



CHALMERS

Returlogistikens utmaningar och strategier inom den svenska modebranschen

En studie av utvecklingen från 2014 fram till den nya textilavfallslagen 2025

Examensarbete för teknologie kandidatexamen i Internationell Logistik

NICOLINA MOBERG
SWEL TOUMA

**INSTITUTIONEN FÖR TEKNIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
AVDELNINGEN FÖR TEKNIK, VETENSKAP OCH SAMHÄLLE**

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, 2025
www.chalmers.se

Returlogistikens utmaningar och strategier inom den svenska modebranschen

En studie av utvecklingen från 2014 till den nya
textilavfallslagen 2025

NICOLINA MOBERG
SWEL TOUMA

TEKNIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
Avdelning för TEKNIKEN, VETENSKAP OCH SAMHÄLLE
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, Sverige 2025

Returlogistikens utmaningar och strategier inom den svenska modebranschen

En studie av utvecklingen från 2014 till den nya textilavfallslagen 2025

NICOLINA MOBERG
SWEL TOUMA

© NICOLINA MOBERG, 2025

© SWEL TOUMA, 2025

Teknikens ekonomi och organisation
Chalmers tekniska högskola
412 96 Göteborg
Sverige
Telefon + 46 (0)31-772 1000

Göteborg, Sverige 2025

Göteborg, Sverige 2025

Returlogistikens utmaningar och strategier inom den svenska modebranschen

En studie av utvecklingen från 2014 till den nya textilavfallslagen 2025

NICOLINA MOBERG

SWEL TOUMA

Institutionen för Teknikens ekonomi och organisation

Chalmers tekniska högskola

SAMMANFATTNING

I januari 2025 infördes en ny lag som gav kommunen ett formellt ansvar att sortera textilavfall separat. Syftet med studien är att belysa utmaningar och strategier med returlogistik inom den svenska modebranschen i samband med införandet av lagen. Studien kommer även att förklara hur svenska modebranschens utmaningar och strategier inom returlogistik har utvecklats under det senaste decenniet. Metoden som används för att genomföra studien är kvalitativ, och inkluderar dokumentforskning och forskningsintervjuer. Resultatet visar att modeföretag står inför utmaningar såsom ökade kostnader, oförutsägbara returvolymmer och svårigheter att balansera kundnöjdhet med hållbarhet, samtidigt som nya lagar ställer krav på förändring av returlogistiken och öka och miljöansvaret. Företagens strategier inkluderar exempelvis utveckling av mer proaktiva, datadrivna och hållbarhetsfokuserade returstrategier genom exempelvis *outsourcing*, cirkulära lösningar och samarbeten för att uppfylla nya regelverk och stärka konkurrenskraften. Den nya textilavfallslagen påverkan på modeföretagens returstrategier kommer att bli tydligare när producentansvaret införs och därmed bli en drivkraft mot mer hållbara lösningar. Slutsatsen är att modeföretagens returhantering har utvecklats från kundfokuserade och kostnadsdrivna strategier till mer hållbarhetsinriktade och lagstyrda, där den nya lagen inte visar en omedelbar förändring utan är en start mot mer hållbara affärsmodeller.

Nyckelord: Ekonomisk hållbarhet, ekologisk hållbarhet, utmaningar returhantering, strategier returhantering, textilavfallslag 2025, hållbar returhantering, e-handelsreturer, svenska modebranschen.

Abstract

In January 2025, a new law was introduced that gave the municipalities a formal responsibility to sort textile waste separately. The purpose of the study is to highlight challenges and strategies with return logistics within the Swedish fashion industry in connection with the introduction of the law. The study will also explain how the Swedish fashion industry's challenges and strategies within return logistics have developed over the past decade. The method used to conduct the study is qualitative and includes documentary research and research interviews. Results shows that fashion companies are facing challenges such as increased costs, unpredictable return volumes and difficulties in balancing customer satisfaction with sustainability, while new laws require changes to reverse logistics and increase and environmental responsibility. The companies' strategies include, for example, the development of more proactive, data-driven and sustainability-focused return strategies through, for example, outsourcing, circular solutions and collaborations to meet regulations and strengthen competitiveness. The impact of the new textile waste law on fashion companies' return strategies will become clearer when producer responsibility is introduced and become a driving force towards more sustainable solutions. The conclusion is that fashion companies' reverse logistics management has evolved from customer-focused and cost-driven strategies to more sustainability-oriented and law-driven ones, where the new law does not show an immediate change but is a start towards more sustainable business models.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	Inledning.....	1
1.1.	Bakgrund.....	2
1.2.	Syfte.....	5
1.3.	Frågeställningar.....	5
1.4.	Avgränsningar.....	5
2.	Teori.....	6
2.1.	Ekologisk hållbarhet.....	6
2.2.	Ekonomisk hållbarhet.....	7
2.3.	Motivering och användning av ekologisk och ekonomisk hållbarhet.....	7
3.	metod.....	9
3.1.	Kvalitativ forskning.....	9
3.2.	Dokumentforskning.....	9
3.3.	Forskningsintervjuer.....	10
3.4.	Etiska aspekter.....	10
3.5.	Material.....	11
4.	Resultat.....	12
4.1.	Utmaningar med returhantering 2014–2024.....	12
4.1.1.	Ekonomiska och logistiska utmaningar, 2014–2016.....	12
4.1.2.	Ekonomiska och logistiska utmaningar, 2024.....	13
4.1.3.	Utveckling av ekonomiska och logistiska utmaningar.....	15
4.1.4.	Ekologiska utmaningar, 2014–2016.....	15
4.1.5.	Ekologiska utmaningar, 2024.....	16
4.1.6.	Utveckling av ekologiska utmaningar.....	17
4.1.7.	Utmaningar relaterade till implementering av nya lagar/regler, 2014–2016.....	18
4.1.8.	Utmaningar relaterade till implementering av nya lagar/regler, 2024.....	18
4.1.9.	Utveckling av utmaningar relaterade till implementering av nya lagar/regler.....	19
4.2.	Returhanteringsstrategier 2014–2024.....	19
4.2.1.	Strategier och perspektiv, 2014–2016.....	19
4.2.2.	Strategier och perspektiv, 2024.....	21
4.2.3.	Strategisk utveckling över tid.....	22
4.2.4.	Ekonomiska och ekologiska aspekter kopplat till returhanteringsstrategier, 2014–2016.....	22
4.2.5.	Ekonomiska och ekologiska aspekter kopplat till returhanteringsstrategier, 2024.....	23
4.2.6.	Utveckling av ekonomiska och ekologiska aspekter – returstrategier.....	24
4.2.7.	Strategier vid anpassning till nya regler och lagar 2014.....	24
4.2.8.	Strategier vid anpassning till nya regler och lagar 2024.....	25

4.2.9. Utveckling av strategier relaterade till implementering av nya lagar/regler	26
4.3. Sammanfattade utmaningar och strategier med grund i tidigare studier, 2014–2024...	26
4.4. Intervjuer med kommuner och expert inom området.....	28
4.4.1. Expert från högskolan i Borås	29
4.4.2. Göteborgs stad.....	30
4.4.3. Kungälv kommun.....	32
5. Diskussion	33
5.1. Diskussion om studiens teoridel.....	33
5.1.1. Framtidsperspektiv	33
5.2. Diskussion om studiens metod	34
5.3. Diskussion om studiens frågeställningar	35
5.3.1. Hur har modeföretagens utmaningar och strategier inom returhantering förändrats från mitten på 2010-talet till 2024?	35
5.3.2. Hur påverkar den nya textilavfallslagen från 2025 modeföretagens returhanteringsstrategier och vilka utmaningar medför den?.....	38
6. Slutsatser	42
6.1. Identifierade utmaningar kopplade till returhantering – slutsatser och reflektioner	42
6.2. Identifierade strategier kopplade till returhantering – slutsatser och reflektioner	43
6.3. Bedömning av resultat och metod.....	44
6.4. Rekommendationer till fortsatt arbete.....	44
Källförteckning.....	45

TABELLFÖRTECKNING

Tabell 1 – Sammanfattning över utmaningar	27
Tabell 2 – Sammanfattning över strategier	28

FÖRKORTNINGAR OCH BEGREPP

3PL	Third party logistics
CSR	Corporate Social Responsibility
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
EPR	Extended Producer Responsibility
SDG	Sustainable Development Goals
TBL	Triple bottom line

1. INLEDNING

SVT's program Uppdrag granskning avslöjade år 2017 att flera av Sveriges modejättar bränner tonvis av användbara klädesplagg årligen (Fegan, 2017). I flera fall innehåller stora delar av textilhögarna som bränns just returnerade klädesplagg (Roberts et al., 2023). Trots att plaggen är i gott skick. Även om förbränning av klädesplagg medför betydande miljömässiga konsekvenser har den ekonomiska vinningen länge varit en avgörande faktor för modeföretagens val av hantering. Det är miljön som får bära den största konsekvensen. Naturvårdsverket (2024) nämner att den cirkulära ekonomin inte främjas när kläder bränns eftersom resurser inte kan nyttjas på möjliga nivå. Vid tillverkning av kläder krävs det betydande resurser så som råvaror, stora mängder vatten, kemikalier och energi vilket i sin tur orsakar utsläpp till luft, mark och vatten. Vid förbränning av kläder går dessa resurser förlorade (Naturvårdsverket, 2024). Många företag har haft som strategi att bränna eller deponera stora delar av sitt textilavfall (inklusive returnerade varor) men nu har regeringen satt stopp för det.

Under tidsperioden 2014–2024 har flertalet initiativ och lagar presenterats som berör cirkulär textil och år 2025 infördes sorteringskravet och EU-direktivet blev svensk lag. Sedan 1 januari 2023 är det ett krav på att kommunerna och större företag med eget avfallsansvar separerar insamlingen av textilavfall från annat avfall (Naturvårdsverket, 2024). Att separera textilavfallet innebär att företagen nu måste samla in textilavfall och sortera ut avfallet. Regeringskansliet (2020) hävdar att lagkravet markerar en tydlig brytpunkt i hur returstrategier måste utformas framöver. Att bränna plaggen i lika stor utsträckning är inte längre ett alternativ. Den nya textillagen är en pusselbit för att främja cirkulära strategier och minska behovet av ny produktion, vilket bidrar till ökad cirkulär textil (Naturvårdsverket, 2024).

Den här studien undersöker hur nya regelverk och lagar påverkar utmaningar och strategier i returlogistiken inom tidsperioden 2014–2025. Studien utgår ifrån tidigare forskning för att identifiera utmaningar och strategier som historiskt använts på mitten av 2010-talet samt vilka utmaningar strategier som nu blivit aktuella 2024. Vidare intervjuas en expert och två kommuner angående implementeringen av den nya textilavfallslagen.

1.1. Bakgrund

Digitaliseringen och specifikt e-handeln är en stor del av dagens modebransch och ett sätt för producenten att nå fram till konsumenten (Casciani et al., 2022). Förutom att e-handels framväxt förändrat hur modeföretagen når ut till sina kunder, har e-handeln även fått företagen att ändra sina försäljningsstrategier. När producenterna tidigare har bedrivit en traditionell detaljhandel krävs det en anpassning för företagen vid övergång till digitala plattformar. Tillgängligheten, konsumtionsmönstren och förväntningar hos konsumenten har förändrats. Företagens affärsmodeller och logistiksystem förändras därför och anpassas för att möta kraven från konsumenten.

Implementeringen av e-handeln innebär att företagen konkurrerar på större (ibland globala) arenor samt behöver hantera nya typer av utmaningar som till exempel omvänd logistik och miljöfrågor. E-handels utveckling accelererade dessutom markant i samband med covid-19 pandemin. Anledningen var att konsumenten valde att handla på digitala plattformar på grund av ökade restriktioner och oro (Taha & Lau, 2024). Under covid-19 ökade e-handeln med ungefär 27% 2020 jämfört med tidigare år då e-handeln ökade med ungefär 12% (Statista, 2025). Konsumenten valde att beställa hem sina klädesplagg i stället för att gå i fysiska butiker (Taha & Lau, 2024).

Med den snabba omställningen från detaljhandeln till online-kanaler kom även krav på producenten och hela branschen gick igenom en omstrukturering. För att möta kundens efterfrågan krävdes det att modeföretagen anpassade sina strategier till omställningen och därmed stärkte sina digitala plattformar. Förutom att försäljningen främst numera sker digitalt ökade även kraven på kunskap gällande service och marknadsföring på en digital basis. Med detta, kom även ett nytt mål för modeföretagen; att attrahera kunden genom den digitala plattformen och att kunna bygga ett förtroende online (Taha & Lau, 2024).

Övergången från traditionella detaljhandeln till den digitala plattformen medför flera utmaningar. En stor utmaning är returfrågan och den omvända logistiken (Taha & Lau, 2024). Med ökad efterfrågan av den digitala plattformen ökar tillgängligheten och med det växer även

antalet e-handels returer och därmed komplexiteten. Vid online-shopping har inte konsumenten någon möjlighet att fysiskt interagera med produkten innan ett beslut tas; om att köpa eller inte. Konsumenten kan ha svårt att avgöra passform, storlek, färg, material med fler genom en digital plattform. Konsumenternas beteende har även förändrats då tillgängligheten för shopping finns 24 timmar om dygnet. Konsumenten kan enkelt beställa varor hemifrån vilket i sin tur också bidrar till ökad returgrad. Det har alltså skett ett skifte och producenterna tvingas att anpassa sina processer för att kunna hantera ökade returflöden. Företagen måste lägga resurser på logistikjänster så som hantering av lager och transport samtidigt som det är viktigt att utveckla effektiva logistikjänster för att minimera kostnaderna (Taha & Lau, 2024).

Samtidigt som producerande företag bör anpassa sina strategier förväntar sig kunden fria returer (Taha & Lau, 2024). Det finns förändringar i konsumentbeteendet. Bland annat genom fenomenet *bracketing* som innebär att konsumenten beställer flera storlekar, färger eller modeller med avsikt att returnera majoriteten av produkterna. Generösa returpolicyer ses inte längre som en förmån utan är i stället ett krav från kunden. Att konsumenter ser returer som en rättighet snarare än ett privilegium gör att producerande företag anpassar sig för att öka konkurrenskraften. Detta leder i sin tur till högre returgrad och mer komplexa returflöden (Taha & Lau, 2024).

Det finns ett ansvar hos producenten. Företagens returpolicyer och deras hantering kring returer skapar ett klimat hos konsumenterna med en avgörande roll i att forma kundernas retur beteenden (Thunberg et al., 2021). Att många av modeföretagen erbjuder generösa returpolicyer bidrar till en bekvämlighet hos kunderna som då shoppar mer och returnerar mer. Företagen måste enligt svensk lag erbjuda konsumenten 14 dagars ångerrätt vid distansköp (lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler, 2005;59). Trots detta menar Thunberg et al. (2021) att företagen idag erbjuder överdrivet generösa returpolicyer än vad lagen föreskriver. Företagen bör därför sätta upp strategier för att fortsätta vara relevanta men samtidigt följa lagar och vara hållbara (Thunberg et al., 2021).

Med den ökande graden av returer som kräver komplexa strategier när det gäller returgrad kommer både ekonomiska och ekologiska konsekvenser (Taha & Lau, 2024). Vid höga returgrader ökar hanteringskostnaderna för producerande företag då det behövs mer personal och mer utvecklad logistikhantering och lagerhållning. Företagens direkta lönsamhet försämras också på grund av minskade vinstmarginaler och förlorade intäkter. Vid en stor mängd returer tillkommer returtransporter som släpper ut en stor mängd koldioxid som i sin tur bidrar till miljömässiga konsekvenser, bland annat global uppvärmning och naturkatastrofer. Den markant ökade returgraden sätter press på företagen, det krävs att företagen arbetar med hållbarhetsfrågor och försöker minimera miljöpåverkan (Taha & Lau, 2024).

Thornéus (2023) menar att en stor del av klädesplaggen som säljs och sedan returneras inte kommer i händerna till en ny ägare. I stället förstörs plaggen och bränns upp (Thornéus, 2023). För flera av svenska modeföretag är det billigare att bränna upp plaggen än att behöva sortera och sälja plagget igen (Lindgärde, 2022). I stället för att främja en cirkulär ekonomi genom återvinning går klädesplagg i Sverige ofta till förbränning där plaggen används som bränsle inom energisektorn (Naturvårdsverket, 2024). Förbränning av avfall, inklusive returnerade klädesplagg bidrar till ökade utsläpp av växthusgaser och andra föroreningar, vilket påverkar miljön negativt (Naturvårdsverket, 2024).

Den 1 januari 2025 trädde en ny lag (1 kap. 4§ avfallsförordningen) i kraft i den svenska lagstiftningen. Lagen har en grund från Avfallsdirektivet (2008/98/EG). Lagen innebär att textilavfall ska sorteras genom en separat insamling och det berör både privatpersoner och verksamheter (Naturvårdsverket, 2025). Det är kommunernas respektive verksamheternas ansvar att textilavfall sorteras. Syftet med den nya lagen är att främja en mer cirkulär hantering av textilavfall. Att öka insamlingen och därmed sorteringen innebär en ökad andel av återanvändbar textil och materialåtervinning. Definitionen av textilavfall är produkter som innehåller 80% textilfibrer eller mer. Det handlar om kläder, hemtextil samt andra produkter gjorda på textil. Verksamheter (bland annat modeföretag) behöver nu själva ansvara för att textilavfallet samlas in, sorteras och lämnas till en behandlingsanläggning. Att bränna textilavfall i så hög grad är inte längre ett alternativ för vare sig verksamheterna eller kommunen (Naturvårdsverket, 2024).

1.2. Syfte

Syftet med studien är att belysa utmaningar och strategier med returlogistik inom den svenska modebranschen i samband med införandet av den nya textilavfallslagen som trädde i kraft 1 januari 2025. Studien kommer även förklara hur utmaningar med returlogistik har utvecklats inom den svenska modebranschen samt hur strategier för returhanteringen inom branschen har formats under det senaste decenniet.

1.3. Frågeställningar

Hur har modeföretagens utmaningar och strategier inom returhantering förändrats mellan mitten på 2010-talet och 2024?

Hur är det troligt att den nya textilavfallslagen från 2025 påverkar modeföretagens returhanteringsstrategier och vilka utmaningar medföljer?

1.4. Avgränsningar

Detta examensarbete fokuserar på utmaningar och strategier för returhantering inom den svenska modebranschen, med utgångspunkt i implementeringen av nya lagar och regler. Studien genomförs på en diskursiv nivå där analysen bygger på en dokumentstudie samt intervjuer med experter från Högskolan i Borås, Göteborgs stad samt från Kungsbacka kommun.

2. TEORI

I avsnittet *teori* beskrivs det teoretiska begreppet hållbarhet. I detta fall specifikt ekologisk och ekonomisk hållbarhet. Hållbar utveckling definieras som ”en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov” (Göteborgs stad, u.å). Utöver ekologisk och ekonomisk hållbarhet finns det flertalet teoretiska begrepp som skulle kunna beaktas. Till exempel skulle social hållbarhet som utgör den tredje dimensionen av hållbarhetsbegreppen, kunnat inkluderas i analysen. Social hållbarhet har dock i detta fall valts bort då det inte anses lika relevant för studiens syfte.

Denna studie utgår från en redan befintlig begreppsram som inkluderar ekologisk- och ekonomisk hållbarhet och termerna förklaras närmare nedan.

2.1. Ekologisk hållbarhet

Ekologisk hållbarhet omfattar enligt KTH a (2024) alla aspekter som rör jordens ekosystem. Det inkluderar bland annat stabiliteten i klimatsystemen, kvaliteten på luft, land och vatten, hållbar markanvändning samt förebyggande av jorderosion. Andra centrala delar är biologisk mångfald som innebär variationen av arter och livsmiljöer samt ekosystemtjänsterna som naturen erbjuder, exempelvis pollinering och fotosyntesen. En princip är att det måste finnas en balans mellan produktion av varor och tjänster samt naturens förmåga att återskapa förbrukade resurser. KTH a (2024) menar att människors hälsa i vissa sammanhang också inkluderas i begreppet ekologisk hållbarhet, eftersom hälsan påverkas negativt av miljöaspekter såsom luftföroreningar och buller.

Ekologisk hållbarhet berör även alla bio-geo-kemiska system på jorden som omfattar flera aspekter. Vatten som kan påverkas från föroreningar, salinitet, förändringar i grundvattennivåer och temperatur samt spridning av invasiva arter. Luft som inkluderar luftföroreningar, ozonlagrets status, partikelhalter, klimatpåverkan och bullernivåer. Ytterligare ett system är land som utsätts för erosion, föroreningar, främmande arter samt ändrad markanvändning. Biodiversitet, som berör arter och livsmiljöer samt genetiskt modifierade organismer. Slutliga systemet är ekosystemtjänster så som vattenrening, fotosyntes, reglering av klimatet och pollinering (KTH a, 2024).

2.2. Ekonomisk hållbarhet

Ekonomisk hållbarhet innebär att ekonomiska resurser bör nyttjas på ett sätt som både tillfredsställer människan idag och i framtiden (KTH b, 2024). Eftersom ekonomin är en samhällskonstruktion är det också människorna som påverkar ekonomin. Forskare är inte helt överens utan det finns flera tolkningar av begreppet ekonomisk hållbarhet, varav två huvudsakliga perspektiv lyfts fram. En definition är att ekonomins framväxt inte ska skada miljön eller samhället. Det innebär att den ekonomiska framväxten inte ska ske på bekostnad av naturen eller människans välmående. En annan syn är att ekonomin är hållbar så länge det totala värdet (kapitalet) ökar, även om det sker på naturens och människans bekostnad. Samtidigt hävdar vissa forskare att ekonomi inte bör vara en del av hållbarhetsbegreppet utan att det mer fungerar som ett verktyg för att kunna skapa hållbar utveckling. Begreppet ekonomisk hållbarhet kan därmed ses som en fråga om hur ekonomi, miljö och sociala aspekter värderas och integreras. I detta arbete definieras ekonomisk hållbarhet som att ekonomin är hållbar så länge det totala kapitalet ökar. Där miljön och människan också vägs in till viss del (KTH b, 2024).

2.3. Motivering och användning av ekologisk och ekonomisk hållbarhet

Att ekologisk hållbarhet är ett relevant teoretiskt begrepp i denna studie kan motiveras med att den nya lagstiftningen om textilavfallssortering syftar till att minska miljöpåverkan från textilindustrin. Lagen uppmuntrar till återanvändning och återvinning, vilket ligger i linje med ekologisk hållbarhet. Även andra lagkrav kopplade till returhantering har ofta sin grund i miljömässiga mål till exempel att minska utsläpp, vilket ytterligare stärker kopplingen till ekologisk hållbarhet.

Ekonomisk hållbarhet är också ett relevant teoretiskt begrepp, det kan motiveras eftersom företagen måste anpassa sina affärsmodeller och returflöden på ett lönsamt sätt när det kommer nya lagar. Ekonomiska aspekter påverkas av omställningen eftersom insamling, sortering och återvinning nu är lagstadgat. Ekologiska och ekonomiska hållbarhetsdimensioner är kopplade direkt till modeföretagens returhanteringsstrategier och är därför relevanta för studiens frågeställningar.

Social hållbarhet har medvetet uteslutits eftersom begreppet inte bedöms ha direkt relevans för lagstiftningen eller företagens returstrategier.

Ekologisk och ekonomisk hållbarhet utgör studiens teoretiska ramverk för att analysera hur modeföretag anpassar sina returstrategier till nya lagkrav. Genom att fokusera på ekologisk och ekonomisk hållbarhet kan studien undersöka närmare på områden där lagstiftningen möter företagen returhanteringsstrategier.

3. METOD

Studien är kvalitativ och baserades på dokumentforskning och forskningsintervjuer. Informationshämtningen skedde genom tidigare forskning och intervjuer med experter inom området. En kombination av dessa metoder bidrog till förståelse om företagens utmaningar och strategier, vilket i sin tur ledde till en mer nyanserad analys av returhanteringen.

3.1. Kvalitativ forskning

Vid kvalitativ forskning analyseras data i form av ord och bilder (Denscombe 2018). Det kan exempelvis vara skriftlig rapportering av en händelse eller muntliga intervjuer som överförs till skriftligt format. Denna studies forskningsstrategier var av kvalitativ form. Forskningsmetoderna inkluderade analyser av information i skriftlig form (dokumentforskning) och i muntlig form (forskningsintervjuer). Kvalitativ analys valdes eftersom metoden var bäst lämpad för studiens syfte och frågeställningar och bidrog till detaljerade analyser om det specifika området. Resultaten baserades på empiriskt material (intervjuer och dokument). Detta minskar behovet av hypotetiska antaganden och gör att slutsatserna i stället kan byggas direkt på verkliga data.

3.2. Dokumentforskning

Dokumentforskning är en forskningsmetod med dokument som datakälla (Denscombe, 2018). Dokumentforskning inkluderar tre olika slags analyser. Den första är skrivna texter så som, rapporter, böcker och artiklar. Den andra är digital kommunikation som inkluderar webbsidor, bloggar, sms och sociala medier. Den tredje är visuella källor såsom bilder, artefakter och videor. I denna studie användes två dokumentformer, skriven text och digital kommunikation eftersom studien bearbetade artiklar och webbsidor (Denscombe, 2018).

Enlig Denscombe (2018) har dokument två betydelsefulla egenskaper oavsett i vilken form dokumenten förekommer. Dokument innehåller värdefull information som används som underlag för något, i detta fall för denna studie. Dessutom är dokumenthandlingar som bevarar information långvarigt vilket är meningsfullt inom samhällsvetenskapen. Dokumentforskning är en resurseffektiv metod eftersom mycket av materialet är fritt tillgängligt och kan granskas

offentligt. En stor del av det använda datamaterialet är offentligt tillgängligt vilket gör informationen öppen för granskning (Denscombe, 2018).

3.3. Forskningsintervjuer

Den andra forskningsstrategin som använts i denna studie var forskningsintervjuer. Denscombe (2018) förklarar forskningsintervjuer som en metod för insamling av data där människors svar används som en datakälla på forskningsfrågorna. Till skillnad från en vanlig konversation är forskningsintervjuer mer formella. Respondenten samtycker sitt deltagande i forskningen och att yttranden kan användas som data till forskningen. Innan varje intervju krävdes också ett samtycke om att spela in intervjun för att senare transkribera den, vilket underlättade förståelsen av datan. Intervjuer har bidragit till effektiv datainsamling med djup och detaljerad information som inte krävt komplex utrustning för att kunna genomföra. Intervjuerna baserades på informanternas åsikter, prioriteringar och idéer om ämnet. Under intervjuerna genomfördes även vissa justeringar för att utveckla undersökningen vilket visar på att intervjuer är en flexibel metod. Ytterligare en fördel är att forskaren under intervjun kan säkerställa att informationen är korrekt vilket stärker validiteten (Denscombe, 2018).

Sammanfattningsvis är en kvalitativ analys med dokumentforskning och forskningsintervjuer lämpliga för denna studies frågeställningar eftersom forskningsstrategierna inkluderar många perspektiv. Dokumentforskningen täcker tidigare forskning och diskurser medan forskningsintervjuer inkluderar mer personliga erfarenheter och tolkningar hos personer med relevant kompetens inom området.

3.4. Etiska aspekter

Enligt Vetenskapsrådet (2024) handlar etik inom forskning både om forskningsinnehållet och forskarens ansvar. Forskaren ska följa god forskningssed, vilket innebär att agera ärligt, respektfullt och ansvarsfullt genom hela forskningsprocessen. Forskningsetiken syftar till att balansera kunskapsintresset med skydd för individens integritet och att undvika skada. Den inkluderar både lagstadgade krav, som etikprövning, och bredare etiska regler (Vetenskapsrådet, 2024). God forskningssed innebär tillförlitlighet, ärlighet, respekt och ansvar

i forskningsarbetet. Dessa principer finns i skriften "Den europeiska kodexen för forskningens integritet" utgiven av All European Academics (Vetenskapsrådet, 2024).

I denna studie har god forskningssed varit central särskilt när det kommer till genomförandet av forskningsintervjuerna. Alla deltagare blev informerade om studiens syfte och intervjuens omfattning samtidigt som deltagandet var frivilligt. Eftersom deltagarna förblir anonyma har namn oidentifierats. Alla intervjuer spelades in med deltagarnas samtycke och transkriberades därefter, det minskar risken för misstolkningar. Detta är även enhetligt enligt GDPR bestämmelserna.

3.5. Material

Sju artiklar studerades för att utgöra resultatet. Alla sju studier använde en variation av forskningsmetoder, vilket bidrog till en bredare förståelse av returhantering inom e-handeln. Fem av studierna, genomförda i Sverige (Andreasson & Nordenson, (2014); Baardemans et al (2015); Abrahamsson & Göker (2016); Berglund et al., (2024); Brolin & Lundgren, (2024)) använde kvalitativa metoder, där intervjuer var centrala. Baardemans et al (2015) genomförde även en fallstudie där sex modeföretag i Sverige undersöktes och använde sekundärdata. Abrahamsson & Göker (2016) genomförde också en fallstudie med ett svenskt företag och har använt primär och sekundärdata. Däremot använde resterade två källorna (John & Rahman; Adesoga) systematiska litteraturöversikter och sekundärdata. Den indiska studien (John & Rahman) inkluderade endast engelskspråkiga vetenskapliga artiklar, vilket kan bidra till generaliserade slutsatser. I det här fallet noterades att svenska källor lutade mer åt att använda kvalitativ metod medan internationella lutar mer åt att använda systematiska litteraturöversikter. Studierna som använde kvalitativa metoder gav en djupare inblick över företagets arbetssätt medan studier som utförde en systematisk litteraturöversikt gav en bredare förståelse över forskningen.

4. RESULTAT

I avsnittet *resultat* presenteras studiens huvudsakliga fynd. Resultatet baseras på två delar. I den första delen analyseras utmaningar och strategier från tidigare forskning mellan mitten på 2010-talet och 2024. Genom att jämföra utmaningar och strategier i tidigare forskning skapas en grund till att förstå hur företag anpassar sig till ny lagstiftning. Den andra delen baseras på intervjuer med branschrepresentanter som belyser hur företag förhåller sig till den nya textilsorteringslagen som trädde i kraft den 1 januari 2025.

4.1. Utmaningar med returhantering 2014–2024

I avsnittet nedan diskuteras utmaningar gällande returlogistik genom en analys av tidigare forskning. Avsnittet förklarar vilka utmaningar som företag möter i sin returhanteringsprocess i mitten på 2010-talet samt under 2024. Vidare diskuteras utmaningar gällande implementering av nya lagar.

4.1.1. Ekonomiska och logistiska utmaningar, 2014–2016

Andreasson & Nordensson (2014) påpekar att e-handeln växer och bidrar till ökade returvolymerna. Detta ställer krav på företagen att optimera returflödena och effektivisera hanteringen av ökade returmängder på ett mer kostnadseffektivt sätt. Andreasson & Nordensson (2014) skriver att det finns en tradition inom modebranschen som menar att returer inte ses som en värdeskapande aktivitet i affärsstrategin. Detta begränsar företagens möjligheter att effektivisera sin försörjningskedja. Dessutom är det svårt att få en prognos över returflöden vilket påverkar kostnaderna då returnivåerna varierar. En utmaning som företag möter är att produkterna inte motsvarar konsumenternas förväntningar vilket kan leda till ökade returer. Därför arbetar företagen med att förbättra produktbeskrivningar och utvecklar standardisering av storlekar. Vidare lyfter Andreasson & Nordensson (2014) att företag har svårt att integrera sina IT-system för att möjliggöra smidigare returhantering, speciellt vid fysiska butiker och e-handel.

Baardemans et al (2015) belyser att generösa returpolicyer gör att returvolymerna ökar. Samtidigt måste företag anpassa sina returpolicyer för att förbli konkurrenskraftiga och attrahera fler kunder. En central utmaning är osäkerheten kring mängd, skick och tidpunkt för returnerade

produkter. Det försvårar lagerstyrning, produktionsplanering och kan ha negativ inverkan på kostnadseffektiviteten.

Abrahamsson & Göker (2016) hävdar likt (Baardemans et al, 2015) att en betydande utmaning inom returlogistik är att företag saknar tillräcklig förutsägbarhet gällande tidpunkt, plats och omfattning av kundmissnöje, vilket försvårar hanteringen av produktreturer. En annan viktig utmaning inom returlogistik är bedrägliga returer (fraudulent returns) som innebär att köp av produkter sker med avsikt att returneras vilket är kostsamt för företag. Ett exempel är så kallad *renting* eller *wardrobing*, där kunden köper, använder och sedan returnerar produkten. Abrahamsson & Göker (2016) skriver om en undersökning som genomfördes av National Retail Federation 2012, där resultatet var att den årliga kostnaden för bedrägliga returer kan uppgå till nio miljoner dollar.

Abrahamsson & Göker (2016) redogör andra utmaningar med returlogistik, såsom risken att returnerade varor hamnar på gråa marknader utanför normala distributionskanaler. Kunder efterfrågar ofta uppdaterad information om returstatusen. Det leder till en ökad administrativ belastning för företagen. En långsam hantering av returer kan även skada företagets image. Kvaliteten på returnerade varor är bristfällig och returer kommer vanligtvis med skadade eller otillräckligt skyddade förpackningar. Abrahamsson & Göker (2016) lyfter att en annan central aspekt inom returlogistiken är kostnader som uppstår i samband med returhantering. En vara som redan har sålts, levererats och bokförts som intäkt måste i efterhand korrigeras. Dessutom tillkommer dolda kostnader kopplade till själva returlogistiken. Dolda kostnader kan vara mottagning och lager, kundrelationer, försäljning, kundservice, transport och frakt.

4.1.2. Ekonomiska och logistiska utmaningar, 2024

Brolin & Lundgren (2024) förklarar också att returer bidrar till kostnader, exempelvis sortering, inspektion och transportkostnader. När returnivåerna stiger blir det en fråga om kassation speciellt när det kommer till lågprisprodukter vilket påverkar den ekonomiska hållbarheten. Brolin & Lundgren (2024) skriver också att en utmaning med returer är att kunden förväntar sig goda returvillkor vilket gör att kunder exempelvis beställer flera storlekar av en och samma

vara. Detta beteende stärks vid kreditköp då det uppmuntrar till överkonsumtion vilket bidrar till fler köp och returerna som i sin tur utmanar balansen mellan hållbarhet och kundnöjdhet.

John & Rahman (2024) lyfter också ekonomiska utmaningar med återvinning av textilier, liksom Brolin & Lundgren (2024) och Andreasson & Nordensson (2014). John & Rahman (2024) förklarar att textilindustrin är splittrad på grund av globala och komplexa leveranskedjor, varierande kvalitet och material, brist på samarbete i insamling och sortering, ekonomiska samt lag-relaterade hinder. Därför är det svårt att effektivt hantera återanvändning, reparation och återvinning av textilier (John & Rahman, 2024). John & Rahman (2024) nämner att en annan utmaning är att kunna lokalisera insamlingsanläggningar och utveckla effektiva returlogistiksystem. Osäkerheten kring material, kvalitet och kvantitet skapar ytterligare hinder men även bristande samarbete mellan aktörer och brist på cirkulära insamlingsmetoder försvårar avfallshanteringsprocessen (John & Rahman, 2024).

Adesoga et al., (2024) förklarar precis som Andreasson & Nordensson (2014), Baardemans et al (2015), Abrahamsson & Göker (2016) och Brolin & Lundgren (2024) att returerna är kostsamma och kräver resurser. Adesoga et al., (2024) påpekar att hanteringen av returerna är en komplex process som ofta är ineffektiv och resurskrävande. För att effektivt integrera returflöden med den generella logistiken krävs det utvecklade informationssystem och samarbete mellan aktörer. Dessutom förklarar Adesoga et al., (2024) att det finns ett behov för specialiserad infrastruktur, såsom sorteringsanläggningar och lagerutrymmen, vilket är en viktig faktor som påverkar företagets kostnader samt effektivitet. Tekniska lösningar kan underlätta returlogistiken, till exempel autonom sortering vilket samtidigt kräver betydande investeringar.

Även Adesoga et al., (2024) skriver att returvolymerna är svåra att förutsäga, vilket försvårar planering av resurser och lagerhållning. Många returnerade produkter kan inte säljas vidare på grund av deras skick, vilket begränsar möjligheterna till återanvändning eller vidareförsäljning. Det finns även olika lagkrav kring återvinning och avfallshantering som skiljer sig mellan länder, vilket kan försvåra hanteringen av returvaror. Därför är det viktigt att hålla sig

uppdaterad och samarbeta. Även Berglund et al., 2024 påpekar likt Adesoga et al., (2024), John & Rahman (2024), Brodin & Lundgren (2024) och Andreasson & Nordensson (2014), att returerna har höga kostnader och kräver resurser.

4.1.3. Utveckling av ekonomiska och logistiska utmaningar

Artiklarna från 2014–2016 visar att modebranschens växande e-handel leder till ökade returvolymerna, vilket utmanar företagets logistiksystem. Eftersom returerna inte betraktas som en värdeskapande aktivitet leder det till att företag inte prioriterar utvecklingen av effektiva returprocesser. Artiklarna betonar även att returhantering är en kostsam utmaning där exempel på kostnader är kundservice, transport och lagerhantering. Svårigheten att förutse returflöden skapar osäkerhet kring lagerstyrning och produktionsplanering. Företagen saknar IT-integration mellan sina fysiska butiker och e-handelssystem vilket utmanar returhanteringen. Företag förblir konkurrenskraftiga men på bekostnad av generösa returpolicyer som ökar returerna.

Artiklarna från 2024 visar återkommande och fördjupade utmaningar. Bestående utmaningar sedan mitten på 2010-talet är ökade kostnader, ökade returvolymerna och svårigheten att förutsäga returvolymerna. En utmaning som beskrivs är konsumentbeteenden som ökar returvolymerna vilket påverkar både ekonomin och miljön negativt. Artiklarna från 2024 visar även ett större fokus på hållbarhet och krav som finns på företag. En balans mellan kundnöjdheten med hållbarhet blir viktigare. Den tekniska utmaningen kvarstår men kan tolkas som mer fördjupad 2024, exempelvis autonom sortering.

4.1.4. Ekologiska utmaningar, 2014–2016

Utifrån ett miljömässigt hållbarhetsperspektiv är en annan utmaning med returerna det ökade antalet transporter som i sin tur ökar koldioxidutsläppen (Andreasson & Nordensson, 2014). En orsak till en retur kan exempelvis vara att ordern inte kommer under den önskade tiden på grund av förseningar under leveransen. Därav är det en stor utmaning för företag att sträva efter att minska sin miljöpåverkan och samtidigt bibehålla kundnöjdheten genom bland annat leveransprecision (Andreasson & Nordensson, 2014).

Baardemans et al (2015) hävdar att återanvändning och återvinning kompliceras ytterligare på grund av exempelvis svårkategoriserade produkter såsom EOL produkter eller krävande

material som textilier. EOL (End of Life) produkt är sådant som returneras när produkten nästan inte är funktionell längre eller när kunden ersätter produkten mot en ny. När varje företag hanterar sina returer på egen hand blir det ofta mindre ekonomiskt gynnsamt än om gemensamma lösningar utvecklades. För lågvärdesprodukter som produceras långt bort kan returhantering dessutom bli orimligt dyr. Samtidigt bidrar konsumenternas starka fokus på pris till att hållbara alternativ inte prioriteras.

Baardemans et al (2015) påpekar att tillämpningen av ett balanserat synsätt på hållbarhet är ytterligare en utmaning som företag möter. Trots att begreppet *Triple Bottom Line* (TBL), som innefattar ekonomiska, miljömässiga och sociala mål, är välkänt, används det sällan på ett integrerat sätt inom returlogistik. I praktiken prioriteras ofta ekonomiska vinster framför långsiktiga hållbarhetsmål, vilket skapar obalans. Baardemans et al (2015) påstår även att några företag saknar också KPI:er för att väga olika hållbarhetsaspekter mot varandra vilket försvårar utvecklingen av returlogistiken. Bristen på relevanta mätmetoder och nyckeltal, anpassade för modebranschen, gör det dessutom svårt att utvärdera och jämföra hållbarhetsinsatser på ett systematiskt sätt. Detta begränsar möjligheterna att utveckla effektiva och hållbara returprocesser.

4.1.5. Ekologiska utmaningar, 2024

Brolin & Lundgren (2024) lyfter likt Andreasson & Nordensson (2014), Baardemans et al (2015) och Adesoga et al., (2024) att en utmaning med returer är att balansera kundnöjdhet genom exempelvis goda returvillkor och att samtidigt ha ett hållbarhetsfokus. Brolin & Lundgren (2024) skriver om den miljömässiga utmaningen som returer medför och att det bland annat ökar utsläpp av växthusgaser och avfall från exempelvis mängden förpackningar som behöver användas. Brolin & Lundgren (2024) förklarar att textilbranschen saknar välutvecklad infrastruktur för att reparera och återvinna returnerade produkter, jämfört med exempelvis elektroniksektorn. Detta beror på att produkterna inom textilssektorn ofta är av låga kvalitet och har låga priser vilket gör återvinning och reparation mindre lönsamt. Den bristfälliga transparensen gällande antal returer och dess flöden, distributionen och logistiken, utmanar utvecklingen av hållbara strategier. Vissa företag hanterar sina returer i andra länder för att minska kostnaderna. Det kräver effektiv logistik men ökar samtidigt transportsträckorna vilket i sin tur ökar utsläppen (Brolin & Lundgren, 2024).

Att hitta rätt försäljningskanal för återanvändning och reparation av textilier är en utmaning och ofta säljs sådana produkter exempelvis online eller på sekundärmarknaden med lägre priser

(John & Rahman, 2024). En faktor som bidrar till färre investeringar inom textilåtervinning är att textilavfall genomgår *downcycling* vilket innebär att återvunna produkter får ett lägre värde än ursprungliga värdet. Därför är det svårt att återvinna materialen flera gånger eftersom lönsamheten minskar. Dessutom är återvinningsprocesser såsom *melt-extrusion* och *depolymerization* komplexa och kräver mycket resurser och avancerad teknologi (John & Rahman, 2024).

Berglund et al., 2024 nämner att materialåtervinning försvåras när flera olika material finns i samma plagg, till exempel polyester och bomull eftersom det blir svårt att separera dessa. Trender bidrar till att modeindustrin snabbt skiftar vilket genererar produkter med en kort livslängd, ökar antalet returter och därmed textilavfall. Många modeföretags kunder är trendkänsliga och prisfokuserade vilket innebär att ökade priser kan leda till att varor returneras oftare. Om företagen höjer sina priser på grund av ökad användning av hållbara material finns risken att kunderna returnerar varorna på grund av prisökningen. Dessutom kan kunder tveka på att köpa återvunna produkter eftersom produkternas kvalitet kan uppfattas som sämre (Berglund et al., 2024).

4.1.6. Utveckling av ekologiska utmaningar

Ur ett miljömässigt perspektiv är returter en belastning och under mitten av 2010-talet visar forskningen sambandet mellan ökade transporter och större koldioxidutsläpp. Samtidigt saknas mätmetoder för hållbarhetsarbetet inom returlogistik och företag använde sällan integrerade hållbarhetsmodeller, såsom TBL, vilket gör att ekonomiska mål prioriteras framför miljömässiga. Artiklarna från båda tidpunkterna påpekar att återvinning och hantering av textilier fortfarande är en utmaning som kräver investeringar på grund av varierande materialkvalitet och komplexa leveranskedjor som kräver avancerad teknik. Artiklarna från 2024 visar att betydelsen för hållbarhet har ökat men utmaningarna kvarstår. Det är fortfarande svårt att balansera den ekonomiska- och miljömässiga hållbarheten. Den bristande transparensen inom returlogistik gör det svårt för företag att utveckla hållbara strategier. Dessutom uppstår nya miljömässiga utmaningar relaterade till modebranschens trender och snabba förändringar, vilket resulterar i kortare produktlivscykler och ökat avfall.

4.1.7. Utmaningar relaterade till implementering av nya lagar/regler, 2014–2016

Andreasson & Nordensson (2014) diskuterar en utmaning som rör en lagförändring som skedde under 2014 vilket innebar att kunder kunde kräva tillbaka sina pengar inom 14 dagar från det att företaget meddelades om returen. Detta såg majoriteten av företagen som blev intervjuade i arbetet som en utmaning eftersom det inte fanns en planerad strategi för anpassningen till lagen. Vidare skriver Andreasson & Nordensson (2014) att det även är viktigt för företag att kunna anpassa sig till ny lagstiftning för att vara konkurrenskraftiga, följa marknaden och samhällets förändringar. Förändringar i lagar och regler påverkar företagets returpolicy såsom snabbare återbetalning till kunden, vilket ställer krav på att förbättra informationssystem och effektivisera returprocesser. Även Baardemans et al (2015) påpekar att det finns en osäkerhet kring framtida regleringar och krav i Europa för insamling i butik, vilket ytterligare försvårar planeringen av returlogistiken.

Abrahamsson & Göker (2016) lyfter också att företag möter lagrelaterade utmaningar inom returlogistik såsom krav från Europeiska unionen (EU), trots att sådana utmaningar ofta fungerar som drivkrafter för ökad hållbarhet. Ett exempel är att enligt EU är företag skyldiga att hantera återvinning och avfall på ett miljövänligt sätt, exempelvis genom WEEE-direktivet (Waste Electrical and Electronic Equipments), som kräver producentansvar under hela produktens livscykel. Lagkrav skapar ett yttre tryck hos företagen som företagen behöver anpassa sig till. För att uppfylla kraven måste företag utveckla och underhålla effektiva returlogistiksystem, vilket kan vara resurskrävande (Abrahamsson & Göker, 2016).

4.1.8. Utmaningar relaterade till implementering av nya lagar/regler, 2024

Brolin & Lundgren (2024) skriver om EU:s initiativ: förbud mot destruktion av osålda varor, vilket företagen i studien inte ser som en stor utmaning för returhanteringen, utan som ett sätt att motverka överproduktion. Samtidigt hävdar Brolin & Lundgren (2024) att det förekommer låg transparens och kunskap inom branschen. Exempelvis finns ingen exakt definition av vad som är tillräckligt defekt för att kunna kassera produkten. Majoriteten av detaljhandlare menar att produktdestruktion inte är en del av deras strategi. Trots det påpekar skribenterna att detta kan ske längre ner i leveranskedjan.

Berglund et al., 2024 förklarar att krav från EU:s strategi för hållbara och cirkulära textilier innebär att textilprodukter ska vara hållbara, återvinningsbara samt reparerbara, tillverkade av hälsosamma ämnen och återvunnet material. Detta gör att modeföretag måste ansvara för hela produktlivscykeln och minska avfallsförbränningen.

4.1.9. Utveckling av utmaningar relaterade till implementering av nya lagar/regler

Artiklarna från 2014–2016 lyfter att lagförändringar innebär stora utmaningar för modebranschen, exempelvis lagen om återbetalningsrätt inom 14 dagar efter meddelad retur. Företag saknar strategier för att möta dessa krav vilket skapar osäkerhet och ökade behov av att förbättra returlogistiken och informationsflödet. Även framtida EU-regler, som krav på insamling i butik och miljövänlig avfallshantering, upplevdes som svårplanerade och resurskrävande. År 2024 har fokus i regelverken förflyttats mot hållbarhet, exempelvis ansågs EU:s förbud mot destruktion av osålda varor inte vara en stor utmaning för företagen. Samtidigt kräver nya lagar en omställning inom logistiken och transparens och kunskap inom branschen.

4.2. Returhanteringsstrategier 2014–2024

I avsnittet nedan diskuteras strategier gällande returlogistik genom en analys av tidigare forskning. Avsnittet redogör för hur företag i mitten av 2010-talet samt under 2024 strategiskt hanterar sina returflöden. Vidare diskuteras strategier gällande implementering av nya lagar.

4.2.1. Strategier och perspektiv, 2014–2016

Andreasson & Nordensson (2014) och Abrahamsson & Göker (2016) belyser att kundfokus är en stor drivkraft när det kommer till hur modeföretagen väljer att hantera sina returer och hur strategierna kring returer utformas. I många fall är en hög kundnöjdhet förknippad med att kunden upplever returprocessen enkel och smidig. Andreasson & Nordensson (2024) antyder att en kund som upplever returprocessen enkel och smidig i många fall blir återkommande. Vilket i sin tur innebär en ökning av företagets intäkter. Abrahamsson & Göker (2016) hävdar att generösa returpolicys kan öka kundnöjdheten och därmed försäljningen men det kan också leda till högre kostnader.

Gatekeeping och *avoidance* är två begrepp som flera företag kommer i kontakt med (Andreasson & Nordensson, 2014), (Abrahamsson & Göker, 2016), (Baardemans et al, 2015).

Gatekeeping innebär att företagen inte godkänner alla returer. Är plagget sönder, ändvänt eller förstört, sållas det bort och antingen slängs, görs om eller återvinns. *Avoidance* innebär att företagen arbetar för att minska antalet returer från kunderna. Det kan handla om att använda bättre kvalitativa tyger vid produktion eller att plaggen presenteras rättvist på hemsidan. För att minska det höga antalet av returflöden och kläder som slängs bör företagen, på något sätt arbeta med och implementera strategier för *gatekeeping* och *avoidance* (Andreasson & Nordenson, 2014).

Företag har olika strategier när det kommer till vad som händer med det returnerade plagget (Andreasson & Nordenson, 2014). Är plagget fortsatt i nyskick skickas det ofta tillbaka till lager och vidare till försäljning. Är varans skick sämre än nyskick är det vanligt att kläderna säljs på en outlet, skänks till välgörenhet eller återvinns (Andreasson & Nordenson, 2014).

Att samarbeta med externa logistikpartners är ett alternativ som innebär att företagen inte själva blir ansvariga för att returerna ska ske på ett visst sätt (Baardemans et al, 2015), (Abrahamsson & Göker, 2016). Ansvaret flyttas i stället över till tredjeparts-företaget som är specialiserade på ämnet.

Baardemans et al (2015) förklarar hur verksamheter strategiskt agerat i returhantering och ger även förslag på hur detta kan gå till. Baardemans et al (2015) beskriver att flera undersökta modieföretagen faktiskt sorterat returerna och antingen fått ut produkterna till försäljning igen eller har återvunnit dessa. Dock finns det en osäkerhet kring framtiden och vad eventuella regleringar skulle innebära och hur anpassning efter nya regleringar ska gå till.

Abrahamsson och Göker (2016) diskuterar om avvägningen att antingen ha generösa returpolicys där kundnöjdheten och kostnaderna ökar eller att ha striktare policys som minskar antalet returer men eventuellt minskar efterfrågan. Det finns två olika strategier verksamheterna väljer att rikta in sig på (Abrahamsson och Göker (2016).

Sammanfattningsvis var strategierna på 2010-talet reaktiva och bestod till stora delar av ett internt fokus. Ekonomifrågan i form av kundnöjdhet och logistikoptimering var i fokus medan miljöaspekten inte var lika central.

4.2.2. Strategier och perspektiv, 2024

Brolin & Lundgren (2024) nämner olika strategier som företag kan använda när det kommer till EU direktivet: *förbud mot destruktion av osålda varor*. Några av företagen har redan etablerade returhanteringssystem som inte involverar att förstöra plagg och behöver därför inte förändra sina processer medan andra företag måste förändra sina processer för att kunna följa lagen (Brolin & Lundgren, 2024). Brolin & Lundgren (2024) menar att företagen i undersökningen tycker att miljöfrågan är olika mycket viktig

Brolin & Lundgren (2024) antyder att en strategi för att underlätta returhanteringen är att *outsourca* returprocessen och i stället anlita ett tredjepartslogistikföretag (3PL). 3PL kan i många fall hantera returer på ett snabbt och korrekt sätt vilket minskar pressen på modeföretaget. Brolin & Lundgren (2024) menar att om modeföretagen outsourcar returhanteringen krävs det inte någon anpassning från deras håll när det kommer till att förhålla sig till nya lagar. Samtidigt som 3PL kan vara underlättande tappar företagen dock en del av kontrollen och har i många fall dålig kontroll på vad som händer med returnerade plagg (Brolin & Lundgren, 2024).

Adesoga et al. (2024) lyfter fram hur dataanalyser och datadrivna strategier blivit centrala faktorer vid utformningen av returstrategier. Det nämns även i texten att transparens blivit alltmer viktigt för att kunna göra relevanta dataanalyser och använda det för utveckling av cirkulära returflöden. Berglund et al (2024) skriver att strategier som tidigare varit konkreta nu övergår mot ett större systemtänk.

Hållbar utveckling är 2024 en strategisk drivkraft (John & Rahman, 2024). Att forma en returstrategi där hållbarhet är i fokus kan resultera i en möjlighet där affärsnytta och konsumentnöjdheten ökar samtidigt. Dock hävdar Berglund et al (2024) att återvinning och återbruk fortfarande är en stor utmaning. Det finns flera nycklar till att framgångsrikt bedriva hållbar returstrategi, till exempel genom att bedriva branschöverskridande samarbeten. Branschöverskridande samarbeten kan handla om att samarbeta med forskningsteam eller universitet (Berglund et al 2024).

2024 krävs det att företagen tänker mer cirkulärt, bland annat eftersom det finns nya regler, krav och lagar. Det behövs mer komplexa strategier för att kunna optimera bättre och samtidigt

kunna falla inom ramarna för nya regelverk. Det krävs att strategierna 2024 är mer proaktiva för att kunna matcha lagkrav och kundförväntningar.

4.2.3. Strategisk utveckling över tid

Det finns flertalet likheter mellan strategier mitten på 2010-talet och 2024. Kundfokus är en viktig pusselbit när det kommer till strategiformningen av returhanteringsprocesser. 2024 har dock företagen ett bredare fokus och inkluderar hållbarhet i en större skala. Att det ska vara enkelt för kunden att returnera är ett oförändrat mål från verksamheternas håll. *Gatekeeping* och *avoidance* är 2024 fortsatt relevanta som sätt att minska returer även om det uttrycks på ett nytt sätt 2024. I texterna från 2024 nämns det i stället genom att företagen bör ge tydligare information, ha högre kvalitet på produkter och genom att ta datadrivna beslut. Både under mitten på 2010-talet och 2024 är outsourcing och 3PL en strategi företagen kan bedriva. Besitter inte verksamheterna på kunskapen eller möjligheterna själva, är det ett alternativ att låta en nischad verksamhet sköta detta. Under 2024 har dock anledningen till outsourcing skiftat fokus något, då verksamheterna främst behöver hjälp med att anpassa till ny lagstiftning och andra regelverk. Företagen har 2024 ett större ansvar och har flera regleringar att förhålla sig till, därför blir det naturligt att outsourcing i detta fall ökat sen mitten på 2010-talet.

4.2.4. Ekonomiska och ekologiska aspekter kopplat till returhanteringsstrategier, 2014–2016

Andreasson & Nordensson (2014) hävdar att kostnadseffektiva returflöden är högt prioriterat. Det finns en viss mån om miljön men det är inte något som prioriteras högt av modeföretagen. Modeföretagen väljer i stället att rikta fokuset på ekonomiska aspekter, bland annat genom att undvika onödiga transporter och effektivisera flöden.

Baardemans et al (2015) hävdar att det ofta krävs implementering av nya system (som rör returlogistiken) för att uppnå ekonomiska fördelar. Bland annat handlar det om att undersöka eventuella nätverksdesignproblem för att kunna identifiera utvecklingspotential som leder till minskade kostnader. Vid effektiv returhantering finns det möjlighet att spara resurser, återvinna värde och minska kostnader. Att kostnaderna minskar anser modeföretagen är ett primärt fokus. Baardemans et al (2015) nämner flertalet aspekter som modeföretagen bör tänka på vid val av returhanteringsstrategi. Bland annat nämns: kundnöjdhet, kostnader, returcykeltider och

investeringar. Vid implementering av effektiva returlogistik-processer antyder Baardemans et al (2015) att det är möjligt att minska avfall och utsläpp.

Företag som har en bra returhanteringsstrategi kan få stora konkurrensfördelar, det är också avgörande för att öka intäkterna och minimera kostnaderna (Abrahams & Göker, 2016). Finns inte kunskapen i verksamheten kan outsourcing av returlogistik reducera kostnaderna med upp till tio procent. Abrahams & Göker (2016) nämner också att returlogistik kan bidra till skapandet av mervärde för uttjänta produkter. Effektiv returlogistik bidrar sekundärt till ökad hållbarhet, då resurserna utnyttjas på ett bättre sätt. Ett exempel är när ett plagg kan säljas till en ny kund i stället för att slängas. Samtidigt hävdar Abrahams & Göker (2016) att kunder har en ökad förväntning på att företagen ska hantera returer utifrån en miljösynpunkt. Detta leder till att många företag väljer att använda miljöaspekter som ett marknadsföringsverktyg för att tilltala miljömedvetna kunder.

4.2.5. Ekonomiska och ekologiska aspekter kopplat till returhanteringsstrategier, 2024

Brolin & Lundgren (2024) antyder att det behövs en balans mellan kundnöjdhet, lönsamhet och hållbarhet när det kommer till returstrategier. Brolin & Lundgren (2024) menar på att företag främst fokuserar på ekonomiska aspekter och hög kundnöjdhet i utformningen av returstrategier medan miljömässig hållbarhet är viktigare för vissa företag än andra. Producerande klädföretag menar att det är svårt att ha en returstrategi som både gör kunden nöjd och samtidigt minskar miljöpåverkan. Dock beskriver (Brolin & Lundgren, 2024) att det finns möjligheter att utveckla returstrategier som inte påverkar naturen negativt med samtidigt ökar intäkterna. För att utveckla dessa strategier krävs dock effektiva, påkostade och komplexa dataanalyser.

John & Rahman (2024) belyser att strategierna bör utformas efter utmaningarna. Genom att implementera effektiva system för insamling av textilavfall, förbättra processen för inspektion och sortering, utveckla tydliga riktlinjer för disposition och förbättra informationsflödet inom försörjningskedjan är det möjligt att skapa en balans. Adesoga et al., (2024) lyfter också att det behövs en balans och att det är möjligt att aspekterna utvecklas tillsammans. Med en god returstrategi minskar beroendet av nya resurser, minimeras avfallet och sänker koldioxidavtrycket samtidigt som kostnaderna för avfallshantering minskar. Patagonia är ett företag som uppmanar sina kunder att reparera slitna föremål vilket i sin tur förlänger

produkternas livslängd och främjar kundlojalitet. Det finns därmed en möjlighet att uppnå en balans mellan ekonomiska och ekologiska mål. (Adesoga et al., 2024).

Det krävs informationsbyte och hållbarhet genom hela försörjningskedjan (Adesoga et al., 2024). Den omvända logistiken (returer inkluderat) är avgörande för en hållbar försörjningskedja. Adesoga et al., (2024) antyder att det finns nyckelaktiviteter för att på bästa sätt ta tillbaka plagg från dess slutdestinationer tillbaka upp i försörjningskedjan. Nyckelaktiviteterna inom returhantering specifikt inkluderar att effektivt hantera kundreturer, integrera plagg i det omvända logistiknätverket på korrekt vis och hantera återbetalningar/ersättningar effektivt. Nyckelaktiviteter gällande ansvarsfull kassering innefattar att hantera material på rätt sätt för att minimera miljöpåverkan. Adesoga et al., (2024) hävdar att en drivkraft för en mer hållbar returstrategi är ekonomiska fördelar och möter konsumentens efterfrågan. Samtidigt som ett tryck i form av regler och lagar från regering och större instanser också driver den generella utvecklingen mot en mer hållbar returhantering framåt (Adesoga et al., 2024).

4.2.6. Utveckling av ekonomiska och ekologiska aspekter – returstrategier

På mitten av 2010-talet sågs kostnader som den stora boven inom returlogistiken. För att ett modeföretag ska vara framgångsrika krävs det att hålla nere på kostnaderna. Samtidigt är det alltid någon som måste betala, under mitten på 2010-talet betalade miljön en stor del. År 2024 ser det annorlunda ut, returer är alltmer integrerade i kedjan och med en hållbar returstrategi kan det ge affärsmässiga fördelar utan att miljön ska behöva betala. Ett företag måste dock vara lönsamt även 2024. Att utveckla strategier som både minimerar kostnader och är ekologiskt hållbara är en central utmaning.

4.2.7. Strategier vid anpassning till nya regler och lagar 2014

Ny lagstiftning tvingar företag utveckla nya system och rutiner (Andreasson & Nordenson, 2014). För att utföra en effektiv implementering är det viktigt att företaget besitter en god anpassningsförmåga. Är företaget effektivt i implementeringsprocessen och interna förändringar kan det i detta exempel resultera i en effektivare returhanteringsprocess. Andreasson och Nordenson antyder att ett primärt fokus är att följa regler och lagar utan att göra fundamentala förändringar i affärsmodellen.

Baardemans et al (2015) nämner att det finns en osäkerhet hos modeföretagen när det kommer till framtida regleringar som kan påverka företagets returhanteringsstrategier. Det i sin tur bidrar till att företagen börjar fundera på hur nya regleringar kan påverka strategierna och anpassning efter nya lagar. Modeföretagen är ofta något avvaktande och väljer att vänta in fastställda lagar för att sen anpassa sig (Baardemans et al, 2015).

4.2.8. Strategier vid anpassning till nya regler och lagar 2024

Forskning från 2024 visar på flera effektiva strategier som möjliggör för modeföretag att anpassa sig till ny lagstiftning (Brolin & Lundgren, 2024), (Berghlund et al, 2024), (John & Rahman, 2024). Företagen bör kunna planera strategiskt (John & Rahman, 2024). Att analysera hur en ny lag påverkar befintlig strategi och att vidta åtgärder för att minimera negativa effekter blir avgörande. John & Rahman (2024) antyder att det också är viktigt att det kommer nya regler och lagar som främjar hållbarhet. Har ett företag svårt att implementera lagarna bör det finnas konsekvenser. Därför krävs det från företagets håll att vara uppmärksamma på nya lagar och på ett effektivt och snabbt sätt ställa om (John & Rahman, 2024).

En strategi för att effektivt kunna implementera nya lagar är att, som tidigare nämnt, outsourca returlogistiken (Brolin & Lundgren, 2024). Att anlita ett 3PL-företag kan underlätta implementeringen avsevärt. På så sätt skapas en trygghet i att lagar följs utan att företaget själva behöver lägga egentliga resurser på det. Brolin & Lundgren (2024) fortsätter och nämner att om företaget inte använder 3PL är det högst relevant att studera data och analysera dessa för att anpassa sig till nya lagar. Förutom att endast anpassa sig beskriver Brolin & Lundgren (2024) också hur analys av data (i samband med ny lagstiftning) i sin tur även kan effektivisera befintliga logistikprocesser.

John & Rahman (2024) nämner också vikten i att följa upp lagar och samtidigt justera sina processer för att kunna anpassa sina strategier över tid för att fortsatt vara konkurrenskraftiga. Att utveckla hållbara returstrategier, där inga eller endast små justeringar är nödvändiga vid nya lagstiftningar bör vara företagets mål. Det är ett sätt för företagen att visa sig hållbara och kunna överleva. Om det finns ett behov av större förändringar flera gånger, blir det i slutändan inte hållbart och företaget bör se över strategierna på ett djupare plan (John & Rahman, 2024).

Genom att samarbeta med andra företag, leverantörer, branschorganisationer och forskningsprojekt har företagen möjlighet att dela kunskap och resurser för att kunna hantera nya lagkrav på ett bättre sätt (Berglund et al., 2024). Samarbete med externa aktörer bör betraktas som en strategisk investering som genererar långsiktiga fördelar. Berglund et al., (2024) ger ett exempel där ett partnerskap och samarbete med Svensk Handel kan underlätta implementeringen avsevärt. Svensk Handel kan hjälpa till att tolka lagar och ge råd. Om företagen också engagerar sig och samarbetar med forskningsinstitut och högskolor har företaget möjlighet att ligga steget före och med stora möjligheter att öka konkurrenskraften. Att ha en grundfilosofi om att sätta tydliga och uppnåeliga hållbarhetsmål kan säkerställa en långsiktig omställning för företaget (Berglund et al., 2024).

4.2.9. Utveckling av strategier relaterade till implementering av nya lagar/regler

Företagen har gått ifrån att reagera på ny lagstiftning till att aktivt arbeta med långsiktiga strategier för att integrera lagkraven. 2024 anpassar sig företagen genom proaktiva åtgärder, inte endast för att följa lagar, utan även för att affärsmodellen ska förbättras. Till skillnad från för tio år sedan utgör ny lagstiftning numera en drivkraft för innovation och hållbarhetsarbete. Idag är ny lagstiftning en drivkraft för innovation och hållbarhet.

4.3. Sammanfattade utmaningar och strategier med grund i tidigare studier, 2014–2024

Tabell 1

I tabell 1 presenteras två typer av utmaningar: generella och lagrelaterade utmaningar kopplat till returlogistik både under mitten på 2010-talet och 2024. Lagrelaterade utmaningar syftar till utmaningar som företag möter när det krävs en anpassning till ny lagstiftning.

Tabell 1 – Sammanfattning över utmaningar

	Utmaningar	Lagrelaterade utmaningar
2014-2016	växande returvolymmer → ökade kostnader och svårt att förutsäga returflöden	Osäkerhet kring framtida lagar → svår planering
	Ökade utsläpp och komplex textiltåtervinning	Företag saknar resurser för att implementera nya lagar
	Brist på hållbarhets-KPI:er	
2024	växande returvolymmer → ökade kostnader och svårt att förutsäga returflöden	Otydliga definitioner → osäkra tolkningar och tillämpningar i branschen
	Höga investeringar för tekniska lösningar och infrastruktur	Låg transparens genom hela kedjan
	Bristande samordning mellan aktörer	Ökade krav (ofta kopplat till hållbarhet) på producerande företag
	Ökade utsläpp och komplex återvinning	
	överkonsumtion och kortvariga trender ökar avfall	

Tabell 2

I tabell 2 presenteras två typer av strategier: generella och lagrelaterade strategier kopplat till returlogistik både under mitten på 2010-talet och 2024. Lagrelaterade strategier syftar till strategier som företag har när en ny lag kräver anpassning till ny anpassning.

Tabell 2 – Sammanfattning över strategier



4.4. Intervjuer med kommuner och expert inom området

I avsnittet presenteras den nya textilavfallslagen påverkan på modeföretagens returhanteringsstrategier samt vilka utmaningar företagen möter i samband med implementeringen.

Avsnittet baseras på totalt tre intervjuer. En intervju med en expert från Högskolan i Borås. Experten diskuterar utmaningar med den nya lagen för modeföretagen samt hur returhanteringsstrategier kan anpassas.

Utöver intervjun med experten från högskolan i Borås baseras avsnittet på två intervjuer med representanter ifrån två olika kommuner: Göteborgs stad och Kungsbacka kommun. Representanterna diskuterar utmaningar kopplat till lagen utifrån kommunernas perspektiv. För kommunerna innebär den nya lagen, likt för modeföretagen med eget avfallsansvar, att textilavfallet måste sorteras. Gällande returhanteringsstrategier för modeföretag diskuterar

representanterna hur lagen upplevs påverka företagens strategier. Göteborgs stad har valts ut för intervju eftersom det är en stor kommun med flera modeföretag. Även Kungsbacka har valts ut eftersom det inom kommunen finns etablerade modeföretag.

4.4.1. Expert från högskolan i Borås

Lagen som gäller från den 1 januari 2025 är otydlig och ofullständig enligt en expert på högskolan i Borås. Idag läggs ansvaret på kommunerna och företagen med egen avfallshantering. Samtidigt som lagen inte innehåller några tydliga riktlinjer på vad som ska hända med det insamlade avfallet. Producentansvar saknas fortfarande i Sverige vilket gör den nya textilavfallslagen ofullständig.

Experten på högskolan i Borås förtydligar att producentansvar också är en riktning mot cirkulära flöden och ett hållbarare samhälle, likt den nya textilavfallslagen. Producentansvaret är under framställning på EU nivå och beräknas att bli svensk lag inom närmsta åren. Producentansvaret är ett ansvar som sätts på det producerande företaget att samla in, transportera och hantera produkterna som avfall. Experten menar alltså att lagen som kom 1 januari 2025 inte är fullständig förens det finns ett producentansvar. Producentansvaret kommer antagligen bidra till ökat ansvar för modeföretagen som därmed tvingas förändra sina strategier kopplat till returerna.

Experten säger att en returhanteringsstrategi där manuell arbetskraft, till exempel där klädsortering bedrivs, är kostsamt. I en redan hård konkurrensutsatt miljö, där priset många gånger styr konsumenternas val gör det svårt för modeföretagen att ha hållbara returhanteringsstrategier. Vid ökade krav från lagar och regler blir utmaningarna för företagen större.

Företagen kommer möta utmaningar, till exempel att skala upp fungerande försöksverksamheter på ett kostnadseffektivt sätt. Att omsätta kunskap i praktisk tillämpning kan vara utmanande. Idag saknar många företag resurser och stöd för att kunna skapa storskaliga och cirkulära flöden. Modeföretagen med omfattande inflöden och utflöden kommer behöva justera sina strategier gällande returhantering för att kunna falla inom lagens ramar, speciellt när det kommer ett producentansvar.

I framtiden när det kommer ännu fler lagar lär utmaningarna öka. Krav på rapportering och transparens kommer att öka. Det handlar antagligen om att kunna redovisa till exempel vad som återanvänds, åter-tillverkas och förbränns. Det i sin tur kräver nya system, resurser och strukturer.

Experten hävdar dock på att modeföretagen redan försöker att jobba mot mer cirkulära lösningar. Till exempel deltar flera modeföretag i forskningsprojekt eller har ett samarbete med kommuner. Målet i stort är att återcirkulera textilerna lokalt utan att behöva exportera, till exempel genom uppfräschning eller enklare lagning.

Experten ger modeföretagen rådet att agera nu innan det blir för sent. Sätt upp mål, följ upp dessa och dokumentera. När producentansvaret träder i kraft kommer förberedda företag att ha ett tydligt försprång gentemot ej förberedda företag.

Förutom att försöka implementera textilavfallslagen och det kommande producentansvaret, menar experten att det en ny *green claims*-lagstiftning också kommer att införas. Denna ska motverka så kallad *greenwashing*. Företagen kommer behöva göra transparent dokumentation vilket försvårar möjligheten för företag att vilseleda med ogrundade miljöpåståenden. Då kan konsumenten själv fatta ett beslut baserat på faktisk hantering av materialet.

Företag kan redan nu differentiera sig genom att öppet visa sina processer och vara transparenta. Detta gäller även om processen inte är fulländad från början.

Sammanfattningsvis beskriver experten att den nya textilavfallslagen inte ensamt kommer påverka modeföretagens returhanteringsstrategier särskilt mycket. När producentansvaret blir svensk lag kommer företagen att behöva agera och oförberedda företag kommer möta betydande svårigheter. Utöver producentansvaret är det också andra kommande lagar som inom närmsta åren kommer att tvinga företagen att ändra sina returhanteringsstrategier. Företagen kommer att få svårare att upprätthålla generösa returpolicyer.

4.4.2. Göteborgs stad

Representanten från Göteborgs stad lyfter fram flera aspekter som gör lagen otydlig. Exempel som nämns är att lagen inte specificerar hur insamlingen ska ske samt att lagen inte fastställer minimikrav på fastighetsnära insamlingsplatser. Lagen ingår i avfallsförordningen och är enbart

tre paragrafer, vilket gör att tolkningar får göras utifrån redan befintlig lagstiftning för sådant som lagen inte inkluderar. Exempelvis omfattar lagen inte detaljer gällande behandlingsformen, då gäller avfallshierarkin som redan är en befintlig process. När det gäller textilavfall räknas avfall från en tillverkande verksamhet och osålt lager, inte som kommunalt avfall. Om däremot en tröja i en butik skadas och behöver slängas, räknas det som kommunalt avfall eftersom detaljhandeln ingår i kommunens ansvar för textilavfall.

Den nya lagen förändrar avtalen mellan kommunen och insamlade aktörerna vilket är en tidskrävande process. Bland annat krävs nu rapportering av avfall för statistik på nationell nivå. Detta kräver nya och mer formella och rigida avtal mellan kommunen och samarbetspartnerna. Med införandet av lagen observerar även kommunen att textilavfallsvolymer ökar. Det förändrar kraven på insamlade aktörerna såsom secondhand aktörer som nu måste ha transporttillstånd, behandlingstillstånd och även rapportera. Kommunen kommer även införa hårdare uppföljning och granskning.

Ett problem som kommunens representant lyfter fram är att företag tar emot majoriteten av returerna. Detta utgör ett problem särskild bland kvinnor som köper exempelvis en klänning med avsikt att returnera den. Kundnöjdhet är viktig för företagen och företag accepterar därför många sorters retur, vilket ökar avfallet. Situationen ses som "win-win" för både företaget och kunden dock belastas miljön.

Kommunrepresentanten påpekar även att modeföretag har börjat fundera mer på möjligheten att själva samla in och hantera sitt textilavfall och undersöker vilka hinder som finns för detta. Samtidigt har deras engagemang i frågor om producentansvar ökat, och det driver en alltmer aktiv opinionsbildning för att påverka utformningen av framtida avfallsinsamlingssystem.

Kommunrepresentanten diskuterar producentansvaret för textil som ännu inte har införts i Sverige och förklarar att det skulle innebära att producenter tar ekonomiskt ansvar för insamling och behandling av textilavfall. Nu när kommunerna bygger upp olika system för insamling av textilavfall skapas flera olika modeller och strategier för att hantera processen. Ett införande av producentansvar skulle därav innebära höga kostnader för modeföretagen i samband med uppbygganden av en egen infrastruktur för att hantera textilavfallet samt hantering av kommunens befintliga processer. I Frankrike har producentansvaret funnits sedan 2008. Enligt

kommunens representant kan dessutom producentansvaret uppmuntra företagen till att minska textilavfallet.

4.4.3. Kungsbacka kommun

Likt modeföretagen har kommunerna också ett sorteringsansvar när det kommer till textilavfall och möter också utmaningar med implementering av den nya textilavfallslagen. Kungsbacka kommun har efter den nya lagen ett formellt ansvar för att samla in och sortera textilavfall, vilket dock inte har påverkat rutinerna särskilt mycket. Kommunen har tidigare haft insamling av textil, skillnaden efter årsskiftet har främst varit mängden textil som samlats in och sorterats.

Kommunen har dock svårt att veta exakt hur textilen bör tas om hand efter insamling och sortering. I dagsläget menar kommunen att det inte finns någon ansvarsfördel av detta. Kommunen nämner också att det finns en längtan efter ett producentansvar där det producerande företaget faktiskt får ta sitt ansvar över eget avfall. Kommunen menar att i väntan på producentansvaret finns det ingen satsning i någon samlingsstruktur då framtiden (med det kommande producentansvaret) är oviss. Kommunen ser att framtiden kan innebära större investeringar i framtiden, som till exempel textiltunnor vid hushåll men väljer att avvakta tills lagen blir tydligare och att producentansvaret finns.

Kommunerna har en viss inblick i företagen och hävdar att modeföretagen lyser med sin frånvaro just nu. Kommunrepresentanten understryker också att det i dagsläget är både billigt att köpa nytt samtidigt som trender kommer och går väldigt fort. Det i sin tur, med den nya textilavfalls-lagen innebär att det blir väldigt mycket kläder i rotation, vilket bör påverka företagens strategier. Att produkter som är anpassade efter mikrotrender kräver låga priser och snabb omsättning försvårar hållbara returstrategier.

Kommunrepresentanten menar att ett införande av producentansvar kan innebära att modeföretagen tvingas att bära kostnader för sitt eget textilavfall (inklusive deras konsumenters avfall). Det i sin tur tillsammans med den nya textilavfallen kan minska returerna och bidra till att företagens returstrategier blir mer hållbara. Kommunen ser alltså inte att företagen behövt ändra särskilt mycket i returhanteringsstrategin än utan att den stora förändringen kommer ske i samband med att producentansvaret införts.

5. DISKUSSION

I avsnittet *diskussion* diskuteras teori- och metoddelarna i denna studie. Vidare kommer resultatet till frågeställningarna diskuteras.

5.1. Diskussion om studiens teoridel

Ekologisk och ekonomisk hållbarhet har till stor del utgjort analysramen i detta examensarbete. Samtidigt lyfts en tredje dimension fram: lagstiftning. I modeföretagens förändringsarbete har nya lagar också (förutom ekonomiska och ekologiska anledningar) visat sig vara en faktor. När frivilliga initiativ eller konsumentpåverkan inte är tillräcklig motivation för förändring fungerar lagstiftning som en extern drivkraft. Lagar och regler syftar till att styra individer och företag i en riktning som främjar en hållbar och trygg framtid. Lagar fungerar därmed som ett verktyg för att styra företagens agerande i en mer hållbar riktning. Därmed blir lagar en tredje dimension och blir en indirekt hållbarhetsdimension.

Ny lagstiftning medför dock inte enbart positiva effekter. För det enskilda företaget kan nya regler och lagar innebära omfattande och kostsamma omställningar. Samtidigt som lagar i ett större perspektiv främjar hållbarhet kan det bidra till att ett företag inte klarar av omställningen. En omfattande omställning innebär ofta stora kostnader och kan vara början på slutet för ett mindre företag. Det i sin tur kan innebära att näringslivet är dominerat större företag som klarar omställning medan mindre företag sällas bort. Detta kan i sin tur leda till att näringslivet domineras av större aktörer som har resurser för en omställning medan mindre företag riskerar att slås ut. Det är därför avgörande att omställningen sker i en takt som även möjliggör för mindre företag att anpassa sig. Nya lagar framställda främst för företag har idag ofta miljömål i grunden, vilket är direkt kopplat till ekologisk hållbarhet. Samtidigt påverkar ofta lagarna företagets ekonomiska status, vilket gör nya lagstiftningar indirekt kopplade till ekonomisk hållbarhet.

5.1.1. Framtidsperspektiv

Införandet av lag om textilsortering den 1 januari 2025 och ett producentansvar väntas tyder på ett större skifte inom modeindustrin. Företagen har därmed gått från att ha kontroll över sina egna flöden till att i allt högre grad styrs av vad lagstiftningen tillåter. Det i sin tur kan tolkas som att miljömässiga hållbarhetsaspekter inte längre är valfria för företagen. Det blir något som

företagen måste förhålla sig. Lagarna fungerar därmed som en drivkraft som kan påskynda övergången från dagens linjära system till mer cirkulära och hållbara affärsmodeller.

Ett konkret exempel som illustrerar lagstiftningens potentiella påverkan är frågan om fast fashion's framtid. Dagens konsumenter exponeras ständigt för kraftfull marknadsföring och reklam. Det bidrar till en ökad konsumtion, särskilt bland unga kvinnor där det ofta finns ett socialt tryck att ständigt uppdatera sin garderob med det senaste modet. För modeföretagen har fast fashion länge varit en ekonomiskt lönsam modell. Samtidigt skulle nya lagkrav kunna utmana denna modell och på sikt göra det nuvarande fast fashion konceptet föråldrat. Om lagstiftningen i framtiden fortsätter främja cirkulära flöden skulle framtidens affärsmodeller behöva utformas utifrån nya hållbarhetskrav.

Samtidigt är det viktigt att konstatera att förändring inte enbart kan ske med lagstiftning uppifrån i det större perspektivet. Konsumenternas efterfrågan styr marknaden och affärsstrategierna i stor utsträckning. Om fast fashion fortfarande är attraktivt bland konsumenterna kommer företagen sannolikt försöka anpassa sig till nya hållbara lagkrav utan att helt överge kortvariga trender. Trots ökad popularitet att handla begagnat kvarstår idealet om att klä sig i det senaste. Det innebär att det inte bara krävs nya lagar, konsumenterna måste också ändra attityd och värderingar. Nya hållbara lagar kan driva företag i rätt riktning men det måste också finnas en vilja hos konsumenterna. Företagen kommer fortsätta ge konsumenterna det som efterfrågas för att fortsatt vara relevanta. Sammanfattningsvis krävs både skärpt lagstiftning och förändrade konsumentbeteenden för att fast fashion ska kunna fasas ut.

5.2. Diskussion om studiens metod

Kvalitativa forskning tillåter olika slutsatser och förklaringar för samma undersökning, trots användningen av samma metod, eftersom analysen baseras på forskarens tolkningar (Denscombe 2018). Forskarnas bakgrund och erfarenheter kan samtidigt påverka datainsamling och analys vilket i sin tur kan påverka objektiviteten. Ännu en aspekt som kan diskuteras gällande objektiviteten är att även dokumentanalysen baseras på redan tolkade data. Vid genomförandet av intervjuer är det viktigt att forskaren håller sig objektiv eftersom det finns en risk att påverka respondentens svar utifrån exempelvis frågornas formulering. Urvalet av intervjupersoner och aktörer kan också påverka resultatet.

Denna studie visar kommunernas och expertens perspektiv, men att addera företagens egna erfarenheter hade kunnat fördjupa resultaten ännu mer och ge ett bredare perspektiv. Dessutom hade det varit värdefullt att exempelvis intervju Borås kommun, eftersom det är en central kommun för textilbranschen i Sverige. Deras deltagande hade tillfört flera perspektiv i kring strategier och utmaningar som företag möter, vilket skulle kunna bredda studien ytterligare.

5.3. Diskussion om studiens frågeställningar

I avsnittet 5.3 diskuteras studiens två frågeställningar.

5.3.1. Hur har modeföretagens utmaningar och strategier inom returhantering förändrats från mitten på 2010-talet till 2024?

5.3.1.1 Utmaningar

Studiens resultat visar utvecklingen och förändringen av returhanteringen inom modebranschen från mitten av 2010-talet till 2024. Denna är ett resultat av flera olika faktorer bland annat digitalisering, ökat medvetenhet kring hållbarhet, förändrat konsumentbeteende, samt nya regelverk. Resultatet visar även att det finns återkommande utmaningar men också att utmaningar blir mer komplexa.

Under mitten av 2010-talet var utmaningarna kopplade till returhantering främst relaterade till logistiska och ekonomiska aspekter i samband med den snabbt växande e-handeln. Företagen stod inför utmaningen att hantera svårförutsägbara returer och ökade returvolymerna som krävde effektiva system för transport, kundservice och lagerhantering. Det saknades även integrerade IT-system mellan fysisk handel och e-handel vilket bidrog till en mindre effektiv hantering av returer. Kostsamma returer gjorde att returerna inte betraktades som en värdeskapande del av affärsstrategin vilket minskade företagens strävan att utveckla returprocesserna. Det förekom också ett konsumenttryck som gjorde att företagen erbjöd generösa returpolicyer vilket ökade returerna och därmed kostnaderna.

Vid 2024 visar resultatet att utmaningarna gällande returvolymerna och svårförutsägbarhet fortfarande är aktuella, men har fördjupats och blivit mer komplexa. Konsumentbeteende beskrevs som en förstärkande faktor till returutmaningarna. Exempelvis att kunder beställer

flera storlekar och ökade kreditköp. Detta visar att returer inte enbart är en logistisk utmaning utan det krävs att företagen förstår relationen mellan returer och kundbeteenden. Detta ökar komplexiteten och gör även att företag behöver anpassa returprocessen till snabba trender som bidrar till överkonsumtion och samtidigt behålla lockande priser.

Hållbarhet har blivit alltmer central men ekologiska utmaningar kvarstår så som utsläpp. Under mitten av 2010-talet var fokuset mer på den ekonomiska lönsamheten och det var en utmaning för företag att balansera kundnöjdhet och ekologisk hållbarhet. Trots att det fanns hållbarhetsmodeller såsom TBL, var det svårt för företag att applicera modellen i sin returlogistik. Under 2024 visar artiklarna att företagen har ett större hållbarhetsfokus men utmaningen att balansera kundnöjdhet och ekologisk hållbarhet kvarstår. Både tidsperioderna diskuterar lågvärdeprodukter som en utmaning. Under 2010-talet beskrevs returhanteringen för sådana produkter bli kostsam för företaget men under 2024 förklaras att sådana produkter gör återvinning och reparation mindre lönsamt, vilket kan tyda på en förändring som lutar åt ökad medvetenhet kring hållbarhet.

En återkommande utmaning som lyft fram i dokumentforskningen och i intervjun med Göteborgs stad, som relateras till kundbeteende, är *wardrobing/renting*. Alltså att köpa en produkt med avsikt att använda och sedan returnera produkten. Detta är en intressant aspekt utifrån ekologisk och ekonomiska hållbarhet. Idag är integrationen mellan e-handel och butiker mycket mer utvecklat än under 2010-talet, vilket förenklar för kunder att exempelvis beställa online och sedan returnera gratis till den fysiska butiken. Risken för att kunder tar hastiga beslut och beställer mer än vad som egentligen behövs ökar. Detta påverkar miljön negativt eftersom det ökar transporterna och därmed utsläppen. Även marknadsföringen som uppstår på sociala medier skapar snabba trender och påverkar också kundbeteendet. Dessa två aspekter har förändrats sedan 2010-talet, samtidigt gynnas företagen av det eftersom marknadsföringen bidrar till ökad försäljning men ökar samtidigt risken för *wardrobing/renting*, som är kostsamt för företag. Detta visar att generösa returvillkor kan utnyttjas och missgynna ekologiska och ekonomiska hållbarheten, vilket möjligtvis kan hindras med hjälp av nya lagar eller förändrade returvillkor.

Idag förekommer fler lagar som tvingar företag att integrera hållbarhet i sina verksamheter, såsom politiska styrningar från EU, till exempel EU:s strategi hållbara textilier. Samtidigt är företag oroliga över att förlora kunder på grund av ökade priser som orsakas av ökad

användning av hållbara material. Dessutom uttrycker flera aktörer att effektiv och hållbar returlogistik försvåras på grund av exempelvis brist på tydliga riktlinjer, infrastruktur och transparens i branschen.

Utmaningar relaterade till implementering av regelverk är en annan aspekt som har förändrats. Under 2010-talet beskrevs det som en konkurrensfördel att anpassa sig till nya lagar och företag såg nya lagar som en utmaning. Under 2024, i samband med EU:s initiativ: förbud mot destruktion av osålda varor, ansåg företagen inte detta inte som en utmaning utan snarare en drivkraft till ökad hållbarhet. Det pekar på en proaktiv syn när det kommer till lagförändringar men även hållbarhet.

5.3.1.2 Strategier

Under mitten av 2010-talet låg fokus främst på kundnöjdhet och affärsstrategierna formades i stor utsträckning utifrån kundens behov. Affärsstrategin formades i stort sett efter kunden. Returstrategierna var därför generösa och modeföretagen erbjöd bland annat gratis returer och generösa returregler för att vinna konkurrensfördelar.

År 2024 strävar företagen mot att balansera kundförväntningar med ett ökat miljöansvar. Eftersom flera nya lagar har tillkommit sedan mitten av 2010-talet ställs högre krav på företagans ansvarstagande kopplat till hållbarhet. Vid implementering av nya hållbarhetslagar krävs strategiskt arbete. För många företag är detta en utmaning, men företagen som lyckas etablera fungerande lösningar kan vinna konkurrensfördelar. Olika företag väljer olika strategier där vissa arbetar mer förebyggande exempelvis genom att erbjuda bra storleksguider och produktbeskrivningar för att minska antalet returer.

Är detta ett tecken på att miljömedvetenheten bland företagen ökar, eller är det främst lagstiftningen som driver på förändringen? Troligtvis spelar påtryckningar i form av nya lagar och regler en betydande roll. Det finns visserligen exempel på företag som prioriterar hållbarhet, men kostnaden är ofta för hög för att företag ska vara motiverade nog. Därför krävs det ofta nya lagar för att företag ska investera i hållbarhet. Samtidigt är det faktiskt inte bara lagarna som påverkar, många gånger finns det även efterfrågan från konsumenter. Till följd av nya lagar och ett ökat hållbarhetskrav från konsumenter har hållbarhet fått en mer central roll i företagans affärsstrategier. Utvecklingen framåt drivs av kombinationen lagar, konsumentens efterfrågan och företagans egna strategier.

Under mitten av 2010-talet betraktades returhantering som en nödvändig men lågprioriterad del av verksamheten. Det var vanligt att företag outsourcade resurshanteringen eller fokuserade på att hantera returer billigt och snabbt.

Returhanteringen är år 2024 en integrerad del av affärsstrategin för många modeföretag. Företag investerar mer tid och resurser för att utveckla fungerande strategierna. Ofta baseras strategierna på data och analyser mer fokus på hållbarhet.

Tidigare var returstrategierna relativt enkla. Vissa företag valde att bränna returnerade plagg, andra sorterade och sålde vidare via exempelvis outlets och många outsourcade hela processen. Alternativen var få och ofta styrda av kostnadsaspekter. 2024 hade företagen utvecklat en rad olika returstrategier vilket förklaras av ett miljöansvar och att returstrategierna numera är integrerade i företagets övergripande affärsmodell. Returnerade plagg sorteras och säljs i högre grad än tidigare och det finns en ambition att reparera skadade plagg för att förlänga livslängden.

När e-handeln var nytt fanns det inte särskilt mycket regleringar, i mitten på 2010-talet fanns heller inte den ökade medvetenheten om hållbarhet i samma utsträckning som idag. 2024 måste företagen förhålla sig till ökade antal regleringar samtidigt som konsumenterna ställer högre krav på transparens och hållbarhet. Det innebär att yttre påverkan kommer både från lagstiftare och konsumenten. När kraven ökar på företagen måste strategierna anpassas. Företag som har välutvecklade strategier och på ett enkelt sätt kan implementera nya regelverk har en tydlig fördel. Samtidigt som fördelen kan minska i framtiden, då hållbara returhanteringsstrategier förhoppningsvis blir norm snarare än undantag.

5.3.2. Hur påverkar den nya textilavfallslagen från 2025 modeföretagens returhanteringsstrategier och vilka utmaningar medför den?

5.3.2.1 Utmaningar

Införandet av den nya textilavfallslagen från 1 januari 2025 medför olika utmaningar för modeföretagen, både i nuläget och i samband med framtida producentansvaret. En central

utmaning är att lagen upplevs som otydlig och ofullständig, eftersom den inte inkluderar tydliga riktlinjer för vad som ska ske med det insamlade avfallet. Idag ansvarar kommuner och modeföretag med avfallsansvar för avfallet. Ett införande av producentansvar skulle tvinga företagen att i större utsträckning behöva ta ansvar för sitt textilavfall och vad som händer med det.

Det framtida producentansvaret skapar osäkerhet för företagen, som inte vet hur processerna ska anpassas eller hur investeringar i infrastrukturen bör genomföras, särskilt om det kanske måste justeras inom en snar framtid. Producentansvaret kommer att innebära en förändring för företagen eftersom ansvaret över sina produkter kommer att öka även efter försäljning, vilket kommer ställa krav på mer cirkulära affärsmodeller. Även om vissa företag redan deltar i forskningsprojekt och samarbetar med kommuner, framgår det också att många inte anpassat sina strukturer eller har resurser som krävs för att möta denna omställning.

En intressant aspekt hade varit att undersöka hur producentansvaret i Frankrike har påverkat modeföretagens returlogistik. Att studera hur modeföretagen i Frankrike har anpassat sig till producentansvaret skulle kunna förbereda svenska modeföretagen. Detta kan ge värdefulla instinkter gällande utmaningarna som franska modeföretagen har mött i samband med implementering och vilka strategier som utvecklats för att effektivt hantera avfallet. Ännu ett perspektiv skulle kunna vara att jämföra Göteborgs stads teori gällande att producentansvaret kan uppmuntra företagen att minska avfallet, med faktiska utvecklingen gällande detta i Frankrike.

Ytterligare en utmaning är kostnaden för att hantera avfall. Ett exempel är manuell arbetskraft såsom klädsortering, vilket är resurskrävande i form av tid, arbetskraft och pengar. I en bransch där priset ofta utgör en avgörande konkurrensfördel är det därför svårt för modeföretag att driva returlogistik som är lönsam, förhåller sig till lagen och är hållbar. Dagens konsumtionsmönster förklaras också som en utmaning eftersom det är billigt att köpa nytt och mikrotrender dominerar. Vilket påverkar returhanteringen negativt eftersom det ökar textilavfallet och försvårar hållbart arbete.

5.3.2.2 Strategier

När det i dagsläget varken finns något producentansvar eller tydliga riktlinjer gör det att företagen väntar med större investeringar eller att skapa en strategisk omställning. Vilket innebär att företagen ännu inte ändrat sina returhanteringsstrategier i praktiken.

Ett resultat av detta väcker frågor om hur effektiv lagstiftningen verkligen är. Rent praktiskt, vad gör textilavfallslagen hållbar när den tolkas som ofullständig? Lagen är ett av flera startskott för en mer cirkulär textilindustri. Som tidigare nämnt kan inte utvecklingen gå för fort om alla småföretag ska ha möjlighet till att följa utvecklingen. Det är viktigt att det finns en balans.

Experten från Högskolan i Borås understryker att producentansvaret kommer vara den stora anledningen till förändring. Producentansvaret väntas inom några år och företagens ansvar gällande avfall kommer öka betydligt. Det kommer sannolikt kräva omfattande omställningar i returhanteringen, till exempel genom bättre sortering, rapporteringssystem och samarbete med återvinningsaktörer.

För modeföretag innebär den ”halva” lagen att det försvårar planering av långsiktiga strategier. I väntan på producentansvaret kan företagen försöka att förbereda sig men det är inte helt enkelt. Företagen har påbörjat projekt och samarbeten för att testa cirkulära flöden. Experten menar att det finns en vilja att förändras, men flera företag saknar resurser och tydliga riktlinjer. Det i sin tur tyder på ett behov av statligt stöd, bland annat genom tydligare lagstiftning och branschgemensamma lösningar. Detta illustrerar en tydlig spänning mellan företagens ambitioner och deras faktiska förutsättningar att genomföra förändringar. Det finns en vilja om att ställa om men vid avsaknad av stöd riskeras eventuell osäkerhet i hela branschen.

Experten varnar för att företag som väntar med att anpassa sig kommer att få det svårt när lagkraven skärps. Företagen som har ett proaktivt förhållningssätt idag, till exempel genom att utforma hållbara returstrategier kommer stå bättre rustade när producentansvaret träder i kraft eller när andra lagar behöver implementeras. Ett företag som investerar tidigt i cirkulära strategier kan förutom att möta framtida lagkrav även stärka sin affärsmodell i en tid där konsumenten efterfrågar det.

Lagen är diffus just nu, men ett proaktivt arbete gällande returstrategier kan ses som en möjlighet att skapa en konkurrensfördel. Det återstår att se om frivilliga initiativ är tillräckliga eller om det krävs ännu hårdare lagkrav för att skapa märkbar förändring i modebranschen.

6. SLUTSATSER

Syftet med arbetet var att undersöka hur modeföretagens utmaningar och strategier kopplat till returhantering har förändrats från mitten på 2010-talet till 2024 samt hur den nya textilavfallslagen påverkar utmaningarna och strategierna. Studien har också syftat till att analysera hur den nya textilavfallslagen som kom 1 januari 2025 påverkar strategier och utmaningar kopplat till returhantering.

För att uppnå studiens syfte har arbetet fokuserat på två centrala frågeställningar. Dels hur företagens utmaningar och strategier utvecklats över tid, dels hur den nya textilavfallslagen påverkar utmaningarna och strategierna kopplat till returhantering.

6.1. Identifierade utmaningar kopplade till returhantering – slutsatser och reflektioner

Ökningen av returvolymerna har under det senaste decenniet varit en stor utmaning. Den kraftiga tillväxten av e-handeln, tillsammans med förändrade konsumentbeteenden såsom bedräglig returhantering (exempelvis *wardrobing/renting*) har lett till en ökad belastning på returlogistiken. Att förutse returflöden är en utmaning som försvårar planering och lagerhållning. Utmaningen var påtaglig redan under mitten av 2010-talet och kvarstår även 2024.

På grund av nya lagkrav som sortering och ökat miljömässigt ansvar ökar kostnaderna kopplat till returhantering. Dessutom upplever många företag osäkerhet kring tolkning och implementering av lagarna vilket i sin tur leder till ett ökat behov av kunskap.

Bristande IT-system och ett ökat behov av komplexa sorteringslösningar gör att effektivisering av returhanteringsstrategier är kostsam och krävande. Det är en utmaning att sortera, återvinna och återbruka textilier då det krävs mycket resurser samtidigt som textil är svårt att nedcykla vid återvinning. Det gör att textilier är en relativt otacksam produkt att skapa cirkulär ekonomi kring.

Konsumenterna har också förväntningar på företagen, dels med generösa returpolicyer, dels att företagen gärna ska vara hållbara. Det skapar en utmaning för företagen att kunna balansera konsumenternas förväntningar samtidigt som den ekonomiska hållbarheten ska fungera.

Sammanfattningsvis visar studien att utmaningarna kopplade till returhantering har blivit större och svårare att tackla för företagen. Utmaningarna har också blivit fler i takt med ökningen av e-handeln, nya regelverk att förhålla sig till och balansera ökade förväntningar från konsumenter. Med tanke på detta behöver modeföretagen utveckla mer anpassade och hållbara lösningar.

6.2. Identifierade strategier kopplade till returhantering – slutsatser och reflektioner

Studiens resultat visar att returhanteringsstrategierna från mitten av 2010-talet hade ett stort kundfokus och företagen erbjöd konsumenterna generösa returvillkor. Det fanns ett stort fokus på att tillfredsställa konsumentens behov och att samtidigt minimera kostnader genom exempelvis outsourcing. Strategierna betraktades främst som operativa och var inte en del av den större kedjan eller affärsstrategin.

År 2024 har det dock tillkommit flera lagkrav och returhantering ses nu som en del av företagets affärsstrategi. Hållbarhet, smarta affärsmodeller och lagstiftning formar dagens returhanteringsstrategier. Företagen har börjat arbeta mer proaktivt, bland annat genom analyser av data, utveckla tydliga produktbeskrivningar och utöka externa samarbete med exempelvis forskning. Samtidigt kvarstår flera strategier från mitten på 2010-talet, bland annat outsourcing företag uppgiften till tredjepartsföretag. Dock har drivkrafterna bakom förändrats, tidigare var främsta anledningen till outsourcing en ekonomifråga medan främsta anledningen idag är att uppfylla lagkrav.

Den nya textilavfallslagen har hittills inte lett till några större förändringar i praktiken, anledningen till det är att den anses ofullständig. Idag saknas det krav på vad som ska hända med textilavfallet och speciellt när producentansvaret ännu inte trätt i kraft. Många företag väljer att avvakta med större investeringar tills att lagstiftningen blir fullständig. Trots osäkerhet kring den nya lagen har den fungerat som ett startskott för att hela branschen ska gå mot fler hållbara och cirkulära lösningar.

6.3. Bedömning av resultat och metod

Studien har gett en inblick i hur strategier och utmaningar utvecklats över tid, samtidigt som resultatet bör tolkas med viss försiktighet. Eftersom studien bygger på kvalitativa källor och intervjuer är resultaten inte generalisera till hela branschen. Det hade varit önskvärt att inkludera fler intervjuer, särskilt med modeföretag och andra aktörer med nära koppling till branschen.

Anledningen till att dessa intervjuer uteblev är att flera modeföretag tackat nej till medverkan, vilket troligen beror på tidsbrist eller låg prioritering av externa studier. Det begränsade antalet intervjuer kan ha lett till färre perspektiv vilket i sin tur kan ha påverkat studiens bredd och djup.

Trots detta har kombinationen av intervjuer och tidigare forskning bidragit till att skapa en förståelse för ämnet. För att ytterligare fördjupa studien hade fler försök till intervjuer kunnat göras för att nå ut till andra aktörer eller alternativa respondenter.

6.4. Rekommendationer till fortsatt arbete

Ett återkommande ämne genom stora delar av studien är producentansvaret. Rekommendationer till fortsatt arbete är att följa upp effekterna vid införandet av producentansvaret. Hur agerar företagen då, vilka utmaningar dyker upp och vilka strategier använder sig företagen av vid en implementering.

KÄLLFÖRTECKNING

Adesoga, T.O., Olaiya, O. P., Onuma, E.P., Aljayi, O.O., Olagunju, O. D. (2024). Review of reverse logistics practices and their impact on supply chain sustainability. *International Journal of Science and Research Archive*, 12 (2), 162–168. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.2.1216>

Andreasson, L. Nordenson, H. (2014). *Returhantering inom e-handeln: En fallstudie av fyra modeföretag i Sverige* [Kandidatuppsats, Göteborgs Universitet]. GUPEA. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/37009/gupea_2077_37009_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Andersson, M. Ringeby, S. (2018). *Returhantering av kläder inom E-handel: öka lönsamheten genom att minimera onödiga returer* [Examensarbete, Högskolan i skövde]. Diva. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1220416&dswid=2884>

Berglund, H. Lundqvist, M. Strindler, L. (2024). *Implementering av cirkulära affärsmodeller inom textilindustrin: en fallstudie kring utmaningar och möjligheter i anpassning till EU:s strategi för hållbara och cirkulära textilier* [Bachelor thesis, University of Borås]. Diva. <https://hb.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1897840&dswid=2089>

Brolin, S. Lundgren, I. (2024). *Return handling practices and strategies: towards sustainable e-commerce in the fashion and electronics industries* [Degree project, KTH]. Diva. <https://kth.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1897901&dswid=-9748>

Casciani, D., Chkanikova, O., Rudrajeet, P. (2022). Exploring the nature of digital transformation in the fashion industry: opportunities for supply chains, business models, and sustainability-oriented innovation. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 18(1), 773–795. <https://doi.org/10.1080/15487733.2022.2125640>

Denscombe, M., (2018). *Forskningshandboken: För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* (4 uppl.) Studentlitteratur.

Fegan, A. (2017). *Krav på lagändring efter avslöjande om H&M:s brända kläder*. SVT. <https://www.svt.se/nyheter/granskning/ug/krav-pa-lagandring-efter-avslojande-om-h-och-m-s-branda-klader>

Göteborgs stad. (u.å.) *Politikerhandboken*. <https://goteborg.se/wps/portal/enhetssida/politikerhandboken/politiker-i-namnd/hallbar-utveckling#:~:text=En%20hållbar%20utveckling%20är%20en,ekologiska%20hållbarhet%20och%20ekonomisk%20hållbarhet.>

John, R. Rahman, M. (2024). An examination of 3R (Reuse-remanufacturing-recycling) challenges in the reverse logistics process of the textile and clothing industry. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/17543266.2024.2426042>

SFS 1990:932. *Konsumentköplagen*. Justitiedepartementet https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/konsumentkoplag-1990932_sfs-1990-932

KTH. (2024). *Ekologisk hållbarhet*. <https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekologisk-hallbarhet-1.432074>

KTH. (2024). *Ekonomisk hållbarhet*. <https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekonomisk-hallbarhet-1.431976>

Lindgärde, K. (2022). *Returnerade varor slängs – billigare än att sälja igen*. Lunds universitet. <https://www.lu.se/artikel/returnerade-varor-slang-billigare-att-salja-igen>

Naturvårdsverket. (2024). *Avfallsbehandling i Sverige*. <https://www.naturvardsverket.se/data-och-statistik/avfall/behandling-avfall-sverige/>

Naturvårdsverket. (2024). *Krav på separat insamling av textilavfall*. <https://www.naturvardsverket.se/vagledning-och-stod/avfall/krav-pa-separat-insamling-av-textilavfall/>

Naturvårdsverket. (2024). *Textil*. <https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/textil/>

Roberts, H., Milios, L., Mont O., Dalhammar, C. (2023). Product destruction: Exploring unsustainable production-consumption systems and appropriate policy responses. *Sustainable Production and Consumption*, 35, 300-312. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.11.009>

Statista. (2025). *Retail e-commerce sales worldwide from 2014-2027*. Hämtad 1 februari, 2025, från <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

Taha, R. Lau, I. m. (2024). *Product returns in fashion e-commerce: a qualitative study exploring identity, culture and norms* [Thesis for one-year master, University of Borås]. Diva. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1912539&dswid=3656>

Thornéus, E. (2023). *Forskaren: Räkna med att plaggen du skickar tillbaka slängs*. Aftonbladet. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/rldOva/forskaren-rakna-med-att-plaggen-du-skickar-tillbaka-slang>

Vetenskapsrådet. (2024). *Etik i forskningen och god forskningssed*. <https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html>

**INSTITUTIONEN FÖR TEKNIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
AVDELNINGEN FÖR TEKNIK, VETENSKAP OCH SAMHÄLLE
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA**

Göteborg, Sverige 2025
www.chalmers.se



CHALMERS