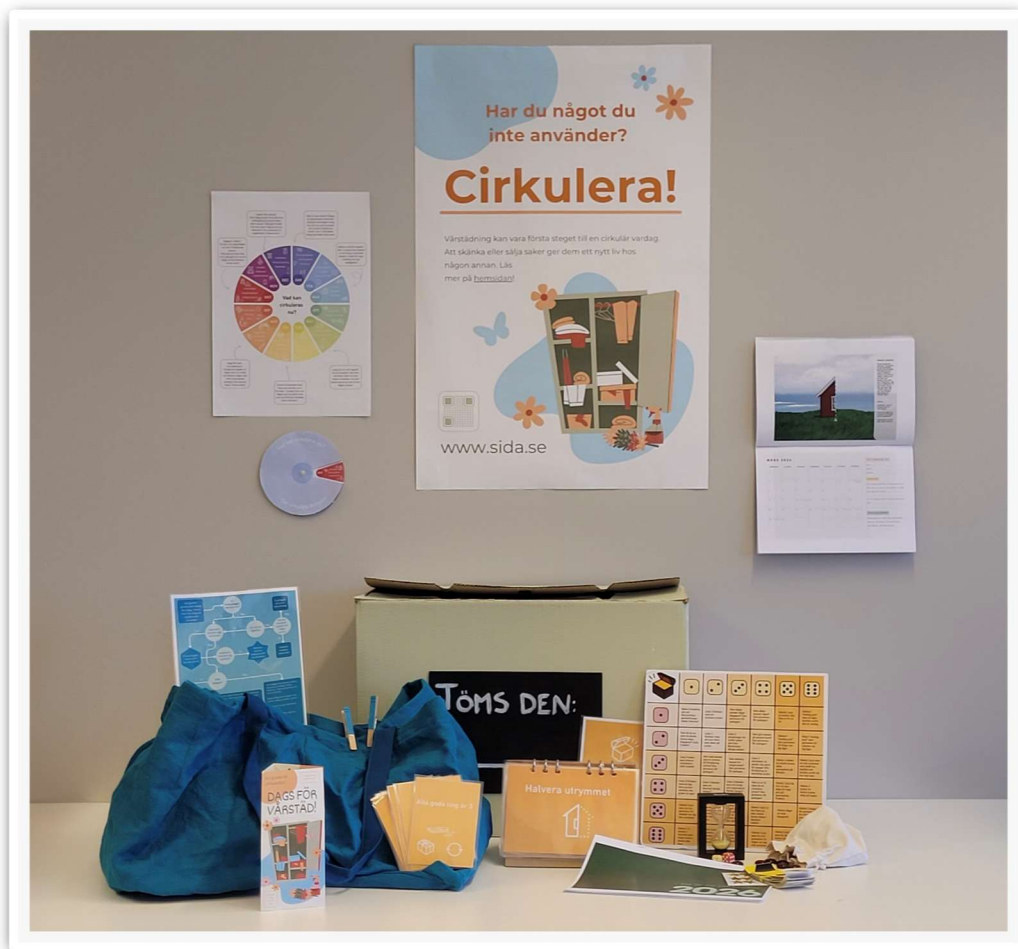




Att trigga förändring hemma innan sakerna tar över

Stöd till hushåll för avyttring och återbruk

Examensarbete inom högskoleingenjörsprogrammet
Design och Produktutveckling

Elin Fritzson och Vera Aronsson

INSTITUTIONEN FÖR INDUSTRI-
OCH MATERIALVETENSKAP

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, Sverige 2026
www.chalmers.se

Att trigga förändring hemma innan sakerna tar över

Stöd till hushåll för avyttring och återbruk

ELIN FRITZSON OCH VERA ARONSSON

Institutionen för industri- och materialvetenskap

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, Sweden 2026

Att trigga förändring hemma innan sakerna tar över
Stöd till hushåll för avyttring och återbruk
ELIN FRITZSON OCH VERA ARONSSON

© ELIN FRITZSON OCH VERA ARONSSON, 2026

Institutionen för industri- och materialvetenskap
Chalmers tekniska högskola
SE- 412 96 Göteborg
Sweden
Telephone +46 (0)31-772 1000

Framsida: utvecklade fysiska verktyg och material i arbetet

Tryck: Chalmers Digitaltryck
Göteborg, Sweden 2026

Abstract

A challenge in the transition to a circular economy is the many unused resources stored in households in the form of forgotten products. How to help households circulate their products is explored in this bachelor's thesis, written in Swedish. Asked research questions are, which strategies can support households to circulate their products? As well as, how and through what medium should the strategies be provided and communicated to be useful for households?

Following a literature review and ideation, seven distinct prototypes of tools were developed. The prototypes were practically tested with participants who were interviewed afterwards. Qualitative data from the interviews was analysed, which resulted in insights into how tools should be developed to support households' circulation of products. This resulted in a final concept, which is a website that compiles refined versions of the prototypes. Externally to the website, graphic materials were developed for a brochure and advertisement as an introduction to the website.

The conclusion of this bachelor's thesis was that both strategies and tools work differently depending on the user's personality, living arrangements, household size, knowledge, commitment and motivation. Therefore, an assortment of guiding tools should be given to households to inspire them and trigger change. One way to address that is with the presented concept. Further research is needed to validate these claims further as well as to follow up with participants to see the long-term effects of the tools and strategies.

Keywords: circular consumption, design strategies, design tools, product development, reuse, sustainable development, households

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Syfte och mål.....	2
1.2 Frågeställningar.....	2
1.3 Avgränsningar	3
2. Från oanvänd och osynlig till cirkulerad	5
2.1 Strategier för att främja cirkulation.....	6
2.2 Beteendeförändring och motivation.....	8
3. Process och metod för prototypfas	10
3.1 Litteraturstudie.....	10
3.2 Idégenerering	11
3.2.1 Initial idégenerering	11
3.2.2 Visualisering genom skisser.....	14
3.2.4 Val av prototyper.....	14
3.3 Prototyp tillverkning	16
4. Idéernas fysiska form.....	18
4.1 Garderobssorteraren	20
4.2 Karantänlådan	20
4.3 Broschyren	21
4.4 Uppgiftshäftet och Kortleken	22
4.5 Kalendern	22
4.6 Brädspelet	23
5. Process och metod för konceptfas	25
5.1 Praktiska tester av prototyperna.....	25
5.2 Analys	28
5.3 Konceptskapande.....	29

6. Från analysens insikter till en lösning.....	31
6.1 Insikter från prototypstudie	31
6.1.1 Konflikt mellan tanke och handling.....	31
6.1.2 One size fits (almost) none	33
6.1.3 Det måste nötas in!.....	33
6.1.4 Rätt motivation är A och O	35
6.1.5 Reflektion och engagemang – en nyckel till framgång	39
6.1.6 Förändring tar tid	41
6.2 Ett koncept byggt för variation	42
6.2.1 Påminnelser.....	44
6.2.2 Verktyg	45
7. Diskussion	49
7.1 Metoddiskussion.....	49
7.2 Resultatdiskussion	51
7.3 Hållbarhetsanalys.....	56
8. Slutsatser	58
9. Referenser.....	60

1. Inledning

År 2015 antog FN:s medlemsländer Agenda 2030, en universell agenda för hållbar utveckling som innehåller sjutton globala mål som ska uppnås till år 2030. Ett av målen är "Hållbar konsumtion och produktion", där ett av delmålen är att öka allmänhetens kunskap om hållbara livsstilar (Svenska FN-förbundet, 2023). En utmaning inom hållbar konsumtion är att få konsumenter att börja återanvända mera. För att detta ska vara möjligt behöver produkter börja cirkuleras i en större omfattning. Enligt Myrorna ökar försäljningen av begagnade kläder och prylar stadigt (Myrorna, 2024, 2025), vilket tyder på att fler och fler inser värdet av att handla begagnat. I rapporten Så använder svenskarna (Myrorna, 2018) uppgav dock 89 % av de tillfrågade att de hade kläder hemma som de inte använde, för prylar var motsvarande siffra 83 %, vilket tyder på att det finns förbättringspotential för att sluta återbrukscirkeln.

Utmaningen med att cirkulera produkter har undersökts i forskningsprojektet, "Mining Garage Gold" som genomförts på Chalmers under år 2022–2025 (Chalmers University of Technology, 2022). Grundproblemet i forskningsprojektet handlar om att det finns mycket outnyttjade resurser i form av bortglömda och förvarade produkter i hushållen. Produkterna som inte används innebär ett resursslöseri. Dessa resurser hade i stället kunnat användas, vilket hade kunnat leda till besparingar i samhället, om produkterna hade cirkulerats vidare.

Forskarna har kommit till många insikter under åren som projektet har pågått. Det finns kunskap om orsaker till att problemet uppstår och vilka hinder hushållen upplever i avyttringsprocessen. Samtidigt finns det också idéer kring vad som kan göras för att hantera problemen. Dessa idéer, presenterade som strategier för fortsatt utveckling, är intressanta ur ett designperspektiv och kan användas för att bygga verktyg som stödjer avyttringsarbete och cirkulation (Aasa m.fl., 2026). För att kunna bidra till minskat resursslöseri och omställning till cirkulär konsumtion behöver dessa

strategier nu komma till nytta och användas praktiskt i verkligheten, vilket är vad detta examensarbete går ut på.

1.1 Syfte och mål

Syftet med examensarbetet är att, med kunskapen från forskningen, ta fram användbara verktyg som både kort- och långsiktigt stöttar hushållen att cirkulera vidare sina produkter som står oanvända i förrådsutrymmen. Verktygens funktion ska vara att medvetandegöra problemet att det finns outnyttjade resurser i hemmen som skulle kunna göra nytta någon annanstans. De ska även vara ett stöd i det praktiska avyttringsarbetet samt stötta implementering av hållbara rutiner och nya vanor för att förebygga att problemet uppstår.

Studien i arbetet syftar till att identifiera vilka strategier från tidigare forskning som bäst stöttar hushållen och var i avyttringsprocessen de gör bäst nytta. Detta genom att förkroppsliga strategierna till olika verktyg som kan användas som stöd i det praktiska avyttringsarbetet i hushållen. Studien ska dessutom undersöka vilket eller vilka format på verktyg som lämpar sig bäst och hur de ska kommuniceras för att hushållen ska ta till sig dem och strategierna de representerar. Slutresultatet från arbetet ska vara ett kommunikativt medel riktat till hushåll, ett eller flera användbara verktyg baserat på tidigare forskningsstrategier. Vägen dit går genom användarstudier och en designprocess.

1.2 Frågeställningar

Fokus i detta arbete ligger på att testa de strategier för avyttringsarbete som framtagits i forskningsprojektet "Mining Garage Gold" (Chalmers University of Technology, 2022), med syfte att åstadkomma förändring i hushåll. Arbetet har två övergripande frågeställningar som kan delas in i olika delfrågeställningar:

Med vilka strategier kan hushåll stöttas i att cirkulera sina produkter?

- *Vilka strategier fungerar i praktiken för användare?*

- *Vilka reaktioner ska väckas för att åstadkomma förändring?*
- *Var i avyttringsprocessen är de olika strategierna till hjälp?*

Hur och med vilket medel ska strategierna förmedlas och kommuniceras för att vara användbara för hushållen?

- *Hur ska strategierna förkroppsligas eller medieras som verktyg, vilka format lämpar sig bäst?*
- *Hur ska de tillhandahållas för att nå ut till hushållen?*

1.3 Avgränsningar

I detta examensarbete genomförs ingen vidare fördjupning i orsakerna till att hushållen har svårt att tömma sina förråd, rensa och cirkulera produkter. Därav studeras inte ytterligare bakgrundslitteratur kring detta än det som producerats av forskningsprojektet.

Verktygen som utvecklas i detta arbete syftar till att vara ett stöd för hushållen som de själva kan använda sig av i sitt avyttringsarbete. Målet är inte att utveckla en tjänst för ett företag eller ett renodlat informationsmedel. De strategiområden framtagna ur forskningen som kommer testas är således de som kan appliceras på hushållen och inte de som riktas tydligt mot företag. Det betyder endast att de inte kommer testas, användning av dem i slutprodukten är inte utesluten.

I arbetet utvecklas och testas en bredd av verktyg för att hitta något som fungerar i praktiken. Det undersöks hur de kan utformas på ett sätt som gör dem enkla att använda. Dessutom undersöks på vilket sätt de skulle kunna kommuniceras ut till hushållen. Orsakerna bakom varför verktyg fungerade eller inte påverkar designprocessen och beslut, men prioriteringen ligger inte på att utforska dem djupare. Hur verktyget kan marknadsföras och ges ut undersöks inte heller djupt i detta arbete.

Verktygen syftar inte till att påverka eller övertyga personer som ifrågasätter betydelsen av hållbarhet och cirkularitet utan riktar sig mot hushåll som i någon mån har produkter som står oanvända och som är villiga att försöka ändra sitt beteende.

2. Från oanvänd och osynlig till cirkulerad

Med tiden tenderar produkter att ackumuleras i ett hushåll. Av olika anledningar slutar produkter ibland att användas trots att de är fullt brukbara, kanske placeras de in i ett förråd eller blir "osynliga" även om de är fullt synliga. De oanvända produkterna innebär att förråd och andra utrymmen fylls med resurser som hade kunnat användas om de hade cirkulerats vidare. I licentiatuppsatsen "Hidden treasures: Why households retain unused products and opportunities to bring them back into use" (Nilsson, 2025) beskrivs att orsakerna bakom detta fenomen har sin bakgrund i två olika perspektiv, samt en kombination av dessa. Det första perspektivet handlar om vilken relation ägaren har till produkten, det andra om vilka rutiner hushållen praktiserar. Analysen och syntesen av dessa två perspektiv visar att problemet, ackumulationen av brukbara produkter som inte används, är komplext.

Relationen som en ägare har till en produkt ligger till stor grund för beslutet om den ska avyttras eller inte (Nilsson m.fl., 2023). De flesta produkter som inte avyttras, trots att de inte används, faller in i två kategorier, emotionellt signifikanta produkter samt potentiellt användbara produkter. Exempel på emotionellt signifikanta produkter kan vara gåvor, saker som väcker minnen eller saker som representerar en önskad eller aspirerad identitet hos användaren. Potentiellt användbara produkter kan exempelvis vara sådana som sparas i syfte att användas när rätt projekt sätts igång, produkter som är "bra att ha" och reservdelar. Nilsson m.fl. (2023) beskriver vidare att produkter som behålls trots att ägaren helst vill bli av med dem belyser problemet om avyttringsarbetet som behöver genomföras. Det upplevs ofta som för krävande, relaterat till exempelvis logistik och tid. Slutligen belyses att många produkter inte avyttras på grund av att ägaren känner ett slags ansvar för dem, ägarna är måna om att produkten kommer till en ny ägare som använder och tar väl hand om produkten. Att inte avyttra produkten blir ett sätt att behålla möjligheten att göra rätt för produkten (Nilsson m.fl., 2025).

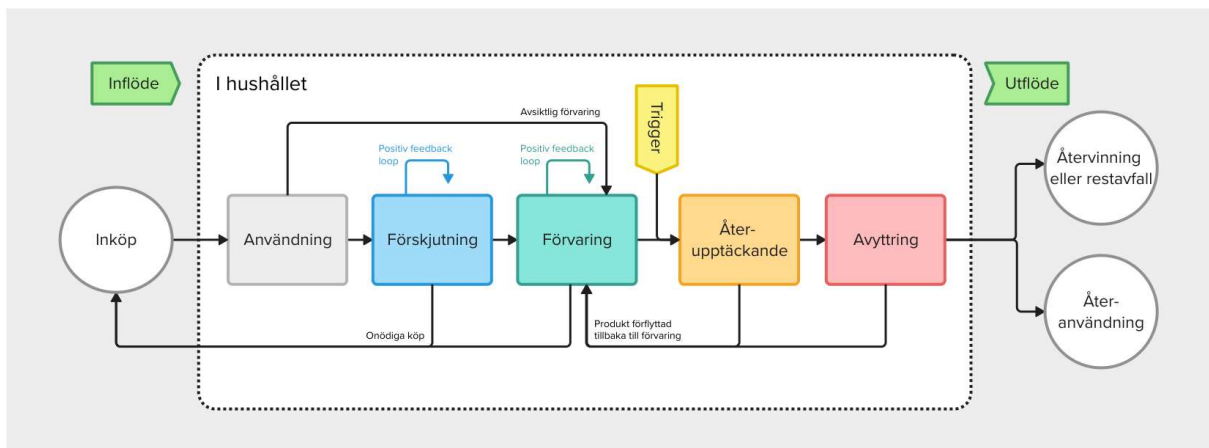
Perspektivet kring hushållens rutiner inkluderar fyra olika områden: inköp, förvaring, sortering och cirkulation, vilka till viss del går in i och relaterar till varandra (Aasa

m.fl., 2026; Nilsson, 2025). Oplanerade och spontana inköp kan innebära att det som köpts inte kommer till användning, alternativt att en produkt som fyller samma funktion redan fanns i hushållet. En ytterligare aspekt är att hushållen inte har utarbetade system för att hantera sina redan ägda produkter när inköp av nya produkter genomförs. Det råder en obalans mellan in- och utflöde (Nilsson, 2025). I stället för att direkt tänka över vad som ska göras med den produkt som ersätts så hamnar den i förrådet för att tas hand om senare, där den ofta glöms bort. Ett välsorterat förråd kan ge en bättre överblick av vad man har, men kan även innebära att saker "glöms bort" genom att de försvinner in i mängden. Dessutom kan strävan av att hålla sitt hem städat och i ordning leda till att saker oavsiktligt hamnar i förvarsutrymmen när hushållen röjer upp inför exempelvis besök. När produkter ackumulerats över tid, blir det i många fall övermäktigt att ta hand om dem. Ofta blir hushållen medvetna om problemet vid större förändringar i vardagen, så kallade triggers, som exempelvis en flytt. Risker är då stor att en mängd produkter rensas ut på en gång och körs direkt till soptippen, det vill säga förblir outnyttjade och går till spillo. Denna risk är ännu större om hushållet saknar kunskap eller rutiner kring cirkulation, vilket forskningen har visat att det ibland gör (Aasa m.fl., 2026).

Problemet komplexitet blir än tydligare när de två perspektiven betraktas tillsammans. Hushållen blir slitna mellan att vilja rensa ut mycket, eller allt, på en gång men vill samtidigt göra noga avvägda beslut för varje enskild produkt. Ofta leder det då till att inget blir gjort (Nilsson, 2025).

2.1 Strategier för att främja cirkulation

Aasa m.fl. har genom systemanalys, baserad på insikter från ovan nämnda studier samt ytterligare studier med perspektiv från olika återanvändningsaktörer, konstruerat en systemkarta över hur produkter förflyttar sig genom ett hushåll. Figur 1 visar deras förenklade version av systemkartan där fem olika hävstångspunkter identifierats, det vill säga platser i systemet där en liten förändring ger stor påverkan.



Figur 1: Förenklad systemkarta över produkters väg genom ett hushåll. Adapterad och översatt från Aasa m.fl., 2026.

De olika hävstångspunkterna beskriver processer som händer inuti systemet vid olika tidpunkter från att en produkt kommer in i ett hem. *Förskjutning* beskriver hur produkter blir oanvända och glömda i ett hushåll. *Förvaring* beskriver hur oanvända produkter ansamlas i förrådsutrymmen, både på grund av processer i föregående steg samt avsiktig förvaring. *Återupptäckande* beskriver när och hur produkterna återigen upptäcks i ett hushåll, ofta i samband med någon slags *trigger* eller större händelse i vardagen. *Avyttring* beskriver den sista etappen för en produkts resa genom hushållet, om beslut har tagits att på ett eller annat sätt göra sig av med den. Den sista hävstångspunkten är *balanserade flöden* som beskriver balansen i hela systemet, mellan *inflödet* av nya produkter och *utflödet* av de oanvända produkterna. Genom att adressera de olika hävstångspunkterna i systemet har författarna, under ett antal olika workshops, arbetat fram ett stort antal designidéer, vilka även har jämförts med olika strategier för beteendeförändring. Resultatet blev slutligen sex olika designstrategier: *Make products visible (again)*, *Provide guidance*, *Lean on the professionals*, *Hook into ongoing processes*, *Experiment with the rules* och *Do it together*.

Den första strategin, *Make products visible again*, handlar om att rikta uppmärksamhet mot produkter som har blivit osynliga i hemmet och därför inte längre används. Strategin är bred och kan användas vid olika punkter i systemet, exempelvis genom att rikta uppmärksamheten mot oanvända produkter som står

framme fullt synliga men ändå är osynliga, eller mot vad som faktiskt finns i förrådsutrymmen. *Provide guidance* handlar om att tillhandahålla kunskap och guidning, vilket enligt forskarna, har visat sig saknas inom olika områden i systemet hos flertal hushåll. Denna strategi kommer utifrån till hushållen, exempelvis genom att kommuner eller ideella organisationer förser hushållen med information om hur de praktiskt ska gå till väga under olika processer. *Lean on the professionals* är ytterligare en strategi där hushållen får hjälp utifrån, däremot mer hjälp än enbart information. Strategin riktar sig även till professionella som kan behöva hjälp för att bli fullt cirkulära eller på något sätt utveckla sin verksamhet. *Hook into ongoing processes* handlar dels om att koppla avyttringsarbetet till andra händelser och processer i ett hushålls vardag, dels om att introducera triggers för att matcha återanvändningsaktörernas behov att få in rätt produkter att cirkulera vid rätt tidpunkt. *Experiment with the rules* som strategi är om att ifrågasätta gamla mönster och testa nya regler. Syftet kan vara för ett hushåll att försöka skapa nya hushållsrutiner. De nya reglerna kan både komma utifrån eller inifrån, alltså skapade av och anpassade för just det hushållet. Den sista strategin, *Do it together*, bygger på sociala relationer. Att göra saker tillsammans för att förenkla avyttringsarbetet, stötta varandra i beslut och kunna cirkulera produkter till hem som tar väl hand om produkterna.

Författarna påpekar även att på grund av problemets komplexitet, samt att utmaningar i ett hushåll existerar parallellt, kan det vara en stor fördel att använda strategierna i kombination med varandra för att ytterligare stärka dem.

2.2 Beteendeförändring och motivation

Eftersom detta arbete syftar till att främja en beteendeförändring genom utvecklandet av ett verktyg var det relevant att utgå från teorier som förklarar hur beteenden kan påverkas och förändras. En sådan teori är The Fogg Behavior Model (Fogg, u.å.), som beskriver att ett beteende uppstår när motivation, förmåga och en trigger sammanfaller vid samma tidpunkt. Om beteendet inte sker saknas minst en av dessa faktorer.

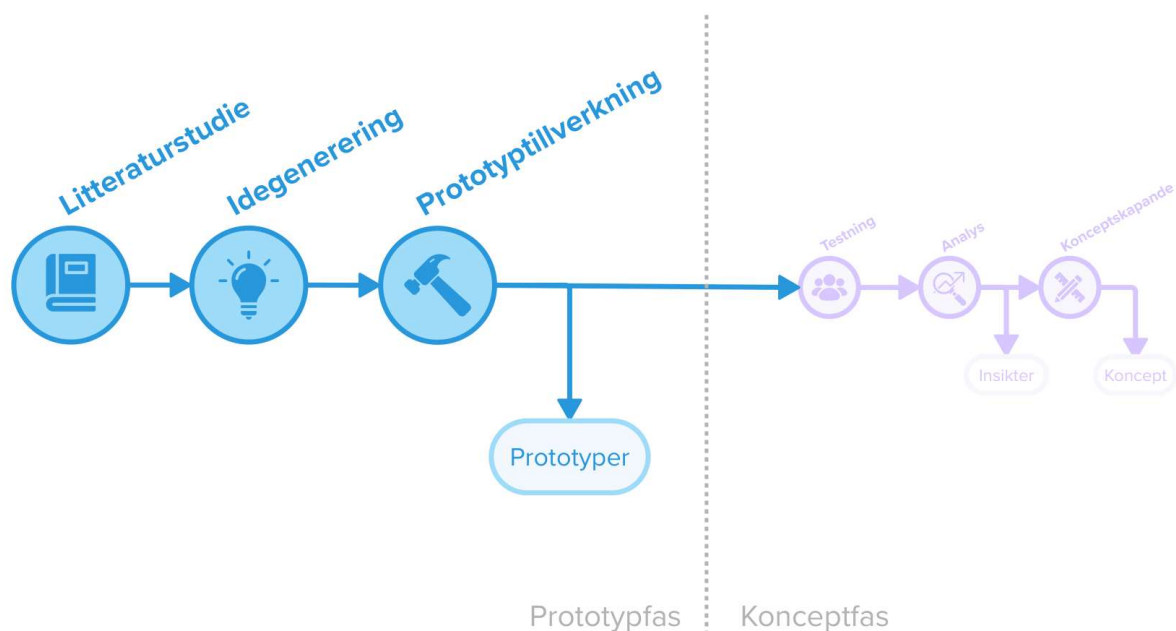
En annan teori kring motivation är Self-Determination Theory (SDT) (Ryan & Deci, 2000). Teorin beskriver motivation som ett spektrum från avsaknad av motivation, till inre motivation, som handlar om en medfödd drivkraft att utforska och lära sig. Mellan dessa ytterligheter finns olika former av yttre motivation.

Enligt SDT påverkas motivationens kvalitet av tre grundläggande psykologiska behov: autonomi, kompetens och samhörighet. Autonomi handlar om att uppleva valfrihet och kontroll över sina handlingar, kompetens om att känna sig kapabel och effektiv och samhörighet om att känna stöd eller tillhörighet med andra. När dessa behov uppfylls ökar möjligheten att yttre motivation internaliseras och blir mer självstyrd över tid. Det innebär att människor exempelvis i en beteendeförändringsprocess gradvis går från att behöva mer bekräftelse utifrån för att motiveras till att bekräftelsen kan komma inifrån personen själv.

3. Process och metod för prototypfas

Arbetets process är uppdelad i två faser, en första som leder till skapandet av ett antal prototyper, samt en andra som resulterar i ett slutgiltigt koncept.

I det här avsnittet presenteras första delen av processen, som i sin helhet visualiseras i figur 2.



Figur 2: Arbetets process

Nedan presenteras arbetets process och metod genom den första fasen, prototypfasen. Först utfördes en litteraturstudie, följt av idégenerering som resulterade i ett val av prototyper som till sist tillverkades.

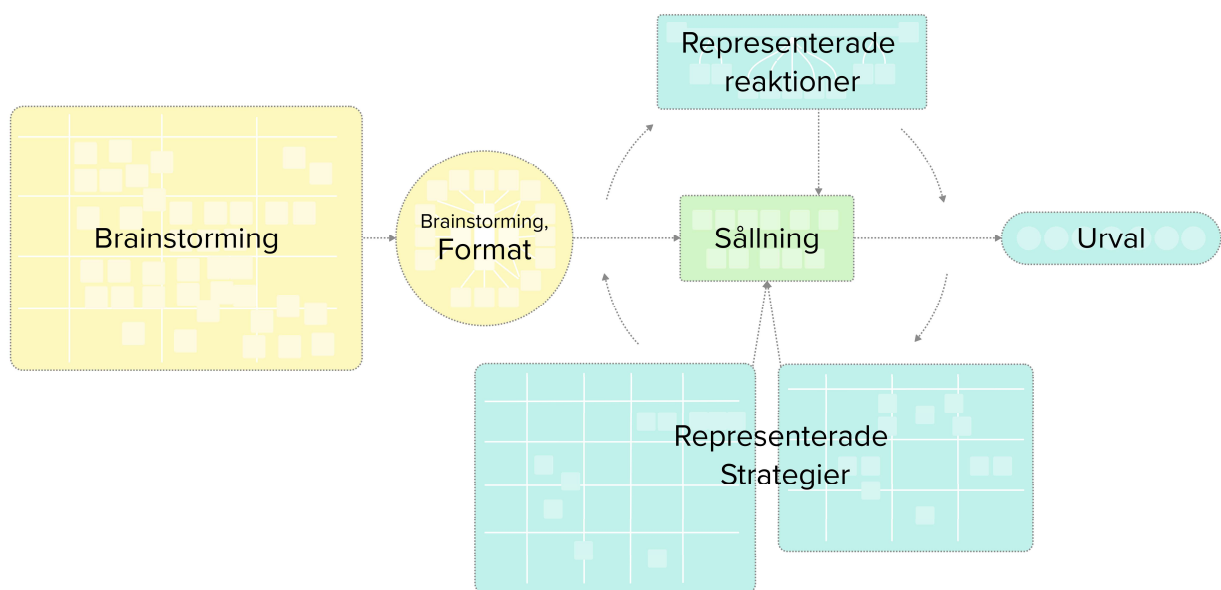
3.1 Litteraturstudie

Projektet påbörjades med en litteraturstudie av materialet som producerats inom forskningsprojektet Mining Garage Gold, för att få en grundförståelse för de strategier som senare testades. Dessutom utforskades ämnen som beteendeförändring och motivation relaterat till design med syfte att få ytterligare grund för examensarbetet. Till det användes Scopus AI som sökmotor med följande prompts: "Design to enhance sustainable behavior, behavioral change, motivation, circularity" och "I want

to learn about Foggs behavioral model and how it can be used in design for behavioral change in sustainability". Sökord som användes var "design", "sustainability", "behavioral change" och "motivation". Relevant litteratur användes sedan som stöd under det fortsatta utvecklingsarbetet.

3.2 Idégenerering

Idégenereringen följde en process där två faser alternerades. Först breddades idémängden i en divergent fas, för att sedan sällas i en konvergent fas. Resultatet blev urval av prototyper som senare testas. Nedan visas en visualisering av hela idégenereringsfasen (se figur 3).



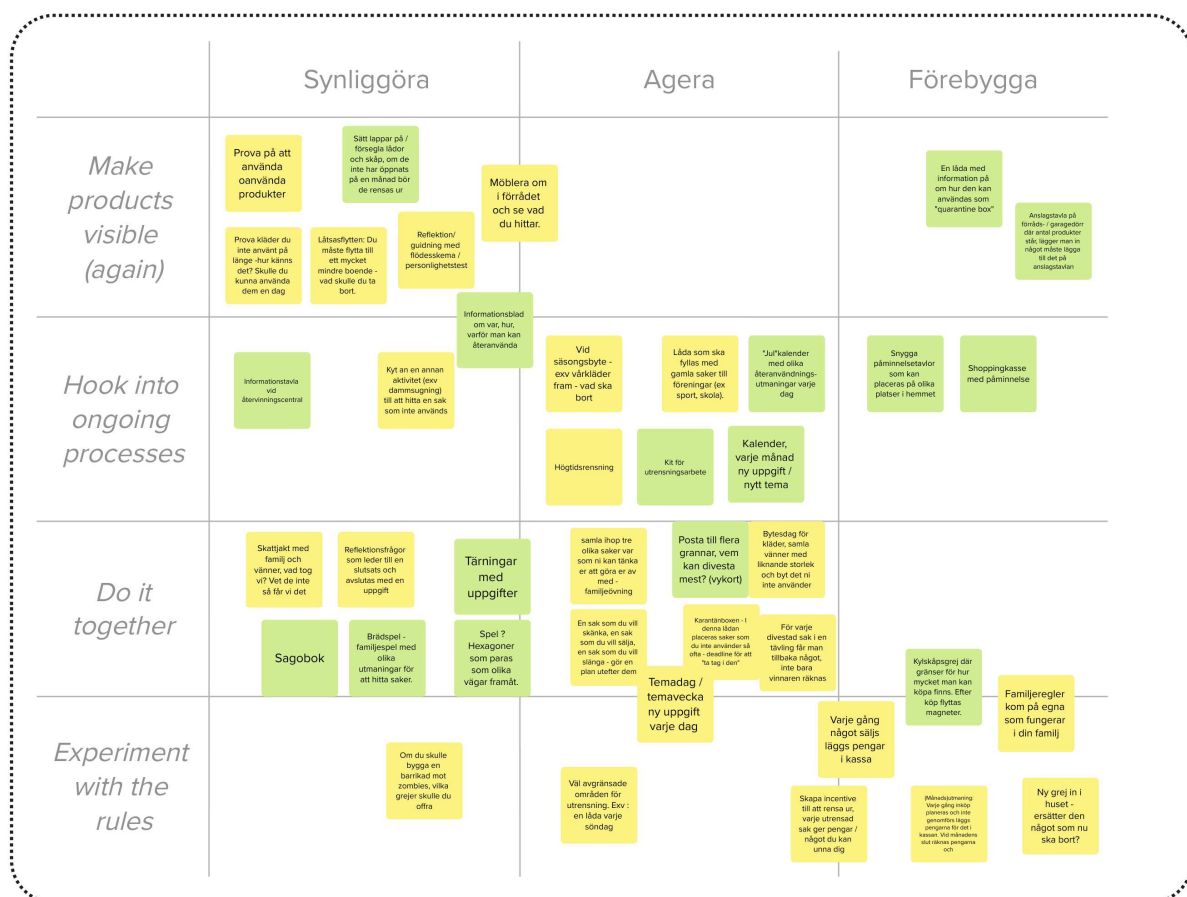
Figur 3: Idégenereringsprocess

3.2.1 Initial idégenerering

För att välja vad som skulle kommuniceras till hushåll och hur påbörjades idégenereringen i programvaran Mural. Brainstorming användes som metod (Wikberg Nilsson m.fl., 2021) för att skapa en mängd idéer. Innan sessionens början togs beslutet att fokusera på idéer som kunde kopplas till fyra av de sex utvecklade

designstrategierna: *Make products visible again*, *Experiment with the rules*, *Hook into ongoing processes* samt *Do it together*. Dessa tolkades även i en egen kategorisering i detta arbete, för att sätta ord på vad idéerna tänktes bidra till i relation till problemet. Dessa kategorier var synliggöra, agera och förebygga.

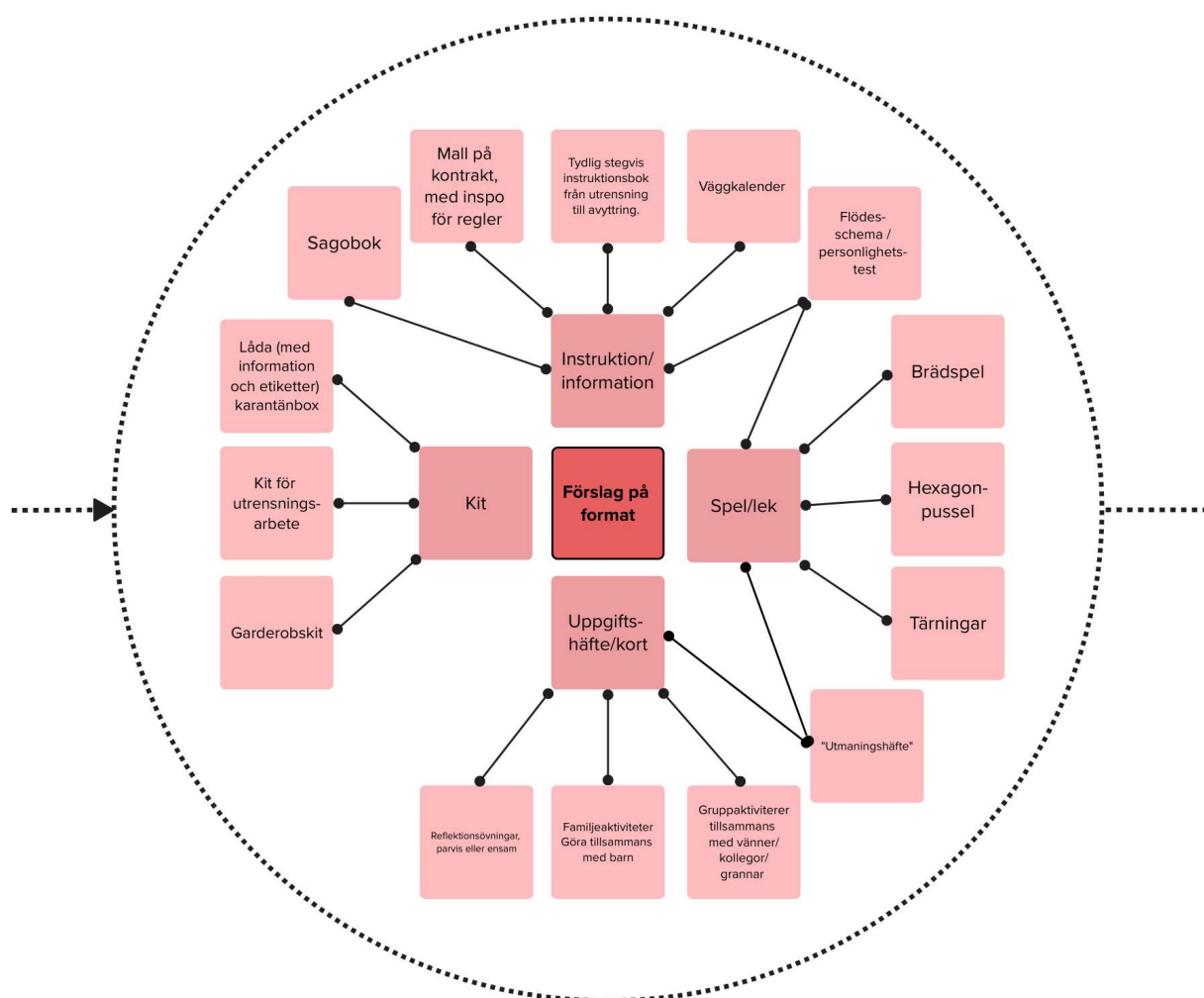
Idéer skrevs upp på digitala post-it-lappar, de bestod av både format och aktiviteter. För att strukturera idémängden ordnades post-it-lapparna sedan i en matris (se figur 4). Uppdelningen i matrisen är baserad på de ovan nämnda designstrategierna i raderna, samt på de egna kategorierna i kolumnerna. I matrisen kunde glapp och glesare delar identifieras vilket möjliggjorde att de kunde fyllas med nya idéer för att få en större bredd. Uppdateringar gjordes kontinuerligt genom hela fasen då fler idéer uppkom.



Figur 4: Initiala idéer, strukturerade i en matris

Placeringen av lapparna är där varje idéns fokus ligger, även om majoriteten av idéerna kan ingå i alla kategorier. Om fokus har bedömts ligga på flera kategorier ligger lappen ovanpå delningslinjer mellan kategorier. Färgkodningen på lapparna betyder att idén antingen innehåller enbart en aktivitet, gul färg, eller en aktivitet och ett tänkt format för kommunikation, grön färg.

Därefter organiserades idéerna från matrisen i kategorier gällande format. De fyra huvudkategorierna blev *Kit*, *Information/instruktion*, *Spel/lek*, *Uppgiftshäfte/kort* (se figur 5). I dessa placerades sedan tillhörande idéer på specifika format. Detta steg gjordes för att sammanföra idéer som var aktiviteter och uppgifter med format. Här sållades en del idéer bort eller slogs samman med andra för att få en tydligare riktning på idéerna.



Figur 5: Idéer strukturerade i formattyp

3.2.2 Visualisering genom skisser

För att visualisera idéerna och hur de tänkta formaten skulle kunna se ut skapades idéskisser för hand. Skisserna bidrog till att få en helhetsbild kring hur verktygen skulle kunna se ut men också hur de kunde kombineras och vad som skulle ingå i varje verktyg. En ny indelning av idéerna gjordes här, då de placerades intill liknande idéer med rubriker över som sammanfattar vad de har gemensamt. Utifrån skisserna gjordes ett första urval av förslag på prototyper som sedan kunde användas i tester (se figur 6). En eller ett par idéer från varje formatkategori i figur 5 valdes att gå vidare med för att få en bredd av verktyg. Valet baserades dels på möjligheten att med begränsad tid kunna tillverka dem, dels på att de upplevdes mest aktuella för att kunna få ge upplevelsen av en färdig produkt att testa. Prototyper som exempelvis sagoboken som tedde sig för omfattande att tillverka uteslöts.

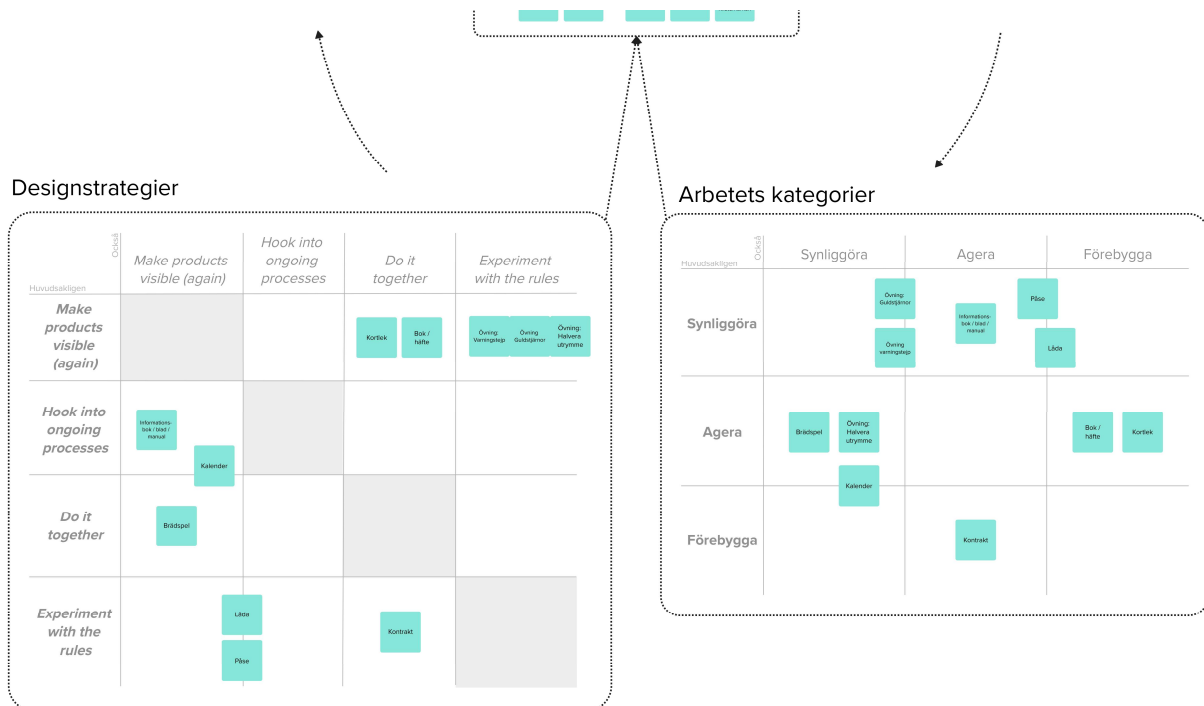


Figur 6: Prototypförslag från skisser

3.2.4 Val av prototyper

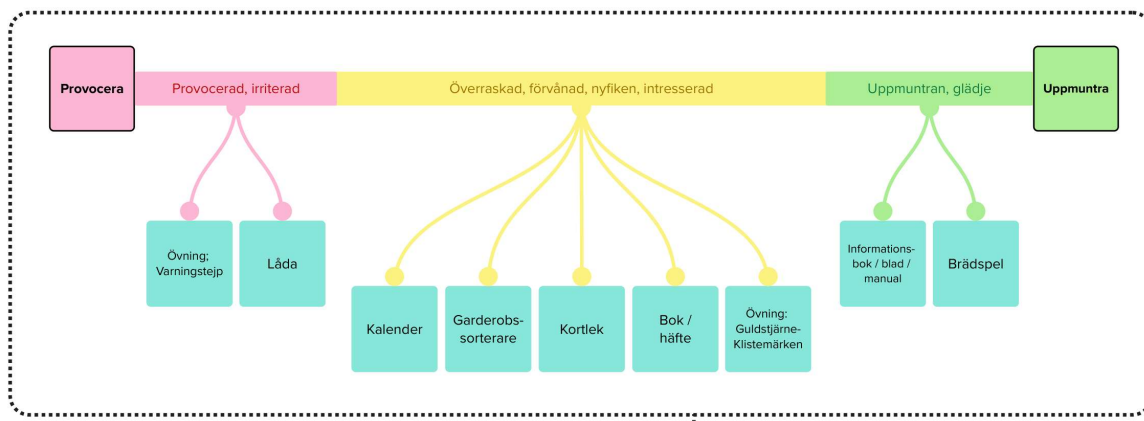
För att säkerställa att prototyperna skulle täcka in samtliga delar av vad som var tänkt att testas placerades de återigen in i olika matriser, en med forskningsprojektets designstrategier och en med de i detta arbetes skapade kategorier. Varje prototyp placerades så att den var tänkt att i huvudsak testa radens kategori men även kolumnens kategori i andra hand. Placering i överlappning mellan

rader och kolumner visar igen att fler kategorier testas. I figur 7 nedan syns att samtliga kategorier är representerade och att samtliga kopplar flera olika strategier.



Figur 7: Prototypförslag strukturerade i matriser

Då verktygen syftar till att väcka reaktioner gjordes en indelning av dem på en skala från provocerande till uppmuntrande samt vilka känslor som kunde tänkas kopplas till dem (se figur 8). Den gula färgen i mitten knyter an till alla verktyg. De två övriga färgerna betyder att kopplade verktyg också syftar till att förmedla ytterligare känslor. Den rosa färgen till vänster står för provokation och irritation, medan den gröna till höger kopplar till uppmuntran och glädje. Denna uppdelning gav en överblick över ett nytt sätt som idéerna är lika eller olika varandra samt blev ett ytterligare underlag för hur varje prototypförslag kunde vidareutvecklas. Syftet med att göra några verktyg mer provocerande och några mer uppmuntrande var att testa om någondera väckte starkare reaktioner och ämnar sig bättre åt ett cirkulärt verktyg.



Figur 8: Prototypförslag kategoriserade i förmedlade känslor

Till sist gjordes ett slutgiltigt val av idéer för att utveckla sju olika prototyper (se figur 9). Valet gjordes med tanken att testa en bredd av olika verktyg, både med olika funktion och i olika format. De idéer som benämns som övningar placerades in i verktyget Kalendern och Häfte/Kortlek, på så sätt uteslöts inte dessa idéer även om de inte blev en egen prototyp. Genom verktygens bredd täcks ett stort område in för testning, samtliga av de fyra designstrategierna och de egenskapade kategorierna är representerade, minst en idé från varje formatkategori är inkluderade och verktygen återfinns på hela skalan från provocera till uppmuntra.



Figur 9: Prototypval

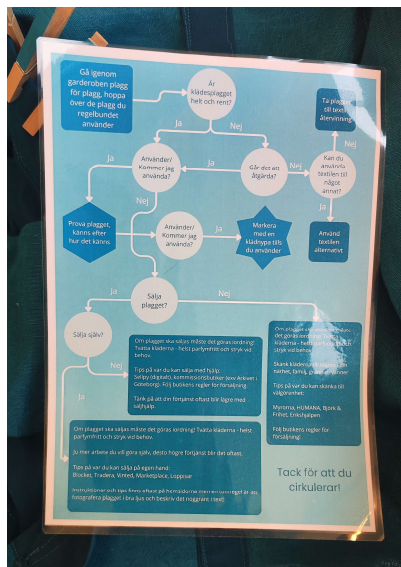
3.3 Prototyptillverkning

Nästa steg var att tillverka prototyperna. Olika material och metoder användes för att utforma prototyperna. En väskpåse syddes på maskin i format av en botten som storleksmässigt passar två ihopvikta plagg. En flyttlåda i formatet 58x35x41 cm målades om och försågs med en griffeltavleruta för att se ut som en färdig produkt. Det digitala materialet utvecklades skapades i programvarorna Canva, Affinity

Designer samt Procreate. Det utskrivna pappersmaterialet till kortleken och häftet laminades och klipptes i olika format och kalendern häftades samman. Brädspelen fästes på kapa-board och tillbehör införskaffades.

4. Idéernas fysiska form

Den första fasen resulterade i att sju testverktyg utvecklades som syftar till att testa olika strategier i olika format. Två format för långsiktigare system är Garderobssorteren och Karantänlådan (se figur 10 och 11). Ytterligare ett är Kalendern som används under ett år, men dessutom fyller en roll som dekor (se figur 15). Något som i stället ger praktiska tips och uppgifter för att påbörja ett avyttringsarbete är Uppgiftshäftet och Kortleken (se figur 13 och 14). Mer tips finns i Broschyren som påminner användaren om att cirkulera (se figur 12). Till sist finns även Brädspelet som utvecklades för att göras tillsammans i grupp med syfte att göra avyttringsarbete och återupptäckande av prylar roligare (se figur 16).



Figur 10: Garderobssorteren

Figur 11: Karantänlådan



Figur 12: Informationsbroschyr om cirkulation med vårstädstema



Figur 13: Uppgiftshäftet



Figur 14: Kortlek med uppgifter



Figur 15: Cirkulär kalender



Figur 16: Cirkulärt brädspel

4.1 Garderobssorteraren

En av de utvecklade prototyperna är Garderobssorteraren (se figur 10). Den har som syfte att ge användaren bättre koll på vad som används i garderoben samt är ett hjälpmedel för att rensa ut plagg ur garderoben genom att den stöttar användaren att identifiera oanvända saker. Från designkategorierna testas *Experiment with the rules* genom att prototypen bidrar till att möjliggöra skapandet av nya rutiner i hushållet, men också *Make products visible again* genom fysiska markörer. Den kan även kopplas till *Hook into ongoing processes*, speciellt om den används som verktyg vid specifika händelser, till exempel att gå igenom vinterkläder inför kommande säsong. Garderobssorteraren knyter an till samtliga av arbetets kategorier, men framförallt synliggöra och agera.

Garderobssorteraren består av en påse i tyg, klädnypor och ett informationsblad. Andra tillägg var handtag och en avdelare i mitten för att skapa två fack. Därpå är två fickor fästa för förvaring av klädnypor. Klädnypona är målade för att lättare synas och passa ihop med påsen. Informationsbladet förklarar hur sorteraren används samt ger råd för avyttring av plagg som placerats i tygpåsen.

Dess användning följer flödesschemat som också är en del av prototypen (se figur 10). Garderoben går igenom plagg för plagg, om användaren bedömer att ett klädesplagg används markeras den med en klädnyppa och placeras tillbaka in i garderoben. Den sitter kvar som en markör tills plagget blir använt. Efter en tid kan garderoben gås igenom igen och eventuella markörer som sitter kvar kan upptäckas. Om ett plagg bedöms vara oanvänt placeras det i påsen som sedan kan användas för att transportera kläderna vid avyttring.

4.2 Karantänlådan

En annan prototyp som också stöttar användaren att identifiera oanvända saker är Karantänlådan (se figur 11). Den är fokuserad på produkter i allmänhet, inte specifikt kläder. Den testar samma designstrategier och knyter även an till samtliga av arbetets kategorier, men något mer till synliggöra och förebygga. Lådan, som med

avsikt är stor, syftar även till att provocera genom att den står framme och tar upp mycket plats.

Karantänlådan skapades från en flyttlåda som målades i en ljusgrön färg. Ovanpå har orden Quarantine box skrivits och på en av långsidorna har kartongruta, målad med svart griffeltavlefärg, fästs. Den har plats för att skriva ned när lådan ska tömmas och har därför en krita fäst intill. Upptill stängs lådan med hjälp av kardborreband för att förenkla öppning och stängning. Som ett tillbehör finns också etiketter av kartong och elastiskt snöre för att märka upp produkter som inte får plats i lådan. Då etiketterna är oanvända hänger de från insidan av lådan. Inuti finns dessutom ett informationsblad fastklippt om avyttring av oanvända produkter.

Karantänlådan används till skillnad från Garderobssorteraren inte under en session, utan i stället kontinuerligt då oanvända prylar upptäcks. Karantänlådan fungerar då som en mellanstation till avyttrat och behållet. När användaren är osäker på om en produkt ska avyttras eller behållas placeras den i lådan, som i en karantän. Då användandet påbörjas bestäms ett datum för avyttring som skrivs på utsidan av lådan. När datumet kommer går användaren igenom lådan och bestämmer om varje produkt ska behållas eller avyttras, och isåfall hur det ska avyttras. På insidan av lådan finns en guide för vilka alternativ som finns.

4.3 Broschyren

Broschyren är en informationsbroschyr om cirkularitet med temat vårstäd (se figur 12). Syftet med Broschyren är att testdeltagarna ska få en påminnelse som är relevant under testperioden, för att se vad för reaktioner det väcker. Eftersom det kopplar till en pågående process under testperioden testas främst strategin *Hook into ongoing processes*. Ur arbetets kategorier knyter Broschyren an till synliggöra och agera. Broschyren syftar även till att kommunicera en känsla av glädje och hopp. Den innehåller mycket färg och bilder och texten i den är tänkt att vara uppmuntrande och inte tvingande. För att skapa Broschyren användes en mall samt ikoner från Canva som redigerades för att passa innehållet.

4.4 Uppgiftshäftet och Kortleken

Uppgiftshäftet och Kortleken (se figur 13 och 14) ger flera alternativ i form av uppgifter för hur användaren kan öka sin cirkulation, exempelvis genom råd för hur ett rensningsarbete kan utföras på olika sätt. Råd för avyttring inkluderas också. I de båda prototyperna återfinns samma uppgifter. De fungerar på liknande sätt och ger samma information, men i två olika format. Kortleken består av lösa kort med en uppgift på varje, medan Uppgiftshäftet har en uppgift per sida i ett ställ av kartong så att den kan stå upprätt.

Häftet och Kortleken syftar främst till att testa strategin *Make products visible again*, dock har de olika uppgifterna lite olika fokus och några är mer inriktade på strategin *Do it together* som till exempel övningen "Dags för fest" där det står tips om att anordna en kläd eller prylbytarträff. Anledningen till att verktygen främst testat den förstnämnda kategorin är att övningarna är relativt snabba och områdesfokuserade som exempelvis "Tömma lådan" där testpersonen ska ta en låda ur någon form av förvaringsutrymme tömma ut den i en hög för att se vilka saker som hamnat där och därefter enbart ta tillbaka saker som faktiskt används. Övningarna är främst kopplade till arbetets kategori agera (se bilaga C).

4.5 Kalendern

Kalendern i sin helhet testat *Hook into ongoing processes*, även om den korta testperioden inte gör den rättvisa. Om testperioden hade varit längre hade dess innehåll testat samtliga strategier genom att ge påminnelser och tips om olika aktiviteter och rikta uppmärksamhet mot olika delar samt produkter i hemmet. Månadsuppgifterna testat framför allt *Make products visible again*.

Kalendern skapades i Canva med hjälp av en existerande mall för de nedre sidorna med datumsmatrisen (se figur 15). Den ändrades för att passa ihop dagar och datum under 2026. Svenska helgdagar och utvalda dagar relaterade till miljö adderades. På

den nedre sidan tillades extra information om vilka typer av produkter som kan vara efterfrågade den månaden, månadsspecifika tips för cirkularitet, tips för vissa framlyfta dagar och för kortare månader inkluderades också en "visste du att"-del med korta fakta om miljön och cirkularitet.

Uppgifter som utfördes under testen för kalendern beskrivs vid sidan av månadsbilden som också symboliserar uppgiften. Till en uppgift införskaffades tillbehör i form av guldstjärneklistermärken och varningstejp. I den uppgiften markerar användaren upp saker som har använts, i ett valt utrymme, med guldstjärnor allteftersom de används under en tidsperiod. Därefter väljs ett nytt utrymme där oanvända produkter direkt markeras med varningstejp och är fäst kvar tills vald tidsperiod är över. Om produkten används avlägsnas tejpens tidigare. Denna övning syftar till att testa positiva samt negativa känslor. Guldstjärnorna kan väcka känslor som nöjdhet, stolthet och glädje medan tejpens kan väcka skam och skuld eller ilska och irritation. Jämförelsen mellan uppgiften är här, förutom reaktionerna av själva uppgiften i sig, av intresse.

I den andra uppgiften väljs ett utrymme och hälften markeras. Produkterna på den ena halvan av utrymmet behålls, medan den andra halvan ska avyttras. Användaren kan flytta produkterna mellan halvorna tills ett val av vad som ska behållas eller avyttras kan göras.

4.6 Brädspelet

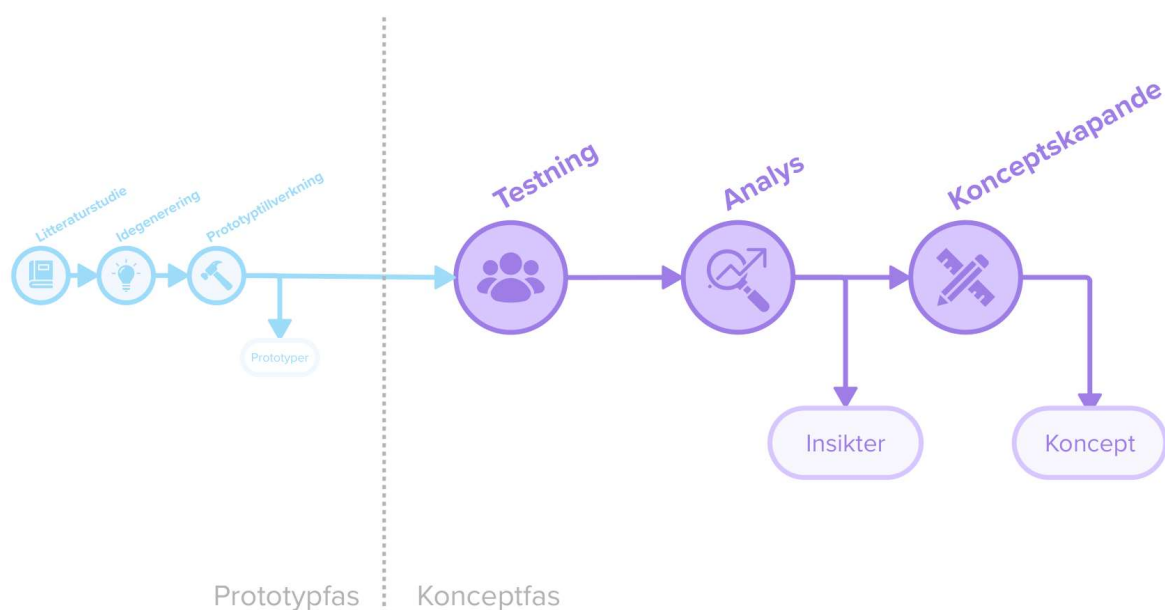
Brädspelet syftar främst till att testa strategin *Do it together* men även *Make products visible again* då det under spelets gång hämtas saker i hemmet där vissa specifikt är saker som inte har varit använda på länge. Spelet syftar till att väcka känslor som hoppfullhet och glädje samt nyfikenhet och intresse, men kan troligtvis väcka både andra positiva och även mer negativa känslor, beroende på uppgift. Förutom uppgifter som går ut på att hitta och hämta saker i hemmet innehåller spelet reflektionsfrågor och som syftar till att väcka just reflektioner och eventuellt även argumentationer.

Material som skapats till brädspelet var en spelplan, med fram och baksida, och spelregler (se figur 16). Till det införskaffades tillbehör såsom två olikfärgade tärningar, ett tre minuters timglas och röda glasstenar med förvaringspåse.

Brädspelet spelas tillsammans med flera personer i ett hushåll och under spelets gång samlas produkter ihop vid sidan av spelplanen. Under spelet får varje spelare under sin tur slå två tärningar som motsvarar rutorna på spelplanen. På varje ruta står en uppgift som ska klaras på tid, med hjälp av ett timglas. En uppgift kan vara exempelvis *"Hämta en 'onödig pryl' som personen till höger om dig äger"*. Om uppgiften avklaras får spelaren ett poäng, som i prototypen räknas med hjälp av röda stenar som redan ligger på varje ruta. Spelet tar slut då alla stenar har avlägsnats från varje ruta. Dessa regler står på ett extra kort med spelregler. Efter spelet kan spelplanen vändas för att visa råd för hur de ihopsamlade produkterna kan avyttras eller behållas och användas.

5. Process och metod för konceptfas

Nästa fas var konceptfasen som startades med att prototyperna praktiskt testades av testdeltagare (se figur 17). Testperioden följdes upp med intervjuer, vilka därefter blev till underlag för en analys av testdeltagarnas upplevelse av användandet av prototyperna. Insikter från denna analys ligger till grund för utvecklingen av ett slutkoncept.



Figur 17: Process konceptfas

5.1 Praktiska tester av prototyperna

Parallellt med idégenereringen och prototypskapandet samlades kontakter till testdeltagare i studien. Ett bekvämlighetsurval användes då vänner och bekanta frågades om de kunde tänka sig att ställa upp. Detta urval gjordes delvis för att underlätta processen att hitta deltagare då det ansågs lämpligt att snabbt få i gång en testperiod. En annan orsak var att det ansågs fördelaktigt att ha en viss bakgrundskunskap kring deltagarna, dels för att kunna anpassa vilket verktyg de skulle testa, dels för att vara säkra på att de skulle fullfölja testperioden. En spridning i urvalet eftersträvades med avsikt på ålder, kön och sammansättning i hushållet.

Åtta hushåll testade en eller två prototyper var. Hushållen tilldelades testmaterial och dokument med information kring studien som även innehöll frågor kring samtycke och sekretess, inklusive bildhantering. I samband med utlämnandet av testmaterialet bokades uppföljande intervju. Vilka som deltog i testet och vilket verktyg de testade syns i Tabell 1. Dessutom finns en beskrivning av varje testdeltagares inställning till cirkulation.

Testerna innebar att hushåll praktiskt provade att utföra ett utrensningsarbete med hjälp av de utvecklade prototyperna. Deltagarna tilldelades prototyper som kunde tänkas passa dem baserat på tidigare känd bakgrundsinformation om dem. Brädspelet tilldelades exempelvis till hushåll med fler personer än två, så att det enkelt kunde testas i grupp genom att spelas i familjen. Ett annat exempel var ett hushåll som önskade att inte behöva utföra ett omfattande arbete, detta hushåll fick testa Karantänlådan. Deltagarna hade testverktygen hos sig ungefär en vecka. Beroende på verktygets utformning varade själva testperioden olika lång tid, från ett speltillfälle till att två olika uppgifter utfördes under två veckors tid. Fokus i testet låg således på en del av avyttringsarbetet, deltagarna testades inte på att faktiskt få ut produkterna ur sitt hem även om samtliga tillfrågades vad som hände med produkterna efter att de testat verktygen.

Efter testperiodens slut intervjuades deltagarna enskilt. Intervjuerna genomfördes på en av deltagaren vald plats, en av dem var av praktiska omständigheter tvungen att göras digitalt, och samtliga blev runt 45 minuter långa. Intervjuerna spelades in och transkriberades därefter. Syftet med intervjuerna var att ta reda på testpersonernas upplevelse av användandet av det tilldelade verktyget, vad det hade väckt för reaktioner och hur de tyckte att verktyget fungerade. Inledningsvis tillfrågades testdeltagarna även om deras tankar och kunskap kring cirkularitet samt deras uppfattning om problemet, om de själva ansåg sig ha det och vilka rutiner för avyttring de eventuellt redan hade. Under intervjun blev deltagarna visade samtliga prototyper och kunde därför även ge åsikter kring alla och jämföra dess olika funktioner och format. Frågor ställdes även om det kommunikativa materialet de tilldelats samt designen på verktygen.

Tabell 1: Testdeltagare

Nr	Testmedlemmar	Testverktyg	Inställning till cirkulation
1	Kvinna 52 år	Kortleken och Broschyren	Kallar sig själv för en "samlartyp". Tycker alla saker är ett problem, men känner sig inte ha tillräckligt med tid eller ork för att göra något åt det. Lämnar till secondhand och återvinning.
2	Kvinna 72 år	Uppgiftshäftet och Broschyren	Slänger sällan saker, köper kvalitet och lagar. Köper gärna secondhand. Lämnar till secondhand. Har mycket oanvända saker och svårt att ta tag i det.
3	Kvinna 42 år Ej intervjuade: Barn 6, 12, 12 och 13 år	Brädspelet	Cirkulerar produkter och är intresserade av hållbarhet. Oftast skänks produkter, framförallt barnkläder och leksaker. Säljer sällan. Har en del oanvända saker och också upplevd oordning – svårt att få överblick.
4	Man 46 år	Karantänlådan	Handlar och lämnar saker på second hand. Har ett utsorteringsystem som fungerar relativt bra. Har en del oanvända saker.
5	Man 21 år	Kalendern med uppgiften halvera	Behåller det mesta och ser det inte som ett problem då utrymme finns. Har provat sälja på secondhand online, men tyckte det var jobbigt och lämnar nu mest till återvinning eller slänger.
6	Kvinna 51 år	Garderobs-sorteraren	Uttrycker att cirkularitet är viktigt och tycker sig vara bra på att avyttra, men säger att det ändå finns oanvända prylar, speciellt i källaren. Går på klädbytarparty, lånar saker såsom verktyg och är med i en Facebookgrupp för närområdet för prylar som ges bort.
7	Kvinna 39 år Ej intervjuade: Man 41 år och barn 7, 10 år	Brädspelet	Tycker det är viktigt med cirkularitet och har bra system för barnens kläder och säsongsprylar. Ena parten har mycket oanvända prylar. Har gemensamt en del oanvända saker. Skänker och säljer.
8	Kvinna 51 år	Kalendern med uppgift tejp och guldstjärnor	Tycker att allt som ägs borde användas och försöker avyttra direkt när något oanvänt upptäcks. Skänker till secondhand, lånar saker såsom trädgårdsmaskiner och lämnar på återvinningscentral.

5.2 Analys

För att analysera testerna användes intervjudatan som transkriberades och skrevs ut för genomläsning. Analysen utfördes med inspiration från KJ-metoden (Hessing, u.å.). Likt KJ-metoden, grupperades alla för analysen relevanta idéer, tankar och åsikter från testpersonerna för att få en bättre överblick. På grund av verktygens olikhet var det intressant att särskilja vilket verktyg som diskuterades vilket ledde till att allt strukturerades i en matris. Verktygen fick varsin kolumn och teman från intervjun och sådana som upptäcktes vid genomläsningen fick varsin rad.

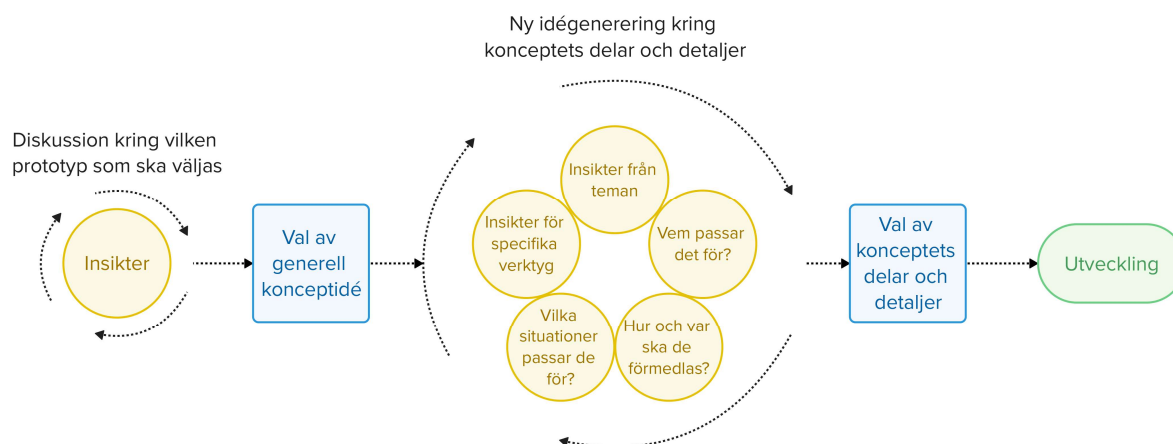
Efter den initiala indelningen, som i sig gav värdefull återkoppling specifika för de olika verktygen samt förbättringsområden hos dem, söktes materialet igenom igen. Denna gång efter gemensamma ämnen som rörde vad som gjorde att ett verktyg fungerade bra eller mindre bra, hur och varför de skulle kunna vara ett stöd för hushållen och hur verktygen skulle kunna tillhandahållas. Tankar och åsikter grupperades efter vad som uttrycktes i dem, det vill säga handlade de om samma ämne grupperades de tillsammans även om de ibland uttryckte motsatser. Slutligen tematiserades de olika grupperingarna efter vad de uttryckte (se figur 18). Denna indelning behölls för att dela upp insikter och sammanställdes med syfte för att få en djupare insikt av deltagarnas upplevelser och hur utvecklingen av koncept skulle fortsätta. I processen växladet perspektivet från att se på en helhet till att gå ner på en mer specifik nivå.



Figur 18: Teman från analys

5.3 Konceptskapande

Utifrån insikter från analysen påbörjades ett arbete med att ta fram ett slutkoncept baserat på de olika testade verktygen (se figur 19). Inledningsvis diskuterades resultatet från analysen med syfte att välja vilka av prototyperna som var aktuella att vidareutveckla. Det ansågs inte att en direkt jämförelse av prototyperna kunde göras i syfte att välja endast en eftersom de var olika utformade och syftade till att testa olika strategier. Dessutom var en insikt från testerna att inget specifikt verktyg fungerar för varje person. Därav valdes inte endast ett verktyg ut, utan i stället flera som kunde användas i en sammanställning för att fånga upp en bredare målgrupp.



Figur 19: Process för konceptskapande

Hur en sammanställning av verktygen skulle se ut och vad den skulle innehålla övervägdes i en ny idégenerering. Val kring detta gjordes med hjälp av specifika insikter kring de olika verktygen och insikter från de identifierade tema-kategorierna. Det diskuterades också för vilka personer och i vilka situationer de olika verktygen och strategierna skulle kunna vara till hjälp.

Baserat på tidigare steg kunde val göras gällande konceptets innehåll och andra detaljer. Här beslutades att materialet bör publiceras digitalt på en hemsida för att tillhandahålla verktygen med så stor spridning som möjligt. Innehållet kommer från prototyperna, men vissa verktyg och format sållades bort och de som behölls justerades och tydliggjordes genom olika förändringar. Några exempel var att rikta

Brädspelet mer mot att fungera tillsammans med barn och att anpassa informationsinnehållet i Broschyren. Det beslutades även att producera en del nytt material vilket, som tidigare, skapades digitalt i programvarorna Canva, Affinity Designer och Procreate.

6. Från analysens insikter till en lösning

I detta kapitel presenteras resultaten från den andra fasen i arbetet, först insikter från prototypstudien och därefter ett slutkoncept som svarar mot dem. Insikterna är baserade på en analys av intervjudatan och handlar om varför verktyg och strategier fungerade eller inte samt hur hushåll vill få hjälp.

Det slutliga konceptet är en sammanställning av testade verktyg, i form av en digital webbplats. Dessutom ingår även marknadsföringsmaterial i konceptet för att uppmärksamma och medvetandegöra dels webbplatsen i sig, dels grundproblemet att det ofta finns outnyttjade resurser dolda eller glömda i hushållen.

6.1 Insikter från prototypstudie

Insikterna från studien handlar om vad som gjorde att ett specifikt verktyg fungerade som det gjorde och varför, hur hushållen kan och vill bli hjälpta och på vilket sätt de faktiskt önskar att få till sig hjälpen. Temakategorierna sammanfattas nedan och illustreras med hjälp av citat ut intervjuerna. *Konflikt mellan tanke och handling* visar att det finns motstridigheter mellan attityder till och vad som faktiskt görs åt problemet och *One size fits (almost) none*, visar på att det är svårt att hitta ett rätt sätt att hjälpa hushållen då alla är olika. De följande kategorierna *Det måste nötas in!*, *Rätt motivation är A och O*, *Reflektion och engagemang – en nyckel till framgång* samt *Förändring tar tid* visar på att hushållen behöver påminnas med rätt timing och börja fundera och diskutera problemet. De behöver dessutom motiveras på rätt sätt och över tid, för att på sikt kunna åstadkomma förändring.

6.1.1 Konflikt mellan tanke och handling

Det fanns motstridigheter bland testdeltagarna gällande tanke och handling. Samtliga deltagare hade någon kunskap om vad man kan göra med saker man vill avyttra, men nivån eller bredden av kunskap varierade bland dem, likaså intresset. Testdeltagarna upplevde att de vet varför och att det är bra att cirkulera och återanvända produkter och de anser det också viktigt. Testdeltagare 8 uttryckte att

hon "...tycker egentligen det är det enda rimliga sättet att vi försöker använda allt vi har så mycket som möjligt" vilket sammanfattar den generella uppfattningen bland testdeltagarna.

Samtidigt hade alla deltagare i någon utsträckning oanvända saker i sina hem och förråd, vissa mer och andra mindre. Att faktiskt komma i gång och göra arbetet att rensa bland dem upplevdes svårt för många. Hindren för att komma i gång var bland annat tid *"När ska jag hinna? Och detta [garderooben] har jag liksom också tänkt på ett antal år men det har liksom inte funnits någon tid"* (Testdeltagare 1), att det upplevdes övermäktigt *"...jag känner att jag orkar inte ta itu med det, för då rasar jag alltså...för då ska jag göra allt"* (Testdeltagare 2), att det upplevdes svårt att sälja eller att det av någon anledning var svårt att skiljas från produkterna

Att få testa att använda ett verktyg som stöd i avyttringsprocessen upplevdes generellt som positivt, oavsett om just det verktyget de tilldelats hade varit deras förstahandsval eller inte. Vad de dock också var överens om var att de inte kunde föreställa sig att köpa en liknande typ av produkt, möjligen med undantag för ett brädspel. Fler deltagare hade kunnat tänka sig att ett låna verktyg om det fanns, men det fanns också en osäkerhet kring om det verkligen skulle utnyttjas. Att få något hemskickat i brevlådan var dock något flera deltagarna tyckte vore positivt. En neutral avsändare som exempelvis kommunen var då att föredra.

Varifrån det kommer ja. Jo, alltså kommunen är bäst, skulle jag tycka. Skulle det komma från Myrorna eller de här specifika då skulle jag inte alls bli peppad [...] Kommunen är ganska neutral.

– Testdeltagare 1

För att kunna sprida verktygen verkar det således att det kan vara värt att ge tillgång till dem utan kostnad och tillhandahålla verktygen utan att hushållen själva behöver göra någon större ansträngning. Om de dessutom publiceras och finns tillgängligt digitalt ökar möjlighet till spridning ytterligare, via internet.

6.1.2 One size fits (almost) none

Något som blev tydligt i undersökningen var svårigheten med att utveckla ett verktyg som passar alla. Vad som fungerar beror på exempelvis personlighet, boendesituation, antal i hushållet, kunskap, engagemang och motivation.

Några av deltagarna hade redan system och rutiner hemma liknande Garderobssorteraren och Karantänlådan. De var i form av lådor och påsar som används för att *"lägga lite saker som ska ges bort till second hand eller till någon jag känner"* (Testdeltagare 4). Dessa var, hos majoriteten av dem, placerade för att inte dra uppmärksamhet till sig eller helt enkelt undangömt, vanligen i en garderob. Både de som var bekanta med liknande system och de som inte var det, tyckte inte att det var nödvändigt med en färdig produkt att rensa ut i. Utmaningen med att utforma ett specifikt verktyg för ett sådant system är att produkten ska passa i alla olika typer av hem och för olika individers smak och tycke.

Insikten kring detta blev att det kan vara bra att det finns ett antal olika verktyg att välja på så att användaren kan hitta något passande. Ett verktyg skulle även kunna utformas så att det i stället för att vara en färdig produkt kan det ge information om hur man kan "tillverka" och använda ett system. På så sätt får användaren själv utforma en lösning för det som fungerar för just den individen i det specifika hushållet.

6.1.3 Det måste notas in!

Att det är bra med regelbundna påminnelser är testdeltagarna överens om. Rubriken för detta tema inspirerades av ett citat från en deltagare som uttryckte vikten av påminnelser till allmänheten:

Ja, det hade ju varit bra, för det här behöver väl notas in liksom.

– Testdeltagare 7

Ett verktyg som finns och syns i hemmet fungerar i sig som en påminnelse eller en trigger, exempelvis en låda eller påse i garderoben eller en färgglad kortlek som pockar på uppmärksamhet, men det kan även vara värdefullt med regelbundna utskick, eller reklamanslag. Om påminnelsen ska skickas ut är det viktigt med timing. Våren verkar vara en bra tid då det flera gånger nämns att det är då som det finns extra energi till att rensa ut, att det är en tid där man vill ha en förändring.

Ja, men också har man lite så här energi när våren kommer och man vill göra sig av med grejer. Så att om den hade liksom kommit i rätt tid och så typ så här, nej fan kolla här nu, nu går vi ut och sorterar förrådet. Det kanske hade varit det sista som hade puttat folk över tröskeln?

– Testdeltagare 7

Broschyren är ett sätt och format en sådan påminnelse kan ges. Olika deltagare har olika åsikter om hur ofta och på vilket sätt det bör vara. Majoriteten tyckte att en gång per år var en bra mängd, och i så fall under våren. Det kan även vara värdefullt med löpande påminnelser över tid. Kalendern ger påminnelser exempelvis genom att lyfta vilka saker som lämpar sig att cirkulera varje månad och har små texter som knyter an till vad som händer under månaden. En kalender är också ett verktyg som ofta hänger framme i hemmet och används i planeringssyfte, vilket gör att den syns och därför också påminner:

Alltså hänger det framme så är det ju större sannolikhet att man tänker på det. Man måste tvingas påminnas om tror jag i en stressig vardag på något sätt?

– Testdeltagare 7

Ett verktyg behöver påminna om att problemet finns och samtidigt locka till att göra något åt saken. Om påminnelser kommer regelbundet och med rätt timing kan det leda till att problemet uppmärksammas av fler och även locka fram ett agerande.

6.1.4 Rätt motivation är A och O

En testdeltagare som fick frågan kring om den skulle kunna införa ett system som Karantänlådan eller Garderobssorteraren själv om den fått råd om det svarade:

Ja, men jag tror att det skulle kunna funka. Men man måste ju ha kommit till det stadiet själv [att vilja vara cirkulär].

– Testdeltagare 6

Vilket leder till insikten att ett verktyg kan vara till hjälp, och det kan se ut på många olika sätt, men om det ska fungera behöver det också finnas en vilja och motivation hos den som ska använda det.

Något som flera deltagare nämnde var att de inte ville bli tillsagda vad de ska göra eller få pålagda måsten, detta skulle få dem att tappa motivationen. Det verkar således som att verktyg som väcker positiva tankar och känslor hos testdeltagarna är mer motiverande. Deltagare 8 som testade övningen som innebar att ena veckan markera använda saker med guldstjärnor och andra veckan markera oanvända saker med varningstejp upplevde att guldstjärnorna var en bättre övning, och ansåg att hon tappade motivation och kände sig straffad när hon skulle markera oanvända saker.

Jag började med guldstjärnorna. Där var jag liksom mer motiverad och var jätteglad för varje sak som jag använde. [...] Det med tejp var svårare. [...] Guldstjärnorna var roligare på något vis.
[Påpekande att tejp skulle vara ett störande moment] Ja, men då försvinner lite motivationen.

– Testdeltagare 8

Storleken på Karantänlådan syftade till att provocera för att väcka uppmärksamhet, vilket i testet ledde till att testdeltagaren placerade den utom synhåll ”i sovrummet högst upp på hyllan” (Testdeltagare 4), vilket då motverkade den tänkta effekten. En annan deltagare uttryckte vikten av att det i stället ska vara roligt om det ska bli gjort, att verktygen ska väcka glädje och lust och inte ge känslan av skuld och tyngd. Detta stärker insikten om att ett verktyg som upplevs för negativt inte bidrar till ökande motivation att göra ett avyttringsarbete utan att det snarare ska fokusera på att uppmuntra och ge glädje.

Dom [verktygen] ska ju vara roliga, tänker jag. För vi, jag tänker att dom flesta i samhället vet så mycket om det här och har hört så mycket om det så ska det bli gjort sånt som man inte redan gör så behöver man göra det roligt. Ja, men som ett spel, det måste finnas liksom lusten eller ja, guldstjärnorna.

– Testdeltagare 3

Att bjuda hem personer att spela Brädspelen i ens eget hem reagerade samtliga tillfrågade på med skepsis och motvilja. Det verkade som om de flesta tyckte att det var för utanför ens komfortzon. Det innebär att släppa kontrollen och även att man behöver visa upp sin situation som den är, vilket för många verkar väcka obehag.

Jo, jag tänker, vad fäsen ska jag låta mina vänner gå i min lägenhet? Använder du den nu? Nej, det skulle jag absolut inte. Men jag kan tänka mig att det passar för till exempel barn, det passar för ungdomar.

– Testdeltagare 1

Men jag, jag har lite svårt att bjuda hem folk. Jag vet inte varför jag tycker att vi, det är aldrig någon ordning någonstans så därför så vill jag inte bjuda hem folk.

– Testdeltagare 2

Den som bjuder in behöver vara trygg i att släppa denna kontroll. Aktiviteter för vuxna som syftar till att få hjälp eller hjälpas åt kanske bör ha ett annat upplägg, till exempel bjuda hem folk med syftet att ge bort saker och samtidigt får hjälp att organisera sitt förråd. Eller få hjälp att rensa ur och som tack bjuda vännerna på middag. Att ordna och gå på klädbytarpartyn var en aktivitet som tilltalade flera deltagare, vilket några också hade erfarenhet av. Kanske ett verktyg som uppmanar till aktiviteter tillsammans också ska förstärka att de även kan tillföra de inbjudna något mervärde.

Att ge andra mervärde knyter an till en annan tanke som väckts hos flera testdeltagare som kan ge motivation och som också kan vara hjälpsam när det gäller att ta ett beslut kring att avyttra en produkt eller inte. Att fundera och lägga fokus på vem eller vilken typ av person som skulle kunna tänkas bli gladare av den här produkten än jag och vilken nytta jag kan göra på olika nivåer.

Kanske att den här tanken om att någon annan skulle ha större glädje av den. Sånt har vi tänkt en del kring att faktiskt det här, att det kan ge glädje åt någon annan. Och därför kan det vara värt att ge bort det. Så här att vi inte har saker som inte glädjer oss längre, så har vi tänkt lite. Och då är ju såna grejer liksom så här, men vad ger det oss för glädje?

– Testdeltagare 7

Jag tänkte oj då men fan nu är det bra städat liksom. ...Och jag är glad för det. Och sen så glad för att om jag kan bidra, till exempel till

någon secondhandbutik här och det kommer till någon annan, till glädje och samtidigt för samhällets totala nytta.

– Testdeltagare 1

Således är detta en insikt, något som verkar fungera är att verktygen kan bidra till att väcka tankar kring vilken nytta och glädje som arbetet kan ge till andra.

Ytterligare något som fungerade var när verktygen hade låg tröskel för att ta till sig informationen och för att komma i gång. Övningarna i Uppgiftshäftet och Kortleken som verkade mest uppskattade var de som var kortast och enklast. Deltagarna valde själva vilka uppgifter de skulle göra och de som blev testade var *Alla goda ting är tre* och *Tömma lådan*, uppgifter som innebär att leta upp tre saker i hemmet att avyttra respektive är begränsad till en specifik låda. Uppgifter som gav tankar om större arbete, exempelvis *Låtsasflytten*, som innebär att snabbt välja ut saker att ta med sig i en fiktiv flytt till mindre boende, blev därav inte valda.

Och "Låtsasflytten" det var ju det som var ganska så jobbig tanke. Men det kan hända att, man vet ju aldrig, det kommer att kräva den mannen [för att vilja flytta].

– Testdeltagare 1

Uttrycket och formatet på Broschyren var deltagarna positiva till och tyckte *"det var trevligt att se"* (Testdeltagare 1). Mängden information tyckte majoriteten av tillfrågade också om, den ansågs vara kort nog att läsa på vägen hem från brevlådan.

Nej, jag tror att det är oftare och kortare är bättre med det här för att annars har man tänkt så här det här ska jag läsa när jag har tid och den tiden skulle jag inte ta så att jag behöver nog något som man kan läsa när man går från brevlådan. Åh, vad är det här? Och så kikar man igenom det och så händer det någonting direkt. Är det ett

större material så kommer jag lägga undan det och tänka det här ska jag läsa sen.

– Testdeltagare 7

Många uppskattade även specifikt instruktionsbladet där man får följa färdiga frågor som tillhörde Garderobssorteren, de upplevde då att det var enkelt att komma i gång och att *"jag slipper ha alla de där frågorna i huvudet samtidigt, utan en i taget. Det är skönt att inte behöva allt i huvudet"* (Testdeltagare 3). En insikt från detta är att ett verktyg och eventuella uppgifter behöver vara korta, enkla och gärna roliga. Det ska dessutom gå att sätta i gång direkt utan ansträngning, förberedelser eller att behöva införskaffa material utanför hemmet.

Sammanfattningsvis kan verktygen fungera som motivation för användarna på olika sätt. Ett verktyg som motiverar genom att tillföra glädje både genom att visa på nyttan för andra samt genom att ha roliga och enkla uppgifter verkar motivera på ett bättre sätt än det som syftar till att motivera genom att provocera. Verktöget får inte heller upplevas för betungande eller verka ha tråkiga uppgifter, det kommer då troligtvis väljas bort och inte bli använda. Återigen kan det dock vara bra att ha många olika uppgifter att välja bland, då alla tänker olika kring vad som fungerar.

6.1.5 Reflektion och engagemang – en nyckel till framgång

Ett verktyg som väckte reflektion, både egen och tillsammans med andra var något som upplevdes positivt. Ett verktyg som fungerar som ett medierande objekt att reflektera runt kan vara till hjälp för vuxna att lägga märke till olikheter i värderingar och öppna upp för diskussion när man inte är överens om att avyttra en produkt eller inte. Att placera saker i en karantänlåda skulle kunna vara ett sätt som testdeltagare 3 tyckte kunde vara bra när hon och hennes man var oense: *"Ifall vi är oense så lägger vi den där och så ser vi om någon som saknar den. För att då behöver vi inte ta beslutet att den ska göras av med direkt."* (Testdeltagare 3)

Spelet var det verktyg som väckte mest diskussion och reflektion. Det uppskattades att få en anledning att diskutera problemet i hushållet *"alltså såna här diskussioner,*

alltså den här typen av samtalsämnen har man ju aldrig skulle jag säga, vi har aldrig det i familjen.” (Testdeltagare 7). Diskussionerna blev också som bäst när deltagarna inte var helt överens: *När jag hämtar någonting som är onödigt och barnen inte tycker det eller tvärtom. Då blir det mest diskussion och det ja, men det blev roliga diskussioner.” (Testdeltagare 3)*

En annan fördel med spelet som verktyg var att det fungerade bra att använda tillsammans med barn för att även engagera dem. Förutom detta så kan vuxna som har en motvillig attityd till avyttringsarbete få ett slags alibi. De spelar för att lära sina barn men lär sig samtidigt själva och kan bli, om än motvilligt, engagerade de med.

...att göra det ihop med barn är en jättebra grej för att då kan man säga, men jag gör det för deras skull och sen så lär man sig massa som vuxen eller så får man upp massa diskussioner.

– Testdeltagare 3

I testdeltagare 7:s fall var den andra vuxna speldeltagaren motvilligt med och deltog. Ämnet, att rensa ur prylar, väckte frustration hos speldeltagaren men trots motviljan verkar ändå engagemang och reflektion kring det egna beteendet ha väckts under spelets gång.

..men att till exempel att han tvingas reflektera över det på sådana här sätt som spelet ökar ju sannolikheten för att det ska ske, så kan jag säga.

– Testdeltagare 7

Ett första steg för att ta itu med ett avyttringsarbete eller ta ett steg till en cirkulär omställning kan vara att skapa en medvetenhet kring problemet. Att diskutera och reflektera kring om det faktiskt finns prylar som inte används i hemmet, varför det är

så och om det faktiskt finns en vilja att göra något åt det. Ett verktyg som kan bidra till detta, att fungera som en trigger för att medvetandegöra innan problemet vuxit sig för stort kan vara väldigt användbart. Att dessutom även inkludera barn i problemet skapar förutsättningar för att förebygga framtida problem.

6.1.6 Förändring tar tid

Tiden för flera test ansågs vara för kort, exempelvis för Garderobssorteraren där testdeltagaren vid intervjun sa *"alltså jag tycker inte riktigt att jag hunnit bli färdig riktigt med testet ännu då. För att, jag tycker, en vecka är ganska kort"* (Testdeltagare 6). Deltagaren tyckte att verktyget borde användas som långsiktigt system kontinuerligt, vilket också var så som deltagarna med liknande system använde dem. Klädnypona som också ingick i detta verktyg var en sak som testdeltagaren upplevde som positiv för att de skulle kunna fungera som en påminnelse eller uppmuntran till att agera över tid.

Och det är ju ändå något som man behöver göra regelbundet. Det spelar ju inte ut sin roll bara för att man har gjort det en gång. Det skulle inte förvåna mig om jag hade ett sådant och så hittade, alltså även nu, att jag om ett och ett halvt år mycket väl skulle kunna hitta vad är det här och här sitter en klädnypa.

– Testdeltagare 6

Något som också skulle kunna motivera över tid och även göra arbetet roligare skulle kunna vara något slags system som ger direkt feedback och som visar framsteg och progression *"typ att man samlar poäng så här återvinningspoäng eller cirkulärpoäng eller någonting i någon app eller någonting sånt där. Det hade jag då tyckt, det hade varit kul. Hade kunnat vara något som sitter kvar och engagerar andra i familjen"* (Testdeltagare 7). En deltagare pratade också om att det hade varit roligt att föra egen statistik, både för egen del och för att kunna tävla i kompisgänget till exempel.

Kalendern som verktyg följer ett helt år och även om den perioden inte kunde testas så uppskattade många att den uppmärksammade specifika dagar och gav påminnelser månad för månad.

Ja, kalender. Den gillade jag faktiskt, för den var, ja men det är liksom ändå lite reminder. Just det vi lever ju på jorden, ja just det den här dagen [Overshoot day]. Och om man då gillar att sälja, ja just det, fan cyklar, ja fan har jag inte en gammal cykel? Men lite så där påminner att före årstiden liksom. Ja just det, skridskor det kanske man borde kolla efter eller sälja de gamla skidorna eller sådär.

– Testdeltagare 4

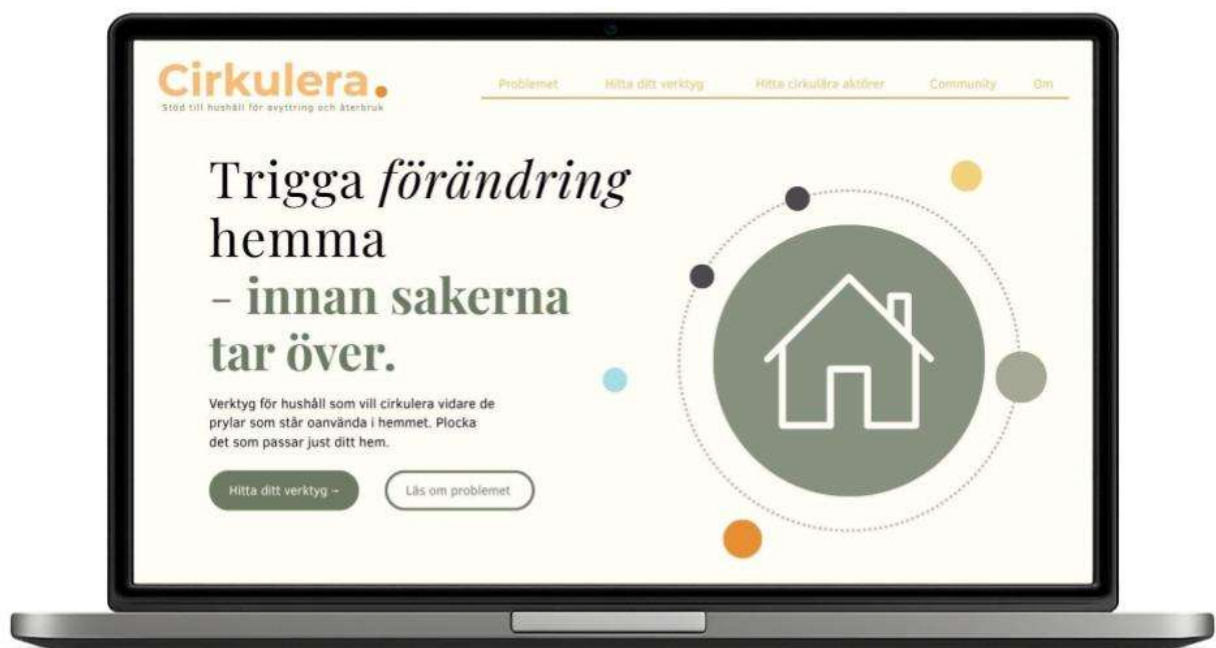
För att ett verktyg ska ge en varaktig förändring behöver det uppmuntra till regelbunden användning eller till att användas över en längre tid. Ett alternativ kan vara att det används som del i ett system, som klädhypona i Garderobssorteren, och då fungerar som en påminnelse. Ett annat alternativ är att verktyget uppmuntrar till en uppföljning eller att framsteg visas över tid. Ett tredje sätt är att verktyget är styrt av och följer en längre tidscykel som Kalendern.

6.2 Ett koncept byggt för variation

Slutkonceptet är en sammanställning av prototyperna, i form av en hemsida. För att introducera den skickas en broschyr ut i brevlådan, samt två versioner av marknadsföringsmaterial placeras synligt för allmänheten, exempelvis i kollektivtrafiken. På webbplatsen återfinns de verktyg som visade störst potential att stötta hushållen i avyttringsarbetets olika faser. Verktygen har justerats baserat på resultatet från studien. Dessutom finns ett stöd till att välja vilken typ av verktyg, och därmed även strategi, som kan passa för olika människor och situationer.

Valet av detta koncept är baserat på insikter från prototypstudien. Att de sammanställs digitalt är dels på grund av motståndet mot att köpa verktyg, dels för att öka tillgängligheten. *Broschyren* och marknadsföringsmaterialet används för att introducera hemsidan för allmänheten, men kopplar också till insikten om att påminnelser behövs. Delar av det material som finns tillgängligt på hemsidan syns i bilaga A till F.

Hemsidan är en sammanställning och en samlingsplats för majoriteten av verktygen som testats som prototyper, men med vissa ändringar och tillägg. På hemsidan finns information om grundproblemets omfattning och vikt samt vilken nytta man själv kan göra. För att få hjälp att välja verktyg finns en verktygsväljare som guidar användaren till rekommenderade verktyg efter olika behov. En sammanställning av cirkulära aktörer ordnat geografiskt finns för att användaren ska kunna hitta lokala aktörer med syfte att underlätta avyttringen. Dessutom finns ett forum för cirkulation där man som användare kan ge och få tips från andra användare, skapa gemensamma aktiviteter, utmaningar och informera varandra om olika event. Hemsidans grafiska utformning knyter an till marknadsföringsmaterialet för igenkänning (se figur 20).



Figur 20: Hur startsidan på hemsidan skulle kunna se ut

6.2.1 Påminnelser

Broschyren och marknadsföringsmaterialet knyter an till insikterna om att påminnelser behövs. *Broschyren* har temat vårstädning och bör skickas ut en gång per år, på våren (se bilaga A). Den är anpassad för formatet A4 med dubbelsidig utskrift. En skillnad från dess prototypversion är att de tre inre sidorna ger en guide steg för steg för cirkulation, något som framkom från insikterna om att det ska vara lätt att följa och man inte ska behöva tänka för mycket. Framsidans ikon har också uppdaterats för att lägga mer tyngd på cirkulation än städ och tydligare kommunicera vår, med hjälp av blommor.

Marknadsföringsmaterialet har utformats i två olika format (se figur 21 och bilaga B), ett i Eurosize format för planscher på busshållplatser (Västtrafik, u.å.), och ett i formatet för Västtrafiks fönsterpaneler (50x31 cm) (FM Reklam, u.å.) då kollektivtrafik kan vara ett sätt att nå en bred målgrupp. Materialet kan dock anpassas efter olika format för grafiska annonser, som synes i figur 21, både till liggande och stående. Båda format har samma information med få meningar, med ett "call to action" som är "*Har du något du inte använder? Cirkulera!*". Efter en kort förklaring introduceras hemsidan för ytterligare information. Samma ikoner som för *Broschyrens* framsida används också.



Figur 21: Visualisering av marknadsföring i form av annonsering i kollektivtrafiken

6.2.2 Verkt yg

Verkt ygen sammanställs på hemsidan, med ett tillägg i form av en verkt ygsv ljare för att användaren ska kunna ta reda på vilket eller vilka verkt yg som kan passa bäst för denne och dess livssituation. När användaren klickar sig till *Verkt ygsv ljaren* f r denne ett antal olika påståenden eller frågor att besvara. Dessa syftar dels till att utreda grundinformation som exempelvis i vilken omfattning användaren tycker sig ha problemet med för mycket oanvända saker hemma, hur insatt användaren  r i att avyttra och cirkulera och vilken storlek och sammansättning det  r på hushållet, dels till att undersöka användarens personliga preferenser. Några exempel kan vara om användaren är en person som har lite tid, att drivs av tävlingsmoment, behöver kontinuerliga påminnelser eller vill ha tid för att ta avyttringsbeslut. I verkt ygens beskrivningar nedan finns rekommendationer för användare utifrån insikter som uppkom under analysen av testperioden. Ett förslag på hur *Verkt ygsv ljaren* skulle kunna se ut syns nedan i figur 22.

Visuellt presenteras de rekommenderade verkt ygen i korta beskrivningar. Några f r verkt yg presenteras för att användaren inte ska få för många val (se figur 23). Övriga verkt yg  r möjliga att se i avsnittet Verkt ygsl dan, som en undermeny till Hitta ditt verkt yg. Då ett verkt yg väljs visas ytterligare information om verkt yget och f r utskrivbara verkt yg kommer det även finnas nedladdningsbara filer för egen utskrift (se figur 24).



Figur 22: Hur verktygsväljaren på hemsidan skulle kunna se ut



Figur 23: Hur en verktygsrekommendation skulle kunna se ut



Figur 24: Hur en informationssida om ett verktyg skulle kunna se ut

En typ av verktyg som användaren kan bli rekommenderad från testet är *Korta uppgifter* (se bilaga C). De utgår från prototypen Kortleken och Häftet som har visat sig passa som stöd vid ett pågående avyttringsarbete. Olika uppgifter lämpar sig dessutom för olika rekommendationer, exempelvis bör "Tömma lådan" rekommenderas för mindre avyttringsarbete eller för att ge en lägre tröskel för att påbörja ett arbete. Medan "Låtsasflytten" kan rekommenderas då ett större rensningsarbete önskas.

Garderobssorteraren och *Karantänlådan* är fler verktyg som behållits, men i stället som råd för hur användaren själv kan implementera likande system i sitt eget hushåll. Dessa system ger användaren tid mellan upptäckande av produkter och avyttring. Därav bör de rekommenderas då någon är osäker på om de vill avyttra en pryl eller behålla den, eventuellt personer som har svårt att separeras från sina produkter.

En ny idé som uppkom från insikterna är råd för hur användaren kan implementera ett poängsystem i sitt hushåll. Det svarar mot insikter om att det är fördelaktigt att ha något som ger konkret feedback, och som kan motivera över tid. Det kan också användas för att göra arbetet roligare exempelvis som en tävling i en grupp eller tävling med sig själv. Ett poängsystem anses lämpligen föreslås till personer som motiveras extra av konkret feedback, genom att se sina framsteg. Möjligen kan också tävlingspersoner inkluderas samt de som motiveras att kunna jämföra och visa upp sina prestationer som poängsystemet kan ge upphov till, exempelvis genom tävling mellan hushållsmedlemmar eller vänner och bekanta.

Ytterligare en prototyp som behålls är *Brädspelet* (se bilaga D). Från prototypen har det ändrats något genom förbättrad anpassning till barn då vissa uppgifter som fungerade sämre i barnfamiljer ersattes. En lämplig ålder att rekommendera för barn är möjligen från sju år då de börjat bli läskunniga och har bättre förutsättningar för att engagera sig. Trots tillfrågade testdeltagares motstånd till att spela tillsammans med vänner har det valet lämnats öppet. Det bör rekommenderas till personer som känner sig bekväma med att bjuda in vänner att spela i sitt hem, eller har flera

hushållsmedlemmar att spela med, samt skulle tycka det var roligt och givande med diskussioner om ämnet med andra. *Brädspelen* har dessutom anpassats för utskrift på A4, med utskrift på två sidor. Därav finns en svartvit version där bland annat tärningarnas skillnader fortfarande syns. Spelreglerna har inkluderats vid sidan av spelet för att förkorta utskriften till två sidor, men fortfarande ge likvärdig information som prototypen. Utskrivbarheten gör det mer lättillgängligt än ett traditionellt spel som behöver införskaffas.

Kalendern bearbetades om till formen av ett årshjul eftersom det då inte behöver uppdateras varje år vilket uppmärksammades av vissa testdeltagare (se bilaga E). Det har anpassats för utskrift i två varianter, *Årshjulspostern* och en *Årshjulssnurra*. De två varianterna ger valet av att ha en statisk poster eller en mer interaktiv snurra. I båda versioner finns ikoner som representerar kalenderns del om vilka produkter som kan vara efterfrågade och därför borde cirkuleras vid olika tider på året. Posterversionen har dessutom fler tips vid sidan av om cirkulation för specifika tider på året. Årshjulet som verktyg ska föreslås för någon som vill ha en kontinuerlig påminnelse i vardagen.

Flödesscheman för avyttring är tänkta att vara baserade på det som var en del av garderobssorteraren (se bilaga F). Under testerna uttrycktes det att klädflödesschemat var lätt att följa och med tanke på det bör fler liknande scheman tillverkas vid vidare utveckling, inriktade på andra produktkategorier. Dessa verktyg bör rekommenderas då någon tycker sig ha begränsad kunskap om eller vill ha praktiskt steg-för-steg stöd för sorteringsarbete i avyttringsprocessen.

7. Diskussion

Nedan följer en diskussion kring arbetets metod och resultat, samt dess miljömässiga påverkan. I metoddiskussionen diskuteras val av upplägg för arbetsprocess och undersökning, både för och nackdelar lyfts. Resultatdiskussionen tar upp och diskuterar insikter från analysen av intervjuerna samt efterföljande upplägg för slutkoncept. Förbättringspotential och förslag på vidare studier ges. Avslutningsvis diskuteras hållbarhet i relation till arbetets innehåll samt dess slutkoncept.

7.1 Metoddiskussion

Processen i detta arbete bestod av två faser, en första där ett antal prototyper baserade på fyra olika strategier skapades genom en designprocess, en andra där prototyperna testades och sedan analyserades kvalitativt för att förstå användarnas upplevelse av dem och slutligen skapandet och designen av ett slutkoncept. Ett annat tänkbart upplägg hade kunnat vara att göra en kvantitativ studie med exempelvis ett frågeformulär gällande olika strategier. Dock sågs ett värde att studiedeltagarna praktiskt skulle få prova på olika aktiviteter, och därmed verkligen få uppleva de olika strategierna. Ytterligare ett alternativ hade kunnat vara att testa färre strategier och på så sätt kunna få fler som testade samma strategi. Det fanns dock ingen indikation på vilka strategier som verkade fungera bättre än någon annan så det hade varit en chansning av att välja. Det upplägget som användes hade således fördelen att många strategier testades men nackdelen att få personer testade varje strategi. För att väga upp för detta något visades och diskuterades samtliga verktyg under intervjuerna.

Metoden att utveckla prototyperna baserades i en strukturerad designprocess och inleddes med en bakgrundsstudie av den forskningslitteratur som arbetet baseras på och de strategier som där tagits fram. Litteraturstudien hade kunnat vara mer omfattande och för att täcka in ytterligare forskning inom området. Det hade potentiellt gett andra infallsvinklar och möjligen hade ytterligare strategier kunnat adderas i utvecklingsarbetet. Dock skriver Nilsson m.fl. (2025) att litteratur som

specifikt fokuserar på varför oanvända produkter bibehålls i förvaring snarare än cirkuleras är begränsad, dessutom är litteratur som fokuserar på hur problemet kan adresseras med hjälp av design än mindre utforskat. Därför är det tveksamt hur mycket mer en omfattande litteraturstudie hade kunnat bidra till resultatet.

Studien bestod av åtta hushåll som testade en till två prototyper var. Det bekvämlighetsval som användes hade många fördelar, deltagarna gick snabbt att rekrytera, de var engagerade och urvalet fick en spridning i ålder, kön och sammansättning av hushåll, vilket är en styrka med studien. En osäkerhetsfaktor med storleken på urvalet och dess sammansättning är att det inte är ett representativt urval för hela befolkningen. Troligtvis är studien inte tillräckligt stor för att resultatet ska anses mättat, med fler deltagare kan ett resultat med mer validitet ha uppnåtts och mer säkra slutsatser skulle kunna dras. Flera av deltagarna var redan intresserade av återbruk och cirkulation sedan tidigare vilket riskerar att vissa åsikter kan ha missats eller blivit överrepresenterade. Samtidigt kan deras intresse vara fördelaktigt då de genom sina kunskaper och erfarenheter kunde bidra till fler insikter än någon som inte varit intresserad eller insatt i ämnet.

Studien ger en indikation om vilka strategier och format på verktyg som tycks ha god potential att fungera för de hushåll som redan har en vilja att förändra sitt beteende. Syftet med detta arbete var inte att påverka eller övertyga personer som ifrågasätter betydelsen av hållbarhet och cirkularitet utan riktade sig mot hushåll som är villiga att försöka ändra sitt beteende. Dessa hushåll är representerade i studien och troligtvis är det också de som i första hand är intresserade att ta del av slutkonceptet. Därför är det kanske i nuläget inte lika viktigt att fånga upp alla utan i stället få insikter i vad som tilltalar och hjälper just de hushållen som redan har viss kunskap och motivation kring problemet. Att få dem att fatta intresse kan vara ett lämpligt första steg för att inspirera andra, sprida information om problemet och föra verktygen som stöd vidare.

Något som inte kunnat testas praktiskt i denna studie på grund av dess tidsbegränsning är långtidseffekterna av att använda ett verktyg. Vad som kunde bidra till varaktig förändring diskuterades under intervjuerna vilket bidrog till att stärka

insikterna kring de olika verktygens utformning och vad för hjälp olika individer behöver ur ett långsiktigt perspektiv. För att kunna dra slutsatser kring långtidseffekterna hade en uppföljning behövts, vilket är en rekommendation för fortsatta studier.

7.2 Resultatdiskussion

Syftet med detta examensarbete var att utveckla användbara verktyg som både kort- och långsiktigt stöttar hushåll att cirkulera vidare sina produkter som står oanvända i hem och förrådsutrymmen. Detta genom att ta avstamp i strategier utvecklade i tidigare forskning (Aasa m.fl., 2026). Verktygen som skapades i detta arbetes första fas testade flera av dessa strategier både enskilt och i kombination med varandra.

Något som blev tydligt i studien var att det råder motstridigheter eller ett glapp mellan tanke och handling. Det är av många känt att det är bra att återanvända och cirkulera produkter, men det är långt ifrån så enkelt att få in det som rutin i vardagen. De intervjuade testdeltagarna knöt an till många av de funna barriärerna för avyttring och cirkulation från tidigare forskning (Nilsson m.fl., 2025), bland annat att det är svårt att hinna med och att det känns övermäktigt att sätta i gång.

Samtliga deltagare hade oanvända produkter i sitt hem, i olika stor utsträckning, och rapporten "Så använder svenskarna" (Myrorna, 2018) visar på att det är så det ser ut i de svenska hushållen. Frågan är inte om problemet existerar utan snarare hur medvetna hushållen är om att det faktiskt gör det och vad som blir problemets konsekvenser om det inte åtgärdas. De strategier och verktyg som testades i denna studie riktar sig till hushållen och angriper problemet inom hushållet, men för att de ska kunna stödja till förändring måste de först nå dit. En insikt från studien är att problemet behöver medvetandegöras i större utsträckning och att detta behöver betraktas som ett första steg i avyttringsprocessen. Således är en mycket viktig funktion hos ett verktyg att det uppmärksammar att problemet finns och med det bidrar till att sätta i gång diskussion och reflektion kring om det faktiskt finns prylar

som inte används i hemmet, varför det är så och om det finns en vilja att göra något åt det. Verktøyen behöver fungera som en trigger för att medvetandegöra problemet.

Påminnelser som kommer utifrån är ett sätt att medvetandegöra. Deltagarna var överens om att påminnelser behövs och att dessa påminnelser behöver komma regelbundet. Hur ofta man önskar påminnelser är individuellt och beror på hur verktøyet påminner, men en testdeltagare uttryckte att "detta måste notas in" vilket sammanfattar denna insikt. Ett av de utvecklade verktøyen som är syftar till att påminna och uppmärksamma är *Broschyren* som skulle kunna vara något som skickas ut till hushållen. Detta verktøy berör dessutom en annan identifierad utmaning, att nå ut med strategierna. Från studien blev det nämligen uppenbart att det inte fanns intresse hos testdeltagarna att införskaffa en produkt som stöttar i att avyttra och cirkulera. Det är också oklart om hushållen i allmänhet själva söker efter verktøy med detta syfte. Det verkar troligare att verktøyen behöver marknadsföras och tillhandahållas hushållen utan att de behöver göra en större ansträngning. Hur denna marknadsföring skulle gå till har inte undersökts i detta arbete utan skulle kunna utforskas vidare, men ett verktøy som *Broschyren* och det i konceptet utvecklade marknadsföringsmaterialet skulle kunna användas. Något deltagarna dock förespråkade var att denna typ av marknadsföring skulle komma från en neutral part, exempelvis från kommunen, vilket skulle öka trovärdigheten. Om ett specifikt företag skulle vara drivande skulle det kunna tolkas mer som ett incitament till att tjäna pengar, snarare än att det är för en samhällsnytta. Detta är viktigt att ta hänsyn till i marknadsföringen, den behöver vara tydlig i sitt syfte och avsändaren behöver vara transparent.

En annan insikt från studien är att rätt motivation behövs för att arbetet ska bli gjort. De verktøy som upplevdes mer motiverande var de som tillförde positiva känslor. Dessa kunde uppkomma genom att verktøyen i sig var roliga att använda, som exempelvis *Brädspelet*, eller genom att de på något vis gav en positiv bekräftelse tillbaka, som exempelvis övningen med guldstjärnorna i Kalendern som gjorde testdeltagaren glad när hon såg att hon använde sina prylar. Flera deltagare tog upp att deras motivation hade kunnat öka ytterligare genom att via ett verktøy kunna mäta

sina framsteg över tid, eller få ett kvitto på vilken nytta deras ansträngning gjort. Att någon form av yttre motivation behövs blev tydligt i studien, men på vilket sätt och till vilken grad är individuellt. Positiva bekräftelser eller belöningar är dock det som verkar fungera. Om upplevelsen blev negativ genom att verktyget provocerade, irriterade eller om uppgiften verkade för betungande och tråkig tappade deltagarna motivation. Något som relaterar till det är insikten att verktygen också bör vara enkla att använda och komma i gång med. Ett exempel var att de korta, enkla övningarna i Uppgiftshäftet och Kortleken uppskattades medan de längre uppgifterna kändes för betungande och valdes bort.

De tre ovannämnda insikterna, att verktygen behöver väcka en motivation, vara enkla att använda och att de dessutom behöver påminna eller trigga användarna med rätt timing bekräftas i studien och knyter an till Foggs modell för beteendeförändring (Fogg, u.å.). Om fler verktyg i framtiden utvecklas kan det vara en fördel att inspireras av denna modell i syfte att facilitera en beteendeförändring.

Preferensen av strategi och verktyg är individuell, vilket också blev tydligt i studien. Vad som fungerar beror på användaren och dess omständigheter. Två verktyg som gjorde detta tydligt var *Karantänlådan* och *Garderobspåsen*. Systemen användes redan av flera deltagare i studien, men deltagarna ville göra det på sitt sätt så att det passade in i deras hem. Istället för att försöka utveckla en produkt som ska tilltala så många som möjligt kan det därför vara bättre att ge konkreta förslag på hur ett system för att uppmärksamma, avyttra och cirkulera kan fungera. Detta kan kopplas till en annan teori kring motivation. Enligt self-determination theory (SDT) (Ryan & Deci, 2000) påverkas motivationens kvalitet av autonomi, kompetens och samhörighet. När dessa tre behov uppfylls ökar möjligheten att människor gradvis kan gå från att utföra ett beteende för att de måste till att göra det till för att de själva vill. Att med ett uppmuntrande stöd utveckla sitt eget system eller verktyg skulle vara ett sätt att internalisera sitt beteende kring avyttringsarbete. Även detta kan vara något att ta inspiration av i en framtida utveckling av verktyg.

Samtliga strategier från forskningen har potential att påverka och vara ett stöd såvida de faktiskt når in i hushållen och utformas på ett sätt så att de uppfyller de ovan nämnda insikterna att de ska vara motiverande genom att uppmuntra, ha en låg tröskel för att komma i gång med och gå att anpassa efter individen. Något som utifrån denna studie verkar ha stor potential är om flera strategier kombineras vilket bekräftar Aasa m.fl. (2026) som drog slutsatsen att det kan vara en fördel att använda strategierna i kombination med varandra för att göra dem mer effektiva då de angriper hinder eller barriärer från flera håll. Kombinationer kan exempelvis ses i *Brädspelet* som knyter an till strategierna *Do it together*, *Make products visible again* och även till viss del *Experiment with the rules*. Verktuget bidrog i hög grad till att starta diskussion, reflektion och engagemang, hos både barn och vuxna. Dessutom upplevde deltagarna som spelade att det var roligt. Det hade varit intressant att utforska fler verktyg av detta slag, både verktyg som uppmuntrar till aktiviteter att göra tillsammans och till samtal kring problemet samt verktyg som kombinerar flera strategier.

Ytterligare ett verktyg som kombinerar strategier är *Broschyren*. Då testperioden sammanföll med början av våren fick *Broschyren* ett fokus på vårstädning, för att knyta an till strategin *Hook into ongoing processes*. Testdeltagarna uppskattade den idén och tyckte att våren var en passande tid för att få en sådan broschyr. Viktigt att påpeka här är att *Broschyren* även anknyter till samtliga av de andra undersökta strategierna genom att ge tips och inspiration till aktiviteter om hur man upptäcker, hur man kan rensa, vad man kan göra tillsammans och att det kan vara bra att sätta upp egna regler i hushållet. *Broschyren* är sammanfattningsvis ett förslag på en guide till cirkularitet.

Hook into ongoing processes som strategi kan vara mycket användbar och effektiv i sig själv då den syftar till att skapa ett följdbeteende när något annat redan är på gång. Det finns många processer och händelser att knyta an avyttringsbeteende till. Förutom våren och andra säsongskiften kan andra exempel vara att i samband med däckbyte så går man igenom en del av eller hela garaget, eller något ännu mindre som att när man städar gör man det med ett kritiskt öga och funderar på om vissa

prylar faktiskt bara står och samlar damm. Strategin kan dock förstärkas med andra strategier för att göra den än mer effektiv. En kombination av strategin *Hook into ongoing processes* och *Experiment with the rules* borde vara mycket effektiv för hushåll som önskar förändra sitt beteende och bli mer cirkulära. Genom att knyta an redan existerande hushållsrutiner eller speciella dagar till någon form av avyttringsarbete kan en ny rutin skapas utan att det blir ett för stort arbete på en gång. Om hushållen dessutom själva skapar dessa regler och rutiner får de möjlighet att fundera över och diskutera vad som passar i just deras hushåll och på så sätt göra dem accepterade.

I detta arbete har långtidseffekter inte kunnat utforskas praktiskt på grund av arbetets tidsbegränsning. Under intervjuerna diskuterades ämnet långsiktig förändring och deltagarna ansåg att det inte räcker med att bara göra punktinsatser utan det behöver bli någon form av kontinuerlig rutin kring avyttringsarbete. Ett verktyg som uppmanar till aktiviteten att knyta an redan existerande hushållsrutiner eller speciella dagar till någon form av avyttringsarbete denna aktivitet är något som hade varit intressant att utforska vidare och utveckla och sedan testa i en längre studie för att undersöka långtidseffekten.

Slutkonceptet i detta arbete blev inte en enskild produkt utan i stället en sammanställning av många av prototyperna, något förfinade, i form av en hemsida. Genom att erbjuda ett antal olika verktyg som knyter an till olika strategier kan sannolikheten att tilltala individer med olika preferenser öka. Det finns verktyg som passar olika personer, men också verktyg som själva kan anpassas för att ytterligare personalisera dem.

Hemsidan marknadsförs via en kampanj där en broschyr skickas ut till hushåll parallellt med annonsering på offentliga platser som exempelvis i kollektivtrafiken. Detta är ett tänkbart sätt är att uppmärksamma och påminna allmänheten om problemet och samtidigt guida dem till att få tillgång till verktygen digitalt. Hemsidan skulle kunna vara ett pågående projekt och kanske utvecklas till mer av ett community där användarna kan tipsa varandra om bra strategier för avyttring och

cirkulation. Hemsidan har ännu inte realiserats utan är i dagsläget ett teoretiskt koncept som behöver arbetas vidare på utanför ramarna för detta arbete.

En ytterligare idé för att nå hushållen som hade varit intressant att utforska och arbeta vidare med är att försöka introducera *Brädspelet* genom skolan. Detta för att engagera barn och unga och genom dem även nå ut till vuxna, vilket är något som testdeltagarna som spelade faktiskt upplevde. Exempelvis kan barnen få med sig detta som en hemuppgift i samband med en temavecka för hållbarhet. För att det ska vara realistiskt måste det passa in i läroplanen och eventuellt behöver spelet anpassas ytterligare.

Båda dessa vägar framåt har som syfte att påverka problemet som ligger till grund för detta arbete, både på kort och lång sikt. Studien i arbetet visar att avyttring och cirkulation inte ännu är något som är en självklarhet i hushållens vardagsrutiner. Det finns dock möjligheter till förändring och denna studie ger flera förslag på verktyg som har potential att fungera i hushållen. En förutsättning är dock att de ska nå in och att problemet medvetandegörs och börjar ageras på.

7.3 Hållbarhetsanalys

År 2015 antog FN:s medlemsländer Agenda 2030, en universell agenda för hållbar utveckling som innehåller sjutton globala mål som ska uppnås till år 2030. Ett av målen är "Hållbar konsumtion och produktion", där ett av delmålen är att öka allmänhetens kunskap om hållbara livsstilar (Svenska FN-förbundet, 2023).

Arbetet är starkt kopplat till hållbarhetsfrågan och anknyter till ett av FN:s globala mål, att öka allmänhetens kunskap om hållbara livsstilar (UNDP Sverige, 2024), därav är en hållbarhetsanalys relevant för att diskutera om det är rättfärdigat att tillverka fler produkter, för att få andra produkter att cirkuleras i högre grad.

Eventuella miljökostnader från presenterat slutkoncept är driften av en webbplats och utsläpp som kommer från det, samt påverkan av det tryckta materialet och dess transport. För tryckt material påverkar utvinning av råmaterial för, samt tillverkning av, papper och färg, distribution av dessa som fördelaktligen återvinns efteråt.

Förhoppningen är att de negativa miljöeffekterna mer än vägs upp av positiva effekter som inte hade skett utan implementeringen av slutkonceptet. Den eventuella miljönyttan är att befintliga resurser utnyttjas i högre grad genom cirkulation och återanvändning. Det var därav intressant att undersöka hur extra utsläpp från konceptet påverkar jämfört koldioxidbesparingen av att cirkulera produkter. Presenterade värden för CO₂-ekvivalenter är grova uppskattningar, men kan ändå bidra till att skapa en bild för storleksordningen av miljöpåverkan.

Papper och kartong släpper ut mellan 1,21 – 1,34 kg CO₂e per kg där dess transport är försumbar då pappret printas relativt lokalt, exempelvis i samma kommun, (Ansys Inc., 2024). Då ett A4, som *Broschyren* printas på, vanligen väger cirka 5 gram kan utsläppen avrundas till mellan 6 och 7 g CO₂e per A4.

Det globala genomsnittet för utsläpp från webbsidor är 0,36 g CO₂ per sidvisning, men blir ofta upp mot tio gånger högre (Mahoney m.fl., 2025). Om den högre siffran för webbsideutsläpp antas, det vill säga 3,6 g CO₂e per sidvisning, blir totalen per person som både kikat på hemsidan och fått en broschyr hemskickad cirka 10 g CO₂e. Det är dock inte medräknat övrigt marknadsföringsmaterial, eventuella utskrifter av verktyg eller då hemsidan återbesöks av samma person, men det skulle troligen inte heller höja totalen märkbart per person totalt sett.

Jämförelsevis sparas avsevärt mer av att en produkt cirkuleras i stället för att en nyproducerad köps, en secondhand t-shirt sparar ungefär 2 kg CO₂e, ett par jeans sparar 9 kg CO₂e och en klänning 15 kg CO₂e (Myrorna, 2024). Det vill säga behöver ungefär 1 av 200 personer cirkulera en t-shirt, eller 1 av 1500 cirkulera en klänning, för att väga upp mot konceptets negativa miljöpåverkan.

8. Slutsatser

Denna studie visar att medvetandegörande och påminnelser behöver vara ett första steg i avyttringsprocessen, utan det når övriga verktyg och strategier inte fram till hushållen, vilket är en förutsättning för de ska kunna bidra till stöd till förändring. Därefter bör en mängd vägledande verktyg tillhandahållas, som stödjer olika delar av processen och som kan anpassas efter individen. Dessa verktyg behöver marknadsföras och distribueras till hushållen utan att de själva behöver söka upp dem. Avsändaren, som med fördel är en neutral part, behöver vara tydlig i sitt syfte och transparent med sina incitament.

Strategier och verktyg fungerar olika bra beroende på användaren och dess behov. Strategier som har visat stor potential i denna studie är *Hook into ongoing processes*, och *Do it together* genom verktyget *Broschyren* respektive *Brädspelet*. Dessa var dock enbart huvudstrategier i dessa verktyg och kombinerades med samtliga andra. Slutsatsen blir att ett verktyg som utvecklas bör angripa problemet från flera håll genom en kombination av flera strategier för att bli mer effektivt. Att kombinera *Hook into ongoing processes* med *Experiment with the rules* för att facilitera en långsiktig förändring är något som verkar lovande men som behöver studeras vidare och testas med långtidsuppföljning.

Verktygen bör utformas så att de väcker motivation genom uppmuntran och eventuellt också tillföra någon form av belöning. Dessutom behöver de ha en låg ingångströskel för att ta till sig informationen och komma i gång med arbetet. För att arbetet ska initieras behövs en tydlig trigger. Detta knyter an till Foggs modell för beteendeförändring (Fogg, u.å.) och kan vägleda framtida verktygsutvecklare.

De utvecklade verktygen i detta arbete är olika sätt att förkroppsliga strategierna och kan göras i många format, vad som passar olika personer är återigen individuellt. Därav dras slutsatsen att det är bättre att ge många idéer som användare kan inspireras av, i stället för att välja ett eller några få format. Att uppmuntra hushållen

att utifrån dessa utveckla egna rutiner och system kan dessutom bidra till att beteendet internaliseras och blir långsiktigt.

Det slutliga konceptet är ett förslag på hur verktygen kan samlas och presenteras. För att kunna dra ytterligare slutsatser kring om slutkonceptet är en bidragande lösning till att hushållen ska börja ställa om till att bli mer cirkulära behöver fler och mer omfattande studier genomföras. Insikterna från detta arbete kan användas som en grund att utgå ifrån i vidare forskning.

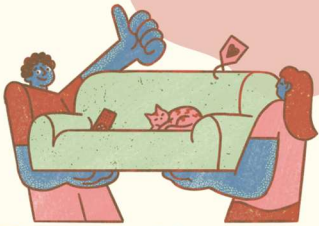
9. Referenser

- Aasa, K., Huys, J., Strömberg, H., & Rexfelt, O. (2026). *Unlocking dormant products: Systemic leverage points and design strategies for household circularity* [Submitted manuscript]. <https://doi.org/10.21606/drs.2026.1218>
- Ansys Inc. (2024). *Ansys GRANTA EduPack*. Ansys, Inc. www.ansys.com/materials
- Chalmers University of Technology. (2022, november 16). *Mining garage gold - exploring and expanding potentials for increased reuse in Swedish households*. <https://research.chalmers.se/en/project/10443>
- FM Reklam. (u.å.). *Window Panel*. Hämtad 10 maj 2026, från <https://fmreklam.se/produkt/windowpanel/>
- Fogg, B. (u.å.). *Fogg Behavior Model*. Hämtad 10 maj 2026, från <https://www.behaviormodel.org/>
- Hessing, T. (u.å.). *Affinity Diagram (or K-J method)*. Hämtad 28 april 2026, från <https://sixsigmastudyguide.com/affinity-diagram/>
- Mahoney, D., Terras, M., Lee, J., & Zeller, F. (2025). The growing environmental impact of COP websites: An analysis of UNFCCC COP host country websites (1995–2025). *PLOS Climate*, 4(11), e0000767. <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PCLM.0000767>
- Myrorna. (2018). *Så använder svenskarna*.
- Myrorna. (2024). *Second hand-rapporten 2024*.
- Myrorna. (2025). *Second hand-rapporten 2025*.
- Nilsson, K. (2025). *Hidden Treasures: Why households retain unused products and opportunities to bring them back into use*.
- Nilsson, K., Strömberg, H., & Rexfelt, O. (2025). Why Your Storage is Always Full: Identifying Design Opportunities to Support Divestment of Households' Unused Products. *International Journal of Design*, 19(1), 95–108. <https://doi.org/10.57698/v19i1.06>
- Nilsson, K., Strömberg, H., Rexfelt, O., Ljungberg, E., & Sköld, S. (2023). *Nostalgia, gift, or nice to have – an analysis of unused products in Swedish households*. 723–728. <https://aaltodoc.aalto.fi/server/api/core/bitstreams/a100c890-8de2-4428-a220-1e37e0ab49a9/content>

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Svenska FN-förbundet. (2023). *Globala målen för hållbar utveckling*. <https://fn.se/globala-malen-for-hallbar-utveckling/>
- UNDP Sverige. (2024, december 3). *Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion - Globala målen*. <https://globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/>
- Västtrafik. (u.å.). *Reklam i kollektivtrafiken*. Hämtad 10 maj 2026, från <https://www.vasttrafik.se/foretag/reklam-i-kollektivtrafiken/>
- Wikberg Nilsson, A., Ericson, A., & Törlind, Peter. (2021). *Design : process och metod*. Åsa Wikberg Nilsson; Åsa Ericson; Peter Törlind. Studentlitteratur.

Bilagor

Bilaga A: Broschyr för cirkularitet under vårstäd



Tillsammans kan ni göra stor skillnad – både för hemmet och miljön.

Gör det tillsammans!

Allt blir roligare när man gör det ihop.

- Gör en rensningsutmaning i familjen
- Ordna en gemensam städdag i bostadsområdet
- Bjud in till en kläd- eller prylbytarfest

Avsluta med fika eller grillning!

Gör cirkulation till vardag!

Dags för nya regler?

- Testa "en in - en ut"-regeln: när något nytt kommer in, lämnar något gammalt.
- Vill köpa nytt, ställ dig frågan om du verkligen behöver det? (kolla alltid second hand först)
- Städa inte undan dina prylar när du får gäster, då glöms de ofta bort
- Gör regelbundna rensningar, passa på vid tillfällen du ändå letar i ditt förråd

Varje liten insats gör hemmet lite lättare

Vårens checklista

Hur många du kan bocka av?

- ☐ Rensat garderoben
- ☐ Gått igenom kökslådor
- ☐ Sorterat gamla elektronikprylar
- ☐ Samlat saker att skänka
- ☐ Lämnat till återvinning
- ☐ Lagt ut saker till försäljning

Tack för att du cirkulerar!

Mer information

Vill du ha mer information? På hemsidan finns verktyg som kan användas både när du håller på att rensa ut och för att göra vardagen mer cirkulär.

Det finns också kartlagt var i din närhet du kan donera eller sälja prylar!



www.hemsida.se

En guide till cirkularitet

Logga från distributör

DAGS FÖR VÅRSTÄD!



Logga från distributör

Din insats är viktig

Varför vårstädning?

Du har fått den här broschyren som en påminnelse om något du kan göra för att ta vara på jordens resurser. Att vårstäda kan vara ett första steg mot en cirkulär vardag.

I ditt hem gömmer sig troligen en del saker som du av någon anledning inte använder längre. Att rensa bort sådana skapar plats för lugn, ordning och nya möjligheter.



Att cirkulera sparar både resurser och minskar avfall

Låt saker få ett nytt liv

Det du inte längre behöver kan vara värdefullt för någon annan. Att skänka eller sälja saker ger dem ett nytt liv - och minskar avfall. Att återanvända prylar är alltid bättre än att återvinna!

Börja inte med allt på en gång, att bli cirkulär är en process!

Ett steg i taget

Första steget är att göra en utrensning:

- Välj ETT begränsat utrymme i ditt hem, ett skåp, en låda i förrådet eller liknande
- Gå igenom sakerna du hittar
- Fråga dig själv: "Har jag använt detta det senaste året?"
- Tips! Sätt en timer på 20 minuter och rensa snabbt utan att överanalysera.

Sortera!

Sortera prylarna du hittar i olika kategorier för att bestämma vad du vill göra med dem.

Spara och använd!
Behöver något repareras eller lagas?

Sälj online eller på en loppis.

Använda

Sälja

Skänka

Återvinna

Skänk till välgörenhet eller ge till nära och kära.

Återvinn om prylen är förbrukad. Är du helt säker?



Att cirkulera kräver en insats, men det är värt det!

Gör sakerna redo att flytta

Gör iordning dina prylar: Tvätta klädesplagg, gör rent prylen, se över funktioner. Detta är viktigt oavsett om du säljer eller skänker.

Följ instruktioner för försäljning på respektive försäljningsplats.

Ju mer arbete du vill göra själv, desto högre förtjänst blir det oftast.

Leta rätt på rätt plats för cirkulation - onlinesida, loppis, kommissionsbutik. Sök på google!

Tips på var du kan:

sälja

- Blocket
- Tradera
- Vinted
- Sellpy
- Loppisar

skänka

- Myrorna
- Erikshjälpen
- HUMANA
- Björk & Frihet

Sök upp vad som finns i din närhet!

Bilaga B: Marknadsföringsmaterial

Har du något du inte använder?

Cirkulera!

Att vara cirkulär innebär att ta vara på jordens resurser. Dina oanvända saker kan få nytt liv hos någon annan.
Läs mer på [hemsidan!](https://www.hemsida.se)



www.sida.se

Har du något du inte använder?

Cirkulera!

Att vara cirkulär innebär att ta vara på jordens resurser. Dina oanvända saker kan få nytt liv hos någon annan.
Läs mer på:

www.hemsida.se



Bilaga C: Uppgifter till praktiskt avyttringsarbete

Skicka vykort

- Skicka ett vykort till fem personer som du vill uppmana att börja cirkulera sina prylar.
- Skicka med ditt bästa tips om hur man kan göra (eller ta någon av idéerna i detta häftet).

Halvera utrymme

- Välj ett begränsat utrymme, exempelvis en skrivbordslåda/garderoben/byrålåda. Föreställ dig att av någon anledning krymper utrymmet till hälften.
- Markera det på mitten och bestäm vilken sida som "försvinner". Vad vill du behålla från "ta bort"-sidan? Byt ut det med saker från "behåll"-sidan. Allt som ska behållas ska få plats på "behåll"-sidan. Ta en bild på hur du har sorterat!
- Efteråt:
 - Reflektera: Vad vill du göra med "ta bort"-sidan?
 - Finns det något mer utrymme du vill göra denna uppgift på?
 - Take action: använd, sälj, skänk, återvinn.

Alla god ting är 3

- Leta reda på tre olika saker i ditt hem:
 - en som du vill skänka till en vän,
 - en sak du vill sälja,
 - en sak du vill lämna till välgörenhet.
- Gör iordning prylarna så att de är i ett skick att cirkulera vidare.
- Take action enligt de val du gjort!

Låtsasflytten

- Föreställ dig att du av någon anledning kommer behöva flytta och i ditt nya hem finns det inte möjlighet att förvara lika mycket, du kommer inte heller ha möjlighet att hyra ett extra förråd.
- Utan att tänka för mycket, markera, med till exempel tejp eller post-it-lappar, sakerna du skulle kunna tänka dig att göra dig av med.
- När du är klar, ta en bild på förrådet med de markerade sakerna
- Fundera på om de saker som inte är markerade skulle få plats i ditt nya förråd.
- Reflektera över sakerna du har markerat, är detta saker du skulle vilja behålla eller kan du göra något annat med dem?
- Take action: använd, sälj, skänk, återvinn.

Tömma lådan

- Välj ut ett skåp, en låda eller annat där du vet att du förvarar prylar. Ta ut alla prylar, som om du skulle göra rent utrymmet.
- Samla sakerna du har tagit fram och placera alla synligt på ett bord/i en hög på golvet/i en stor låda. Låt sakerna stå framme i 1-2 veckor. Ta saker från högen när du använder den. Denna sak får sedan ställas tillbaka i skåpet eller placeras på ett annat ställe.
- Efter 1-2 veckor:
 - Vad finns kvar i högen? Ta en bild!
 - Hur ser lådan/skåpet ut nu? Ta en bild!
 - Gå igenom sakerna som är kvar, vad vill du göra med dem nu?
 - Take action: använd, sälj, skänk, återvinn

Dags för fest

- Ordna en kläd- eller prylbytarfika/middag/fest tillsammans med några vänner.
- Alla tar med 3-5 plagg eller prylar som de kan tänka sig att byta bort, alla får med sig minst ett plagg eller pryl hem.
- Vill ingen ha plaggen/prylarna - hjälps gemensamt åt att lägga ut till försäljning, eller skänk till välgörenhet.

Bilaga D: Utskrivbart familjespel om cirkularitet

Oj! Vad hittade du nu?

– Ett spel som hjälper dig att (åter)upptäcka alla prylar som gömmer sig i ditt hem

Hur mycket där hemma har bara blivit... osynligt?
Saker i lådor skåp, förråd eller som helt enkelt har blivit en del av bakgrunden och inte längre används.
Det här spelet hjälper dig att få syn på dem igen.

Kanske hittar du något att börja använda igen
eller något att faktiskt släppa taget om?

Samtidigt väcker spelet tankar och samtal:
Hur tänker vi kring våra saker?
Rensar vi ut och låter dem cirkulera?
Har vi några rutiner – eller behöver vi skapa nya?

Ett lekfullt sätt att utforska ditt hem, utmana gamla vanor och ge dina prylar en ny chans!



Använd!

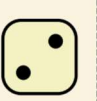
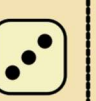
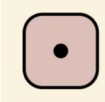
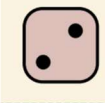
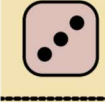
Hittar du saker som inte blivit använda på länge, varför inte ge dem ett nytt försök?
Är du osäker på om du kommer använda dem mer – fundera på vem som skulle kunna vilja det!

Ge bort!

Skänk prylar till en vän, släkting, granne – till den person som prylen skulle vara en skatt för!
Skänk till välgörenhet, prylen kan vara en skatt för någon annan

Sälj!

Det finns många ställen att sälja på, beroende på vad det är för pryl
Ju mer arbete du vill göra själv, desto högre förtjänst blir det oftast
Om prylen ska säljas måste den göras iordning för försäljning. Tvätta klädesplagg, gör rent prylen, se över funktioner...

						
	Ge ett förslag på en regel/ rutin vid inköp av något nytt till ert hushåll	Ge ett förslag på en regel/ rutin för att cirkulera kläder i ert hem	Skriv upp 3 fördelar med att cirkulera prylar	Skriv upp 3 tre olika platser där man kan sälja saker	Hitta 1 pryl du skulle vilja byta ut till en ny	Hitta 1 "onödigt pryl" som du äger
	Ge ett förslag på fyra tillfällen under ett år som det passar er att rensa i ert hushåll	Ge ett förslag på vad ni kan göra för att inte glömma bort prylar ni äger	Skriv upp 3 anledningar till varför saker som kan återbrukas slängs istället	Vad vill du ha som du skulle kunna köpa begagnat? Skriv upp 3 saker!	Hitta någon pryl i köket som inte används	Hitta 1 "onödigt pryl" som personen till vänster om dig äger
	Skriv upp 3 saker som hindrar cirkulation i (ditt) hushåll	Skriv upp 3 fördelar med att vara flera som delar på prylar	Skriv upp 3 känslor som ett överfullt förråd väcker	Skriv upp 3 aktiviteter du skulle vilja göra för pengar från försäljning av oanvända prylar	Hitta 1 möbel du skulle kunna sälja exempelvis på Blocket	Hitta 1 pryl som du inte använder men ändå har behållt
	Skriv upp 3 känslor som ett luftigt och organiserat förråd väcker	Skriv upp 3 kreativa sätt att återanvända gamla/trasiga kläder hemma?	Skriv upp 3 tre olika platser där man kan skänka saker	Skriv upp 3 fördelar med att äga färre prylar/använda alla prylar du äger	Hämta 1 pryl du tror du kan sälja till högt pris på exempelvis Tradera	Hitta 1 "onödigt pryl" som personen till höger om dig äger
	Hitta 1 pryl som du tror personen till vänster om dig inte använder	Hitta 3 prylar i ett förråd som du vill skänka eller sälja	Hitta en pryl du vill slänga. Kom på minst 1 sak du skulle kunna göra med den istället	Hitta 1 pryl ni har flera av, som skulle kunna delas i familjen istället	Hitta något du köpt begagnat!	Hitta 3 plagg i din garderob som du tröttnat på eller som inte längre passar som du vill sälja eller skänka
	Hämta 1-3 böcker i hemmet som någon annan skulle vilja läsa	Hitta 1 pryl i hemmet som ett annat barn skulle kunna få användning för	Hitta 3 prylar du skulle kunna sälja på loppis	Hitta 1 pryl som du tror personen till höger om dig inte använder	Hitta 1 pryl i hallen som inte används	Hitta 1 elektronikpryl du inte använt det senaste året

Spelregler

Förberedelser:

- Ta fram timglas/timer, 2 tärningar, anteckningsblock och penna
- Bestäm vilken tärning som motsvarar vilken rad
- Bestäm om ni vill spela som ett samarbete, eller tävling samt om ni vill spela enskilt eller i lag
- Om ni tävlar, bestäm hur många poäng som leder till vinst (exempelvis först till 10 poäng)
- Bestäm om ni vill ha en tidsgräns för uppgifterna, lämplig tid kan vara 1-3 minuter

Hur ni spelar:

1. Den yngsta personen börjar att slå tärningarna
2. Läs av vilken ruta tärningarnas slag motsvarar
3. Gör utmaningen som står i rutan (med eller utan tidsgräns), förklara och motivera dina/era val!
4. Resten av spelarna bestämmer om du/ni klarat utmaningen eller inte – diskussioner uppmuntras!
5. Om uppgiften bedöms godkänd får du/ni poäng
6. Turen går sedan vidare till nästa spelare

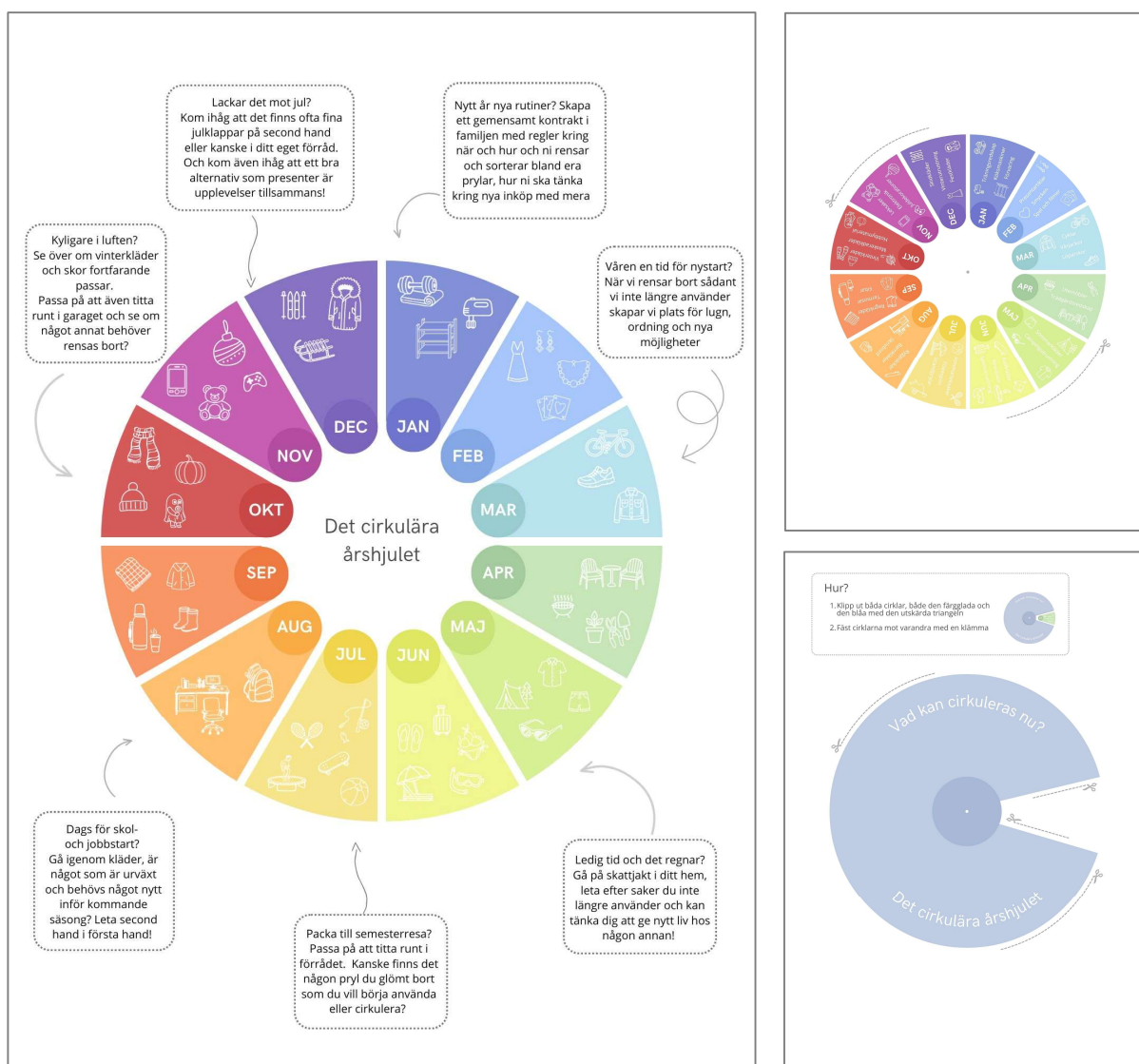
Obs! Det gör inget om samma uppgift utförs av olika personer men om en person får samma uppgift får den slå om tärningarna

Tips!

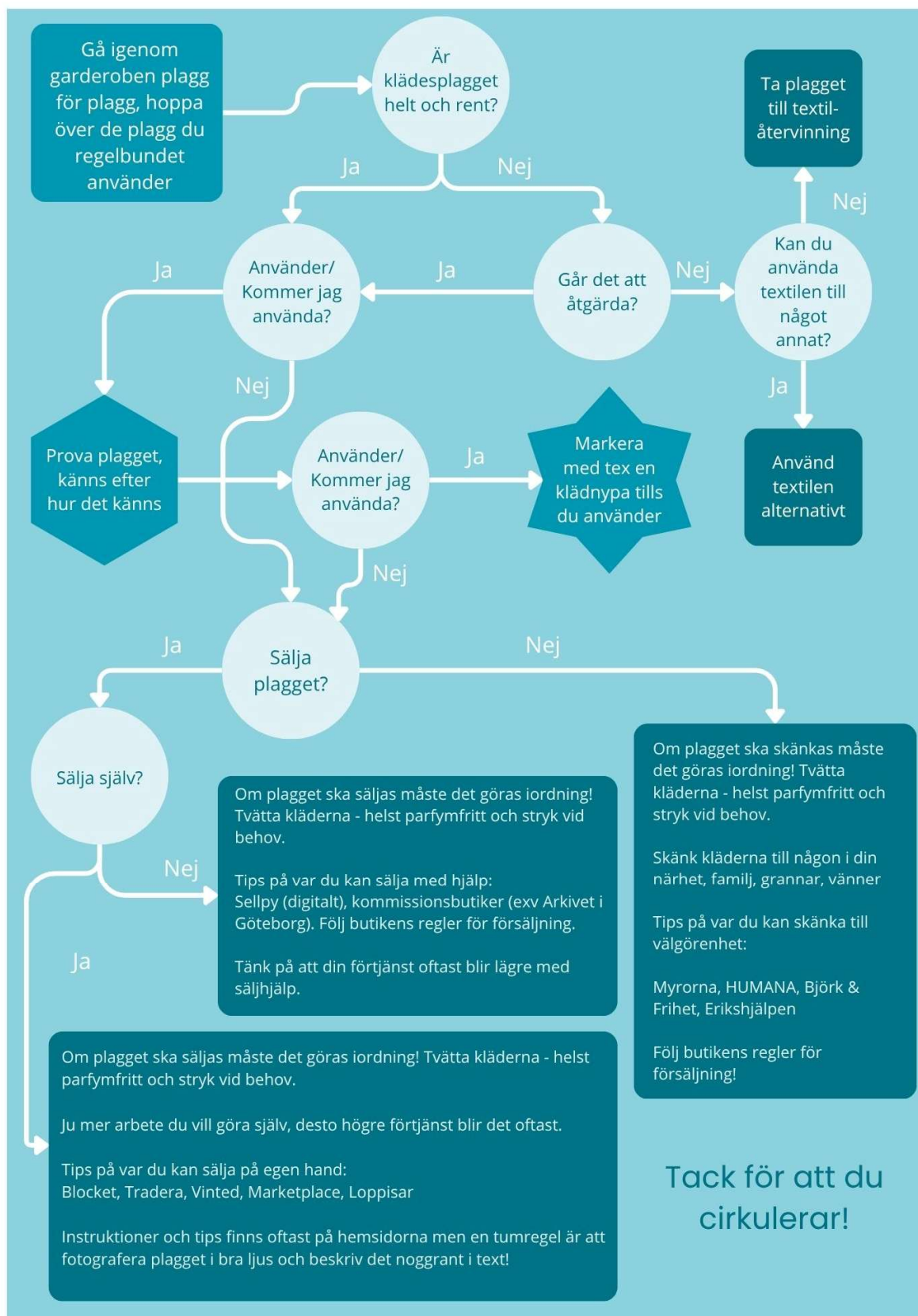
- Om prylen är för stor att hämta, skriv upp, fota eller visa den istället.
- Följ gärna med varandra under uppgifterna
- Anpassa uppgifterna efter barn om det behövs

Bilaga E: Det cirkulära årshjulet

Nedan syns *Årshjulspostern*, den större bilden till vänster, och *Årshjulssnurran*, de två mindre bilderna till höger.



Bilaga F: Flödesschema för kläder





CHALMERS