



BACHELOROPPGAVE

Miljømessig bærekraft i frivillige organisasjoner

Environmental sustainability in non-profit-organizations

246 – Martine Løvlie Tuvmarken

253 – Helene Ågren

ØKONOMI OG JUS

INSTITUTT FOR ØKONOMI OG ADMINISTRASJON

BO6-2011

VEILEDER: ATANU KUMAR NATH

19.05.21

Vi bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet, er oppgitt, *jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.*

FORORD

Denne bacheloroppgaven er en avsluttende oppgave i forbindelse med et treårig bachelorprogram; Økonomi og jus, ved Høgskulen på Vestlandet. Det har vært tre utfordrende, spennende og lærerike år som vi ikke ville vært foruten. Gjennom studietiden har vi tilegnet oss kunnskap og erfaringer om både oss selv, hverandre og om næringslivet vi skal inn i. Vi har begge lært spesielt mye om temaet bærekraft som er interessant for fremtiden.

En stor takk rettes til veilederen vår, Atanu Kumar Nath, som har bidratt til en lærerik skriveprosess. Han har gitt svært god oppfølging underveis og kommet med gode tilbakemeldinger som motiverte og inspirerte oss til videre arbeid. Vi vil også takke representantene fra Fretex og NLM Gjenbruk som stilte opp med engasjement og entusiasme til oppgaven vår, og som hjalp oss mye med forståelse for temaet. Til slutt vil vi takke familie som har bidratt med korrekturlesning av oppgaven.

Vi håper at dere finner oppgaven vår interessant.

Takk!

Sogndal, mai 2021

Martine Løvlie Tuvmarken

Helene Ågren

SAMMENDRAG

I denne oppgaven studeres frivillige organisasjoners arbeid med miljømessig bærekraft; spesielt ved innsamling av tekstiler. Studien fokuserer på, og forsøker å svare på hvilke drivere og barrierer organisasjonene har for bærekraftig arbeid, og hvordan klesinnsamling fører til miljømessig bærekraft. Dette temaet er høyst aktuelt i forbrukersamfunnet vi lever i og for fremtidens generasjoner. Studien fokuserer på Fretex og NLM (Norsk Luthersk Misjons-samband) Gjenbruk som representative organisasjoner for oppgaven.

Teorien i oppgaven tar for seg en definisjon av bærekraft, og hvordan bærekraften foregår i Norge. Studien undersøker også tekstilindustri, og hvordan nordmenn forbruker tekstiler. Håndtering av avfall i Norge er også en sentral del av teorikapitlet.

Datamaterialet er samlet inn ved hjelp av kvalitativ forskningsmetode der dokumentanalyse av nettsidene til Fretex og NLM Gjenbruk og dybdeintervju med en representant fra hver av de to organisasjonene danner grunnlaget for analysen. 'Cross-case analyse' brukes for å sammenligne internorganisatoriske funn med teori.

Funnene våre viser at klesinnsamlingen er viktig for miljømessig bærekraft i Norge fordi nordmenn kjøper mye nytt og er dårlige på å kjøpe brukt. Ved å samle inn de brukte klærne og tekstilene våre kan organisasjonene sørge for at klærne blir håndtert i tråd med avfallshierarkiet for en mest mulig miljømessig bærekraftig utvikling.

Videre kommer det tydelig frem at samfunnet vårt har uløste oppgaver ved håndtering av store mengder tekstiler som ikke er gode nok for direkte gjenbruk, men som heller ikke skal kastes i restavfall fordi de kan ødelegge sorteringsmaskinene.

ABSTRACT

This bachelor thesis intends to investigate how non-profit organizations work towards creating environmental sustainability especially with regards to collecting textiles. The study focuses on and seeks to answer the drivers and barriers the organizations have for sustainable work, and how collecting clothes can lead to environmental sustainability. This subject is increasingly topical in the consumer society we live in and for future generations. The research focuses on Fretex and NLM (Norwegian Lutheran Mission Relationship) Gjenbruk as the representative organizations for the purpose.

The theory in this thesis includes definitions of sustainability and sustainable work in Norway. It further discusses the textile industry and the Norwegians textiles consumption patterns. Handling of waste in Norway is also a central part of the theory chapter.

The data has been collected using the qualitative research method where an analysis of Fretex and NLM Gjenbruks webpages and interviews with a representant from the two organizations creates the foundation for our analysis. Cross case analysis is conducted to compare inter-organizational findings with theory.

Our results show that collecting clothes are important for environmental sustainability in Norway because Norwegians are good at buying new things, instead of buying used items. By collecting our used clothes and textiles, the organizations can ensure handling in line with the waste hierarchy providing optimal environmental sustainability.

Furthermore, our society clearly has difficulties with handling textile quantities that cannot be reused or thrown in residual waste. Due to possible machine damages.

INNHALDSFORTEGNELSE

KAPITTEL 1 – INTRODUKSJON.....	6
1.1. BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA	6
1.2. PROBLEMSTILLING	8
1.3. OPPGAVENS OPPBYGNING	9
KAPITTEL 2 – TEORI	10
2.1. BÆREKRAFTIG UTVIKLING.....	11
2.1.1. DEFINISJON.....	11
2.1.2. DE TRE DIMENSJONENE.....	12
2.1.2.1. DEN TRIPLE BUNNLINJEN.....	14
2.1.3. SMAL OG BRED BÆREKRAFT	14
2.1.4. SAMFUNNSANSVAR	15
2.1.5. BÆREKRAFTIG UTVIKLING I NORGE.....	15
2.2. ORGANISASJONSSTRUKTUR	16
2.2.1. FRIVILLIGE ORGANISASJONER	18
2.3. TEKSTILINDUSTRIEN	19
2.4. AVFALLSHIERARKIET.....	21
KAPITTEL 3 – METODE	24
3.1. INTRODUKSJON.....	24
3.2. VALG AV FORSKNINGSDESIGN OG METODE.....	24
3.2.1. KVALITATIV METODE.....	24
3.2.2. CASE-STUDIE	25
3.3. UTVALG.....	27
3.4. DATAINNSAMLING.....	27
3.4.1. PRIMÆR OG SEKUNDÆR DATA.....	27
3.4.2. DOKUMENTANALYSE	28
3.4.3. DYBDEINTERVJU	28
3.4.3.1. SEMISTRUKTURERT INTERVJU	29
3.5. VALIDITET OG RELIABILITET	29
3.5.1. INTERN OG EKSTERN VALIDITET	30
3.5.2. RELIABILITET.....	30
3.6. ETISKE BETRAKTNINGER.....	31
3.7. DATAANALYSE.....	31
KAPITTEL 4 – RESULTATER	32
4.1. FRETEX.....	32
4.2. NLM GJENBRUK.....	38
KAPITTEL 5 – ANALYSE	43
5.1. DRIVERE OG BARRIERER.....	44
5.2. KLESINNSAMLING OG MILJØMESSIG BÆREKRAFT	49
KAPITTEL 6 – USIKKERHET	54
KAPITTEL 7 – KONKLUSJON	55
LITTERATURLISTE	57

KAPITTEL 1 – INTRODUKSJON

1.1.BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA

«Verdens verste miljøforurensere etter oljeindustrien er tekstilindustrien» (Gjermundbo, u.å.-d). Det er omdiskutert hvor mye klesindustrien forurensere miljøet og kloden, men det er utvilsomt blant klimaverstingene. McKinsey-forskning viser til at klesindustrien sto ansvarlig for omtrent 2,1 milliarder tonn utslipp av klimagasser i 2018. Dette utgjør fire prosent av den totale summen, noe som tilsvarer samme mengde drivhusgasser per år i Frankrike, Tyskland og Storbritannia til sammen (McKinsey, u.å.).

FNs allianse for bærekraftig mote viser derimot at klesindustrien utgjør langt mer enn 4 %. Der går det frem at klesindustrien er en klimaversting og er den nest største forbrukeren av vann. Videre er moteindustrien ansvarlig for 8-10% av verdens karbonutslipp. FNs allianse for bærekraft viser til at dette utgjør mer enn alle internasjonale flyvninger og maritim sjøfart til sammen. Deler av disse utslippene kommer fra pumping av vann for å kunne vanne avlinger av bomull, oljebaserte plantevernmidler samt fra utslipp ved transport. Moteindustrien har en samlet verdi på omtrent 2,4 billioner norske kroner der 75 millioner mennesker er sysselsatt over hele verden. Hvert år mister denne bransjen nærmere 500 milliarder kroner på grunn av mangel på gjenvinning, og at klær kastes før de blir solgt (UN, 2019).

Norge er det landet med høyest forbruk i Europa rett etter Luxemburg. «Nordmenn kaster 23 kilo klær per innbygger per år», og hvert femte plagg i klesskapet vårt blir sjelden eller aldri brukt (Klepp & Laitala, 2016). Ifølge Røde Kors sine nettsider har hver nordmann 80 kilo tekstiler hver og kaster 9 kilo årlig (Røde Kors, u.å.). For hver kilo tekstil som leveres inn for enten gjenbruk eller gjenvinning, sparer vi miljøet for omtrent 10 kilo CO₂, en halv liter kjemikalier og nesten 2.500 liter vann. Donering av klesplagg er dermed med på å styre miljøet i en grønnere retning (Røde Kors, u.å.).

Vi i Norge har derfor flere organisasjoner som jobber for akkurat dette; Frivillig arbeid for å sørge for en mer bærekraftig og miljøvennlig tilnærming til forbruk av klær. Frelsesarmeen og Norsk Luthersk Misjonssamband (NLM) er to ideelle organisasjoner som samler inn klær og annet i sine innsamlingsbokser. Dette bidrar til en mer bærekraftig utvikling ved at ressursene utnyttes i form av eksempelvis gjenbruk av klær og tekstiler.

Vi synes det er interessant å se hvordan frivillige organisasjoner arbeider med bærekraftig utvikling, og hvordan de velger å benytte seg av allerede eksisterende ressurser. Frivillige organisasjoner er til en viss grad avhengig av oss forbrukere, og det er dermed også interessant å se hva vi som forbrukere kan gjøre for en mer bærekraftig utvikling. Ved å se på hvordan disse organisasjonene jobber for bærekraft, kan vi som forbrukere og kommersielle aktører lære mer om hva vi kan bidra med.

1.2. PROBLEMSTILLING

Basert på egne interesser og nysgjerrighet, samt litteratur og teori på området, har vi kommet til følgende problemstilling:

Hvordan jobber frivillige organisasjoner for miljømessig bærekraft i Norge?

Formålet med forskningen er å se nærmere på hvordan frivillige organisasjoner jobber for å utvikle bærekraft innen tekstilbransjen. Vi ønsker å undersøke hvilke drivere, fordeler og ulemper frivillige organisasjoner i tekstilbransjen har for å jobbe med bærekraft; spesielt ved hjelp av innsamlingen av klær. Det er interessant å se på hva som motiverer og hemmer frivillige organisasjoner mot en mer bærekraftig utvikling (Hope & Kjøniksen, 2020).

Vi avgrensner oppgaven til å handle om den nasjonale utviklingen av bærekraft da et globalt perspektiv er for omfattende. Derfor ønsker vi å se på hvordan arbeidet til norske frivillige organisasjoner fører til bærekraftig utvikling i Norge. Da ønsker vi å se nærmere på Frelsesarmeens arbeid og Norsk Luthersk Misjonssamband sin avdeling, kalt NLM Gjenbruk.

Bærekraftig utvikling består av tre dimensjoner; Sosiale, miljømessige og økonomiske forhold (FN, 2019). Vi avgrensner oppgaven til å handle om miljødimensjonen da dette er interessant i forhold til klesinnsamlingen i frivillige organisasjoner. Vi kom derfor frem til følgende forskningsspørsmål:

- Hvilke drivere og barrierer har frivillige organisasjoner for bærekraftig utvikling?
- På hvilken måte fører klesinnsamling til miljømessig bærekraft?

Disse besvarer vi i kapittel 5.

1.3. OPPGAVENS OPPBYGNING

Oppgaven består av sju deler. Det første kapitlet er en introduksjon til oppgaven. Introduksjonen inneholder bakgrunnen for og avgrensning av tema. Problemstillingen og forskningsspørsmålene blir presentert her.

I andre kapittel har vi relevant teori angående temaet. Her kommer rammeverket for den grunnleggende informasjonen rundt problemstillingen frem. Denne teoridelen legger grunnlaget for analysen og utarbeidingen av intervjuguiden.

Videre kommer metoden i kapittel 3 hvor vi gjør rede for valget av metode, datainnsamling, intervju og dokumentanalyse. Andre begreper som er relevant for oppgaven, defineres i dette kapitlet.

I kapittel 4 kommer resultatet av datainnsamlingen vår. Denne innsamlingen har vært gjennom dokumentanalyse og intervju. De funnene vi har fra dokumentanalysen la, grunnlaget for intervjuguiden.

Deretter kommer analysen av informasjonen vi fant i intervjuene og dokumentanalysen analysert i kapittel 5. Her svarer vi på forskningsspørsmålene.

Så kommer eventuelle usikkerheter og feiltrinn i oppgaven i kapittel 6.

Til slutt kommer konklusjonen i kapittel 7. Funnene i oppgaven legger grunnlaget for at vi her kan besvare problemstillingen.

KAPITTEL 2 – TEORI

I dette kapitlet gir vi en oversikt over de temaene og teoriene som er knyttet til bærekraftig utvikling i frivillige organisasjoner, samt i tekstilbransjen, for å danne et teoretisk rammeverk for analysen.

Vi begynner med å definere og avgrense begrepet bærekraft (2.1. og 2.1.1.). Teorien baseres videre på FNs mål for bærekraft og deretter de tre dimensjonene som ofte brukes for å definere bærekraft (2.1.2.). Vi skiller mellom de tre dimensjonene og den triple bunnlinjen (2.1.2.1.) da dette blir relevant for oppgaven videre. Deretter nevner vi noen måter å dele opp bærekraften på; både smal og bred (2.1.3.). Så defineres samfunnsansvar (2.1.4), og til slutt beskriver vi den bærekraftige utviklingen i Norge (2.1.5).

Videre i 2.2. ser vi på organisering, og hvilke typer organisasjoner som er interessante for oppgaven. Det blir relevant å definere begrepet «frivillige organisasjoner» (2.2.1.) da vi har valgt å se vekk fra tradisjonell tolkning av dette begrepet og formulert det til å passe for oppgaven.

I kapittel 2.3. introduserer vi tekstilindustrien (også kalt tekstilbransjen) og danner et bilde av oppgaven videre. Kapittel 2.3.1. tar for seg tekstilindustri i Norge, og 2.3.2. introduserer begrepet 'fast fashion'.

I det fjerde delkapitlet introduserer vi en modell for avfallshåndtering i Norge som blir svært relevant for oppgaven videre.

2.1. BÆREKRAFTIG UTVIKLING

‘Bærekraft’ er et populært uttrykk som brukes på mange områder. Det eksisterer nærmere 300 definisjoner på begrepet bærekraft og bærekraftig utvikling. Ulike forfattere, kilder og organisasjoner opererer med egne definisjoner. En konsekvens av dette er at begrepet bærekraft har mistet sin legalitet slik at det er lett å bli usikker på hva begrepet bærekraft faktisk betyr (Hansen, 2017).

Ifølge flere studier, eksempelvis Goodland & Daly (1996) og Gatto (1995), er det forskjell på begrepene ‘bærekraft’ (sustainability) og ‘bærekraftig utvikling’. Holden og Linnerud mener at begge begrepene baseres på *Vår felles fremtid* sin sentrale idé (Holden & Linnerud, 2018). Dette kommer vi tilbake til i definisjonkapitlet. I vår oppgave vil ikke forskjellen mellom «bærekraft» og «bærekraftig utvikling» være av stor betydning, og vi unnlater å diskutere forskjellene.

2.1.1. DEFINISJON

Vi har valgt å bruke rapporten til FNs verdenskommisjon for miljø og utvikling «Vår felles framtid», også kaldt Brundtlandkommisjonen, fra 1987 for å definere «bærekraftig utvikling». Bærekraftig utvikling er «Utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov» (WECD & Brundtland, 1987).

Med bakgrunn i Brundtlandkommisjonen innførte FN i 2015 en rekke mål for bærekraftig utvikling (Utenriksdepartementet, 2020). FNs bærekraftsmål er en internasjonal plan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikheter og stoppe klimaendringene innen 2030. Målene består av 17 mål og 169 delmål som skal fungere som en global retning for land, næringsliv og sivilsamfunn (WECD & Brundtland, 1987).



FIGUR 1: FNs BÆREKRAFTSMÅL, (UTENRIKSDEPARTEMENTET, 2020)

2.1.2. DE TRE DIMENSJONENE

En felles forståelse av begrepet bærekraft, er at det kan deles inn i tre kategorier (Hansen, 2017). Ifølge Carson (2019) handler bærekraft om å ta et «langsiktig ansvar for virksomheten og om forholdet mellom økonomi, sosiale forhold og miljø». Hun mener at bedrifter som klarer å balansere disse godt, er gode bærekraftige bedrifter. I profittmaksimerende bedrifter er det viktig å finne en balanse mellom lønnsomhet og miljøhensynet (Carson & Skauge, 2019, s. 126).

Brundtlandkommisjonen forutsetter at de tre dimensjonene for bærekraft – økonomisk, sosial og miljømessig – skal være likeverdige og prinsipielt uavhengige av hverandre. De tre dimensjonene viser sammenheng mellom hva som er avgjørende for om noe er bærekraftig eller ikke.



FIGUR 2: DE TRE DIMENSJONENE, (FN, 2019)

Den økonomiske dimensjonen handler om å sikre økonomisk trygghet for mennesker og samfunn slik at vi kan utjevne forskjeller mellom fattige og rike (FN, 2019). Ifølge FN er økonomisk vekst spesielt viktig for fattige land for å kunne skape nye arbeidsplasser og skatteinntekter til å betale for velferdstjenester. En bærekraftig vekst er med på å redusere forurensning og bruker mer grønn energi (FN, 2019). Økonomisk bærekraft kan beskrives som «vedlikehold av kapital» (Goodland & Daly, 1996).

Den sosiale dimensjonen av bærekraftig utvikling innebærer, ifølge FN, å sikre at alle mennesker får et godt og rettferdig grunnlag for et anstendig liv. Bak denne dimensjonen står menneskerettighetene svært sentralt (FN, 2019). Sosiale forhold sier noe om sosial samhörighet, kulturell identitet, fellesskap, allment aksepterte standarder for ærlighet og lovverk (Goodland & Daly, 1996), og om de får oppfylt rettighetene sine, tilgang på utdanning, anstendig arbeid, kulturelt mangfold og godt helsetilbud (FN, 2019). Humankapital er viktig i den sosiale dimensjonen. Det vil si utdanning, helse og ernæring til individer (Goodland & Daly, 1996).

Den miljømessige dimensjonen refererer til naturkapital, og handler om opprettholdelse av denne. Naturkapital defineres som ‘de naturlige omgivelsene våre’, med samlingen av miljøtilførte eiendeler som atmosfære, skog og vann (Goodland & Daly, 1996). Disse kan være fornybare eller ikke-fornybare, ifølge Goodland. Den miljømessige dimensjonen handler om ivaretagelse av natur og klima som en fornybar ressurs (FN, 2019). Vi mennesker bruker naturen enormt mye og dette fører til store konsekvenser for både naturen og menneskene på jorden, ifølge FN. FN fremhever også at de største utslippene kommer fra ikke-fornybare ressurser slik som forbrenning av olje, kull og gass. For å bidra til en mer bærekraft og utvikling, må vi satse mer på fornybare ressurser som vindkraft, vannkraft og solkraft (FN, 2019).

2.1.2.1. DEN TRIPLE BUNNLINJEN

Bedrifter må ta et utvidet ansvar mener John Elkington. Han jobbet med å gjøre bærekraftig utvikling relevant for næringslivet og introduserte uttrykket «den triple bunnlinjen» i 1994, som senere ble omgjort til «people, planet, profit» (Carson & Skauge, 2019). På grunn av lønnsomhetsfokus skiller denne modellen seg fra de tre dimensjonene som nevnt over. Ifølge Carson viser den triple bunnlinjen at bedrifters suksess ikke bare avhenger av det økonomiske men også det sosiale og miljøet. Dette kommer vi kort tilbake til i presentasjonen av data om Fretex.

2.1.3. SMAL OG BRED BÆREKRAFT

Et smalt syn på bærekraft vil ha hovedfokus på et bestemt aspekt ved bærekraftig utvikling, og ofte for å sette miljøet i fokus. «En utvikling er ikke bærekraftig om den ikke er miljømessig bærekraftig» ifølge filosofen Arne Næss (Holden & Linnerud, 2018). Næss mener altså at bærekraft først og fremst handler om miljøet.

Motsatt vil et bredt syn på bærekraft ikke bare omhandle miljøet men også menneskelige behov, rettferdighet og etikk (Holden & Linnerud, 2018). Denne forståelsen av bærekraft tar hensyn til de rikes miljøproblemer og fattigdomsproblemene i andre deler av verden, slik bærekraftsmålene legger til grunn (Holden & Linnerud, 2018).

2.1.4. SAMFUNNSANSVAR

Carson påpeker at samfunnsansvar er ansvar fordelt mellom tre momenter. Dette er myndighetene, næringslivet og det sivile samfunn. Maktforholdet mellom disse endres, men kort fortalt kan samfunnsansvaret til bedrifter forklares som ansvaret den får for å svare på forventningene til de to andre kantene (Carson & Skauge, 2019, s. 167).

Samfunnsansvar er det norske ordet for Corporate Social Responsibility (CSR), og det finnes mange definisjoner på hva begrepet betyr (Plan International Norge, 2021). Både organisasjoner og virksomheter har ulike definisjoner og vektlegging av begrepet. Ifølge Regjeringen dreier samfunnsansvar seg i stor grad om det ansvaret bedrifter selv bør ta for mennesker, samfunn og miljø, og hvilke konsekvenser det bør få (Regjeringen, 2008). Det handler dermed om at bedriftene selv skal forstå hvilke muligheter de har til å innrette sine virksomheter. Den kommer samfunnet til gode samtidig som det bidrar til bærekraftig utvikling. Likevel er det viktig at virksomhetene tar hensyn til hvordan deres samfunnsansvar står i kraft med andre bedrifters samfunnsansvar (Regjeringen, 2008, s. 3).

2.1.5. BÆREKRAFTIG UTVIKLING I NORGE

Ifølge en rapport fra Finansdepartementet i 2008 om Norges strategi for bærekraftig utvikling, går det frem at Regjeringen foretrekker Norge som et foregangsland i arbeidet med bærekraftig utvikling. Videre kommer det frem at behovet for bærekraftig utvikling er i dag svært relevant ettersom vi står overfor en enorm fattigdom i utviklingsland. Presset på jordens økosystemer øker. Rike industriland slik som Norge, har et forbruksmønster og en ressursbruk som ikke er bærekraftig. Det er viktig å ta vare på både nåværende og fremtidige generasjoners behov uten å ødelegge muligheten for fremtidens behov (Finansdepartementet, 2007, s. 3).

Norsk politikk innenfor bærekraftig utvikling bygger på mål for å se naturens terskelverdier. For å oppnå en utvikling som er bærekraftig, er det viktig å fokusere på internasjonal fattigdom og jordas miljøtilstand. Dette henger tydelig sammen med de sentrale bærekraftsmålene til FN (Finansdepartementet, 2007, s. 12).

Videre kommer det frem fra Finansdepartementet at Norge, sammen med andre rike land, har et ekstra stort ansvar for å bidra med bistand og ta hensyn til at de minst utviklede landenes særlige behov dekkes (Finansdepartementet, 2007). Frivillige organisasjoner har derfor en sentral rolle i det norske demokratiet. De bidrar med økt kunnskap om miljø- og utviklingsspørsmål til det norske folk. Regjeringen anser frivillige organisasjoner som viktige alliansepartnere i arbeidet for en bærekraftig utvikling. Organisasjonene bidrar også til en bærekraftig utvikling ved å velge både produkter og tjenester som ikke belaster miljøet unødvendig, ifølge Finansdepartementet. De tre dimensjonene; sosial, økonomisk og miljømessig bærekraft har klar sammenheng også i Norge, men fokuset er mest på den økonomiske dimensjonen. Ansvarer her i Norge ligger på effektiv bruk av samfunnets allerede eksisterende ressurser og ved å inspirere befolkningen til en mer bærekraftig utvikling (Finansdepartementet, 2007, s. 83–65).

2.2. ORGANISASJONSSTRUKTUR

Det er vanlig å dele inn organisasjoner i to brede sektorer; Offentlig og privat sektor (Salamon & Anheier, 1992). Salamon påpeker at det fins en ‘tredje sektor’ som tar opp området utenfor både staten og markedet. Denne tredje sektoren er «non-profit» organisasjoner. Det er svært stor variasjon i typer organisasjoner som faller utenfor offentlig og privat sektor; Alt fra suppekjøkken til symfoniorkestre og fra hageklubber til miljøgrupper. Det er derfor diskutert om disse organisasjonene kan kalles en ‘sektor’ (Salamon & Anheier, 1992). Moore benytter eksempelvis begrepet ‘offentlig sektor’ om både frivillige og statlige organisasjoner (Moore, 2000). I Norge har en også oppfatningen om at frivillige organisasjoner faller innunder offentlig sektor (Idsø, 2020).

Vi velger å bruke den tredje sektoren videre da det er forsket på forskjeller mellom en privat organisasjon og en non-profit-organisasjon. To avgjørende faktorer for non-profit organisasjoner som ikke inngår i en strategi i privat sektor: (a) verdien som produseres av frivillige organisasjoner ligger i oppnåelse av sosiale formål isteden for å generere inntekter og (b) frivillige organisasjoner mottar inntekter fra andre kilder enn kundekjøp (Moore, 2000).

Salomon fremhever at det fins flere navn på den tredje sektoren; ‘Non-profit Sector’, ‘Charitable Sector’, ‘Independent Sector’, ‘Voluntary Sector’ ‘Independent Sector’, ‘Non-governmental Organizations’, ‘Tax-exempt Sector’ og ‘Associational Sector’. (Salamon & Anheier, 1992). Det er en vanlig oppfatning at sektoren kalles non-profit sektoren. Direkte oversatt vil non-profit-sektoren tilsi ideell, veldedig, uavhengig, frivillig og ikke-statlig sektor. Oppsummert vil disse bety at organisasjonen ikke drives av profitt, men av frivillig arbeid. Den er ikke eid av staten og jobber med veldedig arbeid (Salamon & Anheier, 1992).



FIGUR 3: Organisasjonskart basert på Salamon & Anheier (1992), av Martine Løvlie Tuvmarken og Helene Ågren

Salamon påpeker at de fleste land har egne legaldefinisjoner på non-profit organisasjoner (Salamon & Anheier, 1992). I Norge har vi en egen lov om register for frivillig virksomhet (frivillighetsregisterloven). Dette kommer vi tilbake til i kapittel 2.2.1. Derfor går vi utfra at en ‘frivillig organisasjon’ kan likestilles med en ‘non-profit organisasjon’.

Den norske definisjonen på non-profit er 'ideell organisasjon'. Ifølge definisjonen under er en 'ideell organisasjon' en type 'frivillig organisasjon'. En 'frivillig organisasjon' er på engelsk en 'voluntary' organisasjon. Derfor er det vanskelig å bruke begrepene riktig. I neste delkapittel definerer vi «frivillige organisasjoner» med norsk terminologi. Når vi bruker begrepet 'frivillige organisasjoner' i det følgende, refererer vi altså til 'non-profit' som et vidt begrep, som også omfatter 'ideelle organisasjoner'.

2.2.1. FRIVILLIGE ORGANISASJONER

En frivillig organisasjon er en privat styrt organisasjon der frivillig innsats er grunnlaget. I slike organisasjoner skiller vi mellom interesseorganisasjoner og humanitære (ideelle) organisasjoner (Nylenna & Braut, 2020). I interesseorganisasjoner jobbes det for medlemmenes egne interesser, og i humanitære organisasjoner der en ikke tenker på medlemmenes egennytte, ifølge Nylenna og Braut (2020). Ideelle organisasjoner eller «non-profit»-organisasjoner er organisasjoner med ideelle formål som å drive bistand, veldedige formål eller støtte av andre deler av samfunnet (Kvålshaugen et al., 2019, s. 49). Som nevnt, velger vi å benytte begrepet 'frivillige organisasjoner' om både Fretex og NLM Gjenbruk.

Definisjonen på frivillige organisasjoner kommer fram i norsk lov. «Frivillig virksomhet er aktiviteter som ikke er fortjeneste-basert» (Frivillighetsregisterloven, 2007, §3). I denne lovteksten kommer det også fram at frivillige organisasjoner ikke organiseres av det offentlige. Slike organisasjoner drives av «medlemskontingenter, gaver, innsamlede midler og/ eller frivillig arbeidsinnsats» (Frivillighet Norge, u.å.). Formålet med frivillige organisasjoner er å skape sosial verdi. Dette gjør de ved å sette mennesker i fokus fremfor hva eierne får i overskudd. De innsamlede midlene organisasjonene mottar, doneres til organisasjonens sosiale arbeid slik som bistand, veldedige formål eller andre formål for samfunnet (Bossart, 2019).

Det er fordelaktig å drive frivillige organisasjoner fremfor private, ifølge Moore (2000). De frivillige organisasjonene er startet på bakgrunn av at bidragsytere støtter organisasjonene, og det kreves ingen kollektiv behandling eller lovgivningsvedtak (Moore, 2000). Fremont-Smith sier at lederne til slike organisasjoner står fritt til å hevde at deres spesielle mål faktisk er offentlige mål, så lenge formålene til lederne og bidragsyterne holdes innenfor de samme

lovgivningsmessig etablerte kriterier. Da kan de også forfølge dem med egne frivillige ressurser (Fremont-Smith, 1965). En frivillig organisasjon skaper verdi ved å definere og oppnå verdifulle mål, ifølge Moore. De sosiale verdiene er ikke nødvendigvis likeverdige med finansiell verdi og organisatorisk verdi slik det ville vært i en profittmaksimerende organisasjon (Moore, 2000).

2.3. TEKSTILINDUSTRIEN

Tekstilbransjen og tekstilindustrien er to begreper som overlapper hverandre og har klar sammenheng med motebransjen og moteindustrien. Begrepet tekstil er en samlebetegnelse for produkter av tekstilfibre. Dette betyr alt fra å danne stoff av tråd, fletting og veving, og alt som har med binding av tråd å gjøre (Tobiasson, u.å.). Klær og tekstiler har tydelig sammenheng med mote som innebærer både en industri av og en kulturell prosess der endringer skjer fortløpende. Tekstiler utgjør både en miljøbelastning i produksjonen og ved bruk (Klepp, 2020). Bransjen er i det lange løp i strid med bærekraftprinsippene på grunn av den enorme kjøp og kast-mentaliteten (Hansen, 2017).

Ifølge FNs allianse for bærekraftig mote står tekstilindustrien for 8-10% av de globale utslippene av klimagasser. Dette utgjør mer enn all flytrafikk og sjøfart i verden (UN, 2019). Likevel er det økt fokus på å forbedre denne industrien og jobbe for bærekraftprinsippene (Hansen, 2017). Gjenbruksbutikker ønsker gjerne å være et alternativ til det å kjøpe nytt og har en annen verdikjede enn de store klesbutikkene. Med gjenbruksbedrifter i tekstilbransjen mener vi bedrifter som samler inn klær og andre tekstiler, selger de videre enten slik de er eller ved å gjøre små justeringer på plaggene (Hansen, 2017). Dette fremkommer i bærekraftsmål nr. 12; Vi skal møte «dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoners evne til å møte deres behov» (WECD & Brundtland, 1987).

2.3.1. FAST FASHION

Tekstilindustrien bidrar til store mengder avfall, bruk av vann og energi, samt utslipp av flere skadelige klimagasser, ifølge SIFO (2012). Deler av dette skyldes den enorme produksjonen av spesielt billige klær av dårlig kvalitet, såkalt 'fast fashion'. Dette er en trend innenfor moteindustrien der formålet er en rask omsetning av nye klær og trender på kort tid til en billig

penge (Parks, u.å.). Tekstiler kommer i mange forskjellige kombinasjoner av materialer, og det er ikke alle kombinasjoner som er like miljøvennlige eller helsemessig forsvarlig (SIFO, 2012, s. 76). Fremstilling av nye klær gir mer utslipp av kjemikalier enn ved gjenbruk. Ved klesvask vil kjemikaliene skylles ut, og det vil dermed være mindre sannsynlig at rester fra kjemikalier er i brukte klær og tekstiler (SIFO, 2012).

2.3.2. TEKSTILINDUSTRIEN I NORGE

En kartlegging gjennomført av PLANmiljø og Østfoldforskning viser at norsk forbruk av klær og hjemmetekstiler har ligget på et stabilt nivå på omtrent 80.000 tonn (15kg per person) de siste tiårene (PLAN miljø & Østfoldforskning, 2020). Forbruket av klær utgjør 77% der størst andel kommer fra private husholdninger og en mindre del kommer fra det offentlige. Kartleggingen viser tydelig en økende trend når det kommer til innsamling av brukte tekstiler fra private husholdninger. I 2018 ble det samlet inn 31.700 tonn klær der 79% av dette ble samlet inn av veldedige organisasjoner. Den største delen av innsamlingen totalt (97%), sendes til EU-land for sortering, gjenbruk og gjenvinning, og en svært liten del (3%) går til gjenvinning, gjenbruk eller forbrenning her i Norge (PLAN miljø & Østfoldforskning, 2020).

Statens institutt for forbruksforskning utarbeidet en rapport der det kom frem at det er et stort potensial for å samle inn tekstiler til både gjenbruk og materialgjenvinning. Tall fra 2012 viser at den mengden som blir kastet i restavfall, er den teoretiske mengden tekstiler som kan samles inn og gå til gjenbruk (SIFO, 2012). Det antas at minst halvparten av det norske tekstilforbruket havner i restavfall og dermed til forbrenning av tekstiler (PLAN miljø & Østfoldforskning, 2020). Dette er tekstiler som i utgangspunktet kunne blitt resirkulert eller gjenbrukt.

Undersøkelsen som ble gjort i rapporten fra Statens institutt for forbruksforskning kom frem til ulike grunner til avhending av klær. For små størrelser og at folk har tilsvarende eller bedre plagg var hovedårsakene (SIFO, 2012, s. 51). Dette kan ha sammenheng med at nordmenn har store mengder klær. En tredje grunn er at de er slitt eller utslitt, endret passform, størrelse eller oppfatning av designet. Totalt sett viste undersøkelsen at det var kun 8 % av de innsamlede plaggene som ikke kunne brukes, og det er derfor stor mulighet for at klær kan gjenbrukes i større grad (SIFO, 2012).

2.4. AVFALLSHIERARKIET

Klima- og miljødepartementet har en avfallsstrategi som baseres på EUs rammedirektiv for avfall, kalt 'avfallshierarkiet'. Avfallshierarkiet rangerer håndteringen av avfall (Regjeringa, 2019). De fem måtene å håndtere avfall på rangeres etter deres miljøpåvirkning. Det er et begrep som illustrerer en prioritert rekkefølge for håndtering av avfall. Hierarkiet innebærer å generere, forebygge, overvåke, behandle, gjenbruke og lage nye produkter av avfall (Gjermundbo, u.å.-c).

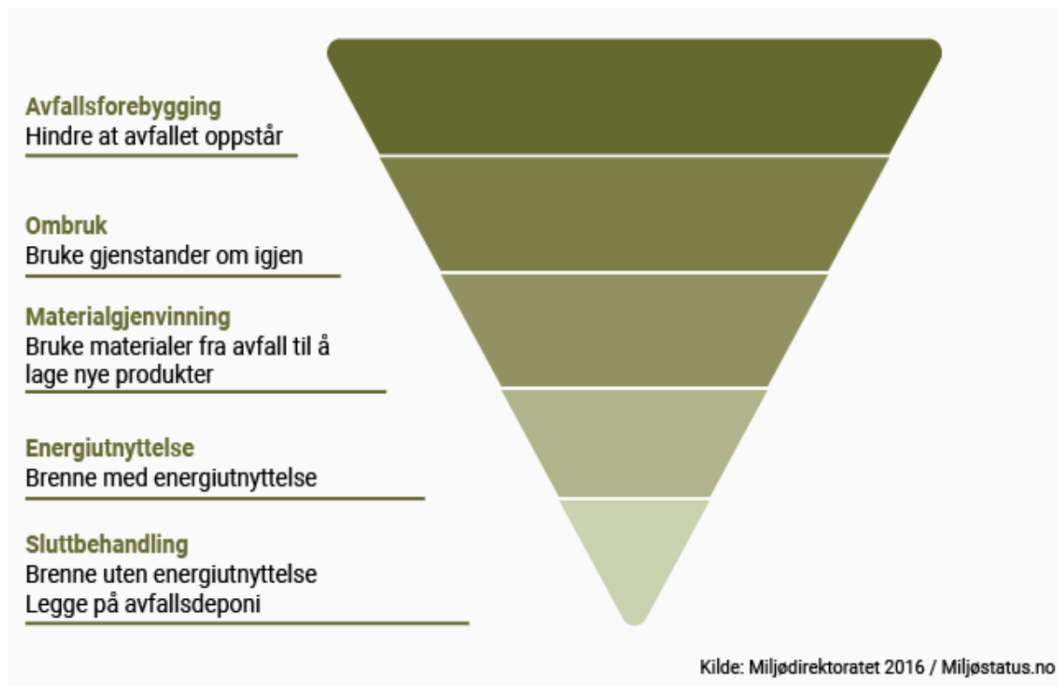
Avfallsforebygging er den viktigste prioriteten og øverste delen i avfallshierarkiet da dette påvirker miljøet minst. Forebyggingen sammen med ombruk og gjenvinning skal bidra til å redusere energibruk og utslipp av klimagasser samt hindre at avfall oppstår (Miljødirektoratet, 2020).

Ombruk er neste alternativ, som også påvirker miljøet lite. Når avfallet likevel har blitt produsert, skal det brukes der det gir størst utbytte. Da vil materialgjenvinning være den beste løsningen; deretter kommer energigjenvinning, og deponering. (NOU 2007: 8, 2007-juni, s. 117–118).

Materialgjenvinning benyttes når avfallet kan brukes til å produsere sekundære råvarer (Bjørkheim, 2020). Ifølge regjeringen er sekundære råvarer en «råvare som er avfall som er materialgjenvunnet» (Miljødepartementet, 2017). Sekundær produksjon kan være mindre energikrevende enn ny produksjon og er en forutsetning for at samfunnet skal få en mer sirkulær økonomi.

Energiutnyttelse brukes der avfallet ikke er brukbart til noe annet. Da brennes avfallet og energien brukes til produksjon av fjernvarme, elektrisitet og industridamp. Dette reduserer behovet for blant annet fossile energikilder (Bjørkheim, 2020).

Slutthåndteringen er siste utvei, og er den løsningen som er mest miljøskadelig ifølge avfallshierarkiet. Alt avfall som ikke kan gjenvinnes kan være miljøskadelig ved at det kan frigjøre klimagasser og miljøgifter dersom det ikke håndteres forsvarlig (Miljøstatus, u.å.). Derfor legges slik avfall på deponi som er tilrettelagte områder som er utformet spesifikt for å hindre utslipp, eller det blir brent uten energiutnyttelse (Bjørkheim, 2020).



FIGUR 4. Avfallshierarkiet, (Miljødirektoratet, 2019).

2.4.1. AVFALL I TEKSTILINDUSTRIEN

Gjennom direkte gjenbruk, gjenbruksbutikker, materialgjenvinning og forlengelse av levetiden til et plagg, oppnår vi store besparelser på energi og CO₂-utslipp (SIFO, 2012). For å sette dette i perspektiv, vil forbrenning med energiutnyttelse redusere energiforbruket med omtrent 2-6%, ifølge SIFO. Det fremkommer derimot at gjenbruk av diverse klær og tekstiler vil redusere energiforbruket med omtrent 20-60%. Det bidrar samtidig til at CO₂-utslipp, vannforbruk og kjemikalier reduseres i det globale bildet (SIFO, 2012). Miljøgevinsten av gjenbruk utgjør dermed en stor forskjell, og den er med på å styrke tekstilbransjens enorme klimautslipp (SIFO, 2012).

2.4.2. SIRKULÆR ØKONOMI

En sirkulær økonomi er «et prinsipp for økonomisk virksomhet for å opprettholde verdien av produkter, materialer og ressurser så lenge som mulig ved å utnytte og gjenbruke ressursene mer effektivt» (Miljødepartementet, 2020). Dette systemet bygger på prinsippene om sirkulære kretsløp i naturen, og har som utgangspunkt at alle ressurser skal kunne anvendes, og at det derfor ikke oppstår avfall (Nilsen, 2021). På den måten kan vi redusere behovet for nye ressurser samt redusere klimagassutslippene (Miljødirektoratet, 2020). Ved å utvikle en sirkulær økonomi vil dette også støtte opp under FNs bærekraftsmål 12 om bærekraftig produksjon og forbruk (Miljødepartementet, 2017). Tidligere har den tradisjonelle markedsøkonomien, den lineære økonomien, ikke inkludert gjenbruk og resirkulering (Nilsen, 2021). Da blir produkter til avfall. Ca. 85% av verdens vareproduksjon blir avfall etter en eller ingen gangs bruk. Dette skal avfallshierarkiet bidra til å endre på (Miljødepartementet, 2017).

KAPITTEL 3 – METODE

3.1. INTRODUKSJON

I dette kapitlet skal vi beskrive hvilken forskningsmetode vi synes egner seg best til å besvare forskningsspørsmålene og dermed også problemstillingen. Metoden beskriver fremgangsmåten for å skaffe eller etterprøve kunnskap (Dalland, 2017), altså en strategi for hvordan vi skal gå frem (Jacobsen, 2015, s. 15). Metode omhandler hvordan vi tilnærmer oss problemstillingen og hvordan vi og forsøker å avdekke virkeligheten. «I praksis vil dette innebære en konsentrasjon om hvordan vi kan samle inn empiri om virkeligheten på en så god måte som overhodet mulig», ifølge Jacobsen. Med «godt» menes troverdig og spørsmålsbesvarende (Jacobsen, 2015, s. 16).

Med bakgrunn i forskningsspørsmålene vil vi bruke kvalitativ metode med case-studie som design (3.2.). I kapittel 3.3. avgrenses oppgaven til å omhandle to organisasjoner i populasjonen. Videre vil datainnsamlingsteknikkene beskrives i kapittel 3.4. For å få en god forskningsoppgave må en sørge for best mulig validitet og reliabilitet (3.5.), og at studien er gjennomført på en etisk god måte (3.6.). I kapittel 3.7. beskriver vi kort hvordan vi har analysert datamaterialet vårt.

3.2. VALG AV FORSKNINGSDESIGN OG METODE

I en bacheloroppgave er det viktig å velge riktig forskningsdesign til metoden som er valgt for å besvare problemstillingen på best mulig måte. Et forskningsdesign er en plan for fokusområde, aktuelle deltakere, undersøkelsessted og undersøkelsesmåte (Oppen et al., 2020, s. 32). Først beskriver vi den kvalitative metoden. Videre forklarer vi casestudie som forskningsdesign.

3.2.1. KVALITATIV METODE

Vi bruker kvalitativ metode for å få en dypere forståelse av frivillige organisasjoners arbeid for å oppnå miljømessig bærekraft. Kvalitativ metode handler om å utforske kvaliteter av interessante variabler for å beskrive og forklare, utforske eller å bygge en teori rundt et emne.

Formålet er ofte å undersøke nyanser og kompleksiteter til et fenomen (Leedy & Ormrod, 2014, s. 97). Hensikten med kvalitativ forskning er ofte å få fram hvordan mennesker fortolker og forstår en gitt situasjon (Jacobsen, 2015, s. 133). Denne metoden passer godt når vi skal avklare et ubesvart spørsmål nærmere og til å beskrive temaet. Kvalitativ metode passer godt når vi er åpne for uforutsette hendelser, og når problemstillingen er uklar og vi ikke vet hvilke svar vi skal få (2015, s. 133).

Fordeler med kvalitativ metode er at en kan få åpenhet, nærhet og relevans, ifølge Jacobsen. Nærhet oppstår fordi forskeren ofte samler inn data i form av ord. Dette er naturlig for informanten og som møter informanten på deres premisser (Jacobsen, 2015). Målet med å samle inn kvalitativ data er, ifølge Jacobsen, å få informantens oppfatning med egne ord. Dette krever åpenhet fra forskeren, som ikke kan forutse hvilke data som blir samlet inn. Kvalitative tilnærminger har ofte høy relevans og får fram den riktige forståelsen av en situasjon. (Jacobsen, 2015, s. 129). Kvalitative data gir også nyanser og fleksibilitet, og informasjonen man får underveis, er med på å formulere problemstillingen til forskeren (Jacobsen, 2015, s. 130).

Ifølge Jacobsen har metoden likevel flere ulemper; Den er ressurskrevende, kompleks og kan ikke lett generaliseres (2015). Å gjennomføre intervjuer krever ofte mye ressurser, og informasjonen som samles inn kan være vanskelig å tolke, ifølge Jacobsen. Han nevner også at det er mye informasjon, og det er liten struktur på datamaterialet. Derfor kan det være vanskelig å si noe om hvor mange denne datainnsamlingen gjelder for, og er vanskelig å generalisere. Da er det viktig å få frem at ekstern validitet til kvalitative data ofte er lav (Jacobsen, 2015, s. 131). Hva dette innebærer, kommer vi tilbake til i kapittel 3.5. Det er ikke alltid sånn at effekten av undersøkelsen er optimal da informantene kan gi uriktige opplysninger. Det samme skjer dersom intervjueren påvirker datamaterialet ubevisst (Jacobsen, 2015, s. 132).

3.2.2. CASE-STUDIE

Case- studie er et forskningsdesign som fokuserer på en spesiell enhet som vi vil undersøke nærmere (Jacobsen, 2003). Noen ganger studerer forskeren en enkelt enhet for å forstå en gitt

situasjon. Dette kalles 'single case-studie'. Andre ganger ønsker forskeren å forske på et fenomen eller å bygge en teori basert på flere lignende tilfeller. Da er det som regel snakk om nøkkelfaktorer som binder de ulike tilfellene sammen, ifølge Leedy. Slik forskning kalles Multiple Case studie (Leedy & Ormrod, 2014, s. 143). Vi bruker multiple-case-teknikken for å se nærmere på Fretex og NLM Gjenbruk som representanter for norske organisasjoner som jobber frivillig for miljømessig bærekraft. Ved å studere de separat, finner vi flere likheter og forskjeller som kan bidra til å svare på problemstillingen vår.

Det er fire fordeler med case-studier ifølge George og Bennett (2005). Den første er at potensialet for å oppnå høy validitet er stort. Dette krever en grundig betraktning av kontekstuelle faktorer som er vanskelig i kvantitativ metode. Vi går grundigere inn på dette i kapittel 3.6. Den andre fordel er at case-studier har et stort potensial for å danne nye antakelser som forskeren ikke har tenkt på i forkant. Da kan en også danne helt nye konklusjoner enn det en antok i utgangspunktet (George & Bennett, 2005). Dette har vi benyttet oss av i oppgaven, og konklusjonen presenteres i kapittel 6. Den tredje fordel er at en kan utforske årsakssammenhenger. Vi ser på sammenhengen mellom frivillige organisasjoners arbeid og bærekraft. Forskningsspørsmålene går inn på blant annet hvorfor organisasjonene ønsker å bli mer bærekraftige. Til slutt er det en relativ fordel at case-studiene evner å imøtekomme komplekse årsakssammenhenger, effekter og avhengigheter (George & Bennett, 2005).

Ulemper med case-studier er at de er utsatt for versjoner av «seleksjonsskjevhet» som angår statistiske analyser (George & Bennett, 2005). Case-studier er sterkere på identifisering av omfang og vurdering av argumenter om kausal nødvendighet eller tilstrekkelighet i spesielle tilfeller enn de er når de vurderer årsakssammenhengen til variablene i flere tilfeller (George & Bennett, 2005). En annen svakhet med casestudier er at man kan få et mangelfullt bilde på populasjonen da man kun forsker på et utvalg (Hope & Kjøniksen, 2020). I vår studie baserer vi datanalysen på to caser med ett intervju per case. Det har ikke føltes nødvendig med flere intervjuer per case i denne oppgaven da informantene har gitt grundige og gode svar som er til god hjelp ved besvaring av problemstillingen.

3.3. UTVALG

Det var ikke mulig å studere hele populasjonen av frivillige organisasjoner i denne oppgaven. Derfor valgte vi å innsnevre til å skrive om to frivillige organisasjoner som jobber med innsamling og gjenbruk av tekstiler. Populasjonen av frivillige organisasjoner som jobber med dette er ikke veldig stor i Norge. Vi tror derfor dette utvalget kan gi et godt svar på problemstillingen. En introduksjon av de to organisasjonene kommer i kapittel 4.

3.4. DATAINNSAMLING

I casestudier samler forskeren inn omfattende data om enhetene som studeres. Datainnsamlingen består som regel av intervjuer, observasjoner, dokumenter, nyhetsartikler og lignende (Leedy & Ormrod, 2014, s. 143). Vi har samlet inn primærdata i form av intervjuer som sørget for utfyllende informasjon til å besvare problemstillingen. Sekundærdata kommer fra dokumentanalysen av nettsidene til Fretex og NLM Gjenbruk som ga et oversiktlig bilde av begge organisasjonene. I tillegg har vi vist til teori fra litteratur, tidsskriftartikler, offentlige dokumenter og lignende, for å danne grunnlag for å besvare problemstillingen.

3.4.1. PRIMÆR OG SEKUNDÆR DATA

Vi skiller mellom data hentet inn direkte fra kilden og data hentet fra tidligere forskning. Datamaterialet kan være nært og riktig for problemstillingen, eller det kan svare på noe annet enn det forskeren ønsker å få svar på (Leedy & Ormrod, 2014, s. 174). Primærdata er informasjon som er samlet inn for første gang direkte fra mennesker. Slik forskning er tilpasset til å svare en spesifikk problemstilling og omfatter intervjuer, observasjoner og spørreskjemaer (Jacobsen, 2015, s. 139–140). Vi har gjort intervjuer som våre primærdata. Sekundærdata er samlet inn av noen andre enn forskeren selv (Jacobsen, 2015, s. 140). Vi har brukt sekundærdata for å gi oppgaven kontekst. Grunnlaget for intervjuguiden og analysen er teori samlet inn fra artikler, bøker, internettsider og offentlige dokumenter. Vi har også samlet inn sekundærdata gjennom dokumentanalyse.

3.4.2. DOKUMENTANALYSE

Vi bruker dokumentanalyse av nettsidene til Fretex og NLM Gjenbruk. Dokumentanalyse er en innsamlingsmetode for sekundærdata som brukes når det ikke er mulig å finne primærdata direkte fra kildene. Da brukes offentlige dokumenter, nettsider, årsrapporter, aviser med mer (Jacobsen, 2015, s. 170).

En ulempe med dokumentanalyse, ifølge Jacobsen, er at informasjonen ofte er skreddersydd og manipulert til å passe formålet til den opprinnelige datainnsamleren. Det kan derfor oppstå forskjeller mellom informasjonens formål og det vi ønsker å bruke den til (Jacobsen, 2015, s. 171). Et grunnleggende spørsmål i dokumentanalysen er validiteten og reliabiliteten til kildene. Ofte vet en ikke hvordan datamaterialet har blitt samlet inn, hvilke måleapparater som er brukt og hvem som har samlet det inn (Jacobsen, 2015, s. 171–172). På den andre siden er skriftlig data ofte reflektert, gjennomtenkt og bearbeidet. (Jacobsen, 2015, s. 172). I oppgaven ble dokumentene modifisert slik at innholdet hjalp oss å finne problemstillingen. Disse dokumentene har definert en relevant kontekst for oppgaven (Asdal & Reinertsen, 2020, s. 111).

3.4.3. DYBDEINTERVJU

Vi brukte dybdeintervju som datainnsamlingsteknikk. Vi har intervjuet en person fra Fretex og en fra NLM Gjenbruk. Begge har ledende posisjoner i organisasjonene. Dybdeintervjuer eller «intensive intervjuer» brukes for å få et dypere innblikk i en persons adferd, motiver og personlighet (Halvorsen, 2008). Intervjuene er uformelle og har som formål at intervjuobjektet skal snakke fritt. Denne teknikken brukes når forskeren ønsker å høre intervjuobjektets egne erfaringer og holdninger som er relevante for problemstillingen, ifølge Halvorsen. Fordelen med slike intervjuer er at objektet ikke blir tvunget inn i en bestemt tankegang, men kan snakke fritt utfra egne tanker. På den måten blir svarene på intervjuene basert på egne tanker om tema fremfor svar på standardiserte spørsmål (Jacobsen, 2015).

3.4.3.1. SEMISTRUKTURERT INTERVJU

Vi ønsket å ha en viss struktur på intervjuene, og derfor benyttet vi en intervjuguide. Dette kalles et semistrukturert intervju (Malt & Grønmo, 2020). De skiller et strukturert og et semistrukturert intervju ved bruk av spørreskjema og med en intervjuguide. Det vil si at de strukturerte intervjuene tar utgangspunkt i et spørreskjema, og viker i liten grad fra dette. De semistrukturerte intervjuene har ingen gitt rekkefølge, men baseres på en liste med temaer som skal diskuteres. Da tilpasses spørsmålsformuleringen til respondenten (Malt & Grønmo, 2020).

Hensikten med semistrukturerte intervju er å gi fleksibilitet og rom for å diskutere temaer informanten opplever som viktige, og at intervjueren kan følge opp dette med flere spørsmål (Oppen et al., 2020, s. 350–351). Når organisasjonene ikke er helt like, er dette en måte å få med seg viktige momenter som skiller de fra hverandre. Derfor kan også svarene være noe ulike. Vi opplevde det effektivt for å holde flyten i samtalen med de to respondentene og fikk dermed mye informasjon på kort tid. I kapittel 4 og 5 ser en at resultatene er litt ulike, som følge av at vi brukte semistrukturert intervju fremfor et strukturert intervju.

3.5. VALIDITET OG RELIABILITET

Det fins flere vitenskapelige metoderegler og kunnskapskrav som er med på å gi troverdig kunnskap (Dalland, 2017, s. 40). Forskningen må være gyldig (valid) og troverdig (reliabel) (Jacobsen, 2015, s. 17). Uavhengig av hvilke metoder en bruker i forskningen, må en tenke på den generelle validiteten til prosjektet. Det vil si sannsynligheten for at forskningsprosjektet er nøyaktig, meningsfylt og at resultatene er troverdige. På den måten vil data en samler inn besvare forskningsspørsmålet på en troverdig måte (Leedy & Ormrod, 2014, s. 103). I kvalitativ forskning bruker en ofte sammenligning av flere datakilder for å styrke validiteten til forskningen (Leedy & Ormrod, 2014, s. 106).

3.5.1. INTERN OG EKSTERN VALIDITET

Vi skiller mellom intern og ekstern validitet. *Intern validitet* er hvorvidt vi har dekning i våre egne data til å konkludere (Jacobsen, 2015, s. 17). Dersom forskeren kan dra relevante og nøyaktige konklusjoner om forhold innad i datasamlingen, har data høy intern validitet. For å sikre så høy validitet som mulig, må forskeren eliminere andre mulige forklaringer på fenomenet (Leedy & Ormrod, 2014, s. 103–104). *Ekstern validitet* til en studie handler om hvorvidt resultatene til studien kan gjelde for andre situasjoner med en annen kontekst, altså om resultatene kan generaliseres (Leedy & Ormrod, 2014, s. 105). I kvalitativ forskning kan en ofte generalisere på et teoretisk nivå men sjelden i praksis. Det er vanskelig å generalisere fra et utvalg til en populasjon (Jacobsen, 2015, s. 237).

Det er viktig å vurdere både den interne og eksterne validiteten i et forskningsprosjekt. Resultatene til prosjektet er kun gyldige og meningsfulle i den grad de er berettiget basert på de innsamlede dataene og kan anvendes utover den spesifikke forskningssituasjonen (Leedy & Ormrod, 2014, s. 105). Det er viktig med troverdighet og pålitelighet for at undersøkelsen skal være til å stole på, slik at den også vekker tillit blant leserne. Vi ønsker resultater som er relevante, riktige og som er til å stole på (Jacobsen, 2015, s. 245). I denne oppgaven har det vært viktig å vurdere validiteten til kildene kontinuerlig. I kvalitativ forskning skal en være åpen og klar i refleksjonen om hvilken type data en samler inn for å oppnå validitet. Å vurdere om informantene faktisk kunne representere den virkeligheten de sto for, er viktig for validiteten (Jacobsen, 2015, s. 229). Det er avgjørende om informantene gir riktig informasjon, slik at datamaterialet er troverdig.

3.5.2. RELIABILITET

Reliabilitet baseres på i hvilken utstrekning en måling vil gi det samme resultatet dersom det gjentas mange ganger, altså om det kan etterprøves. Høy reliabilitet betyr at andre forskere ville kommet til det samme resultatet som vi gjør (Leedy & Ormrod, 2014, s. 93). Reliabilitet omhandler stabiliteten og evnen til å gjenta resultater. I tillegg omhandler reliabilitet intervjuerens evne til å innhente og loggføre resultater riktig. Det refererer til evnen en forskningsmetode har til å gjennomgående gi de samme resultatene i flere tester (Brink, 1993). Graden av reliabilitet avhenger av fire forhold; Forskeren, intervjuobjektet, den sosiale konteksten og metodene for datainnsamling og analyse (Brink, 1993, s. 1).

I oppgaven har det derfor vært relevant å sørge for at vi som forskere ikke påvirker intervjuobjektet med holdninger og ytringer osv. I tillegg gjorde vi opptak av intervjuet for at vi som forskere ikke skal kunne påvirke resultatet i etterkant. Det var viktig at intervjuobjektene fortalte sannheten uten personlige meninger (Jacobsen, 2015, s. 245). Å holde de sosiale forholdene rundt intervjuet så nøytrale som mulig, og å sørge for at informasjonen ble innhentet og analysert riktig, vil styrke reliabiliteten til oppgaven vår. Dette var tidvis litt utfordrende da organisasjonene vi har studert driver frivillig arbeid basert på følelser og holdninger.

3.6. ETISKE BETRAKTNINGER

En god kvalitativ studie er gjennomført etisk forsvarlig (Hope & Kjøniksen, 2020). Med tanke på respondentene har vi valgt å holde både navn og stillingstittel skjult, selv om representanten fra Fretex ga oss tillatelse til å publisere dette. Informert samtykke er et viktig prinsipp vi har fulgt nøye. Respondentene er klar over formålet med oppgaven og bruken av resultatene samt at det er frivillig å delta (Oppen et al., 2020, s. 397). De er også bevisstgjort om at de når som helst kan trekke seg fra prosjektet.

3.7. DATAANALYSE

En god studie innebærer bevisst analyse og bruk av data slik at datamaterialet får verdi. Det er hensiktsmessig å begynne med å organisere datamaterialet (Easterby-Smith et al., 2018). Først transkriberte vi data fra intervjuene før vi delte materialet inn i to deler etter de to forskningsspørsmålene. Bærekraften i en bolk og klesinnsamling i den andre. Deretter delte vi datamaterialet inn i kategorier som passet til de to forskningsspørsmålene, der positive og negative sider ble hovedkategoriene innenfor bærekraft. Innunder spørsmål to fant vi det mest relevant å kategorisere etter organisasjonenes størrelse og område, deres arbeid rundt avfallshierarkiet, og til slutt kvalitet på klærne. En relevant faktor for analysen av datamaterialet er at det ble gjennomført semistrukturerte intervju, det vil si at spørsmålene var åpne og ga rom for ulike svar. Derfor måtte vi trekke noen sammenhenger utfra det materialet vi fikk inn. Svarene er forklart detaljert i kapittel 5.

KAPITTEL 4 – RESULTATER

I dette kapitlet skal vi presentere analysen av nettsidene til Fretex og NLM Gjenbruk samt intervjuresultatene. Dette er to organisasjoner som gjør mye frivillig arbeid der begge samler inn, og sørger for gjenbruk av tekstiler og lignende. Analysen gir en oversikt over organisasjonenes arbeid og miljøfokus, og hvordan dette fører til bærekraftig utvikling. I tillegg presenteres resultatene fra intervjuene slik at kapitlet totalt danner et helhetlig bilde av datamaterialet vi har samlet inn. Organisasjonene presenteres i underkapitler som gir oversikt over hver organisasjon separat. Vi refererer til begge representantene som «han», uavhengig av kjønn.

4.1. FRETEx

4.1.1. INTRODUKSJON

Frelsesarmeen er en global, kristen bevegelse som jobber for en sosial utvikling av velferdsstaten. De jobber med barn og unge, rusomsorg, eldre, bistands- og nødhjelp, korps, fengselsarbeid, barne- og familievern, sårbare grupper og Fretex (Frelsesarmeen, u.å.-b). *Frelsesarmeens tekstiler* danner grunnlaget for at *Fretex* fikk sitt navn (Brenden, u.å.). Vi går nærmere inn i Fretex for å se på klesinnsamlingen og hvordan dette foregår.

Fretex AS er et 100% eiet datterselskap av Frelsesarmeen. Fretex definerer seg i utgangspunktet ikke som en frivillig organisasjon, men Frelsesarmeen defineres som en ideell organisasjon og står for noe av arbeidet i butikkene til Fretex. Som vi har bekreftet tidligere, likestiller vi begrepene ‘frivillig-’, ‘ideell-’ og ‘non-profit’ organisasjoner. Vi velger derfor å bruke Fretex til å svare på problemstillingen.

Visjonen til Fretex er å gi folk «grunn til å tro på fremtiden». Deres overordnede verdier er åpenhet, kjærlighet, engasjement og lønnsomhet som fremmer deres visjon (Brenden, u.å.). Representanten fra Fretex understreker at de jobber for å ta vare på skaperverket til Frelsesarmeen. Selskapet skal også drives i samsvar med Frelsesarmeens verdigrunnlag

(Brenden, u.å.). Formålet til Fretex er å bidra til arbeidsplasser og miljø gjennom gjenbruk av klær, møbler etc. (Brenden, u.å.).

4.1.2. FORRETNINGSMODELL

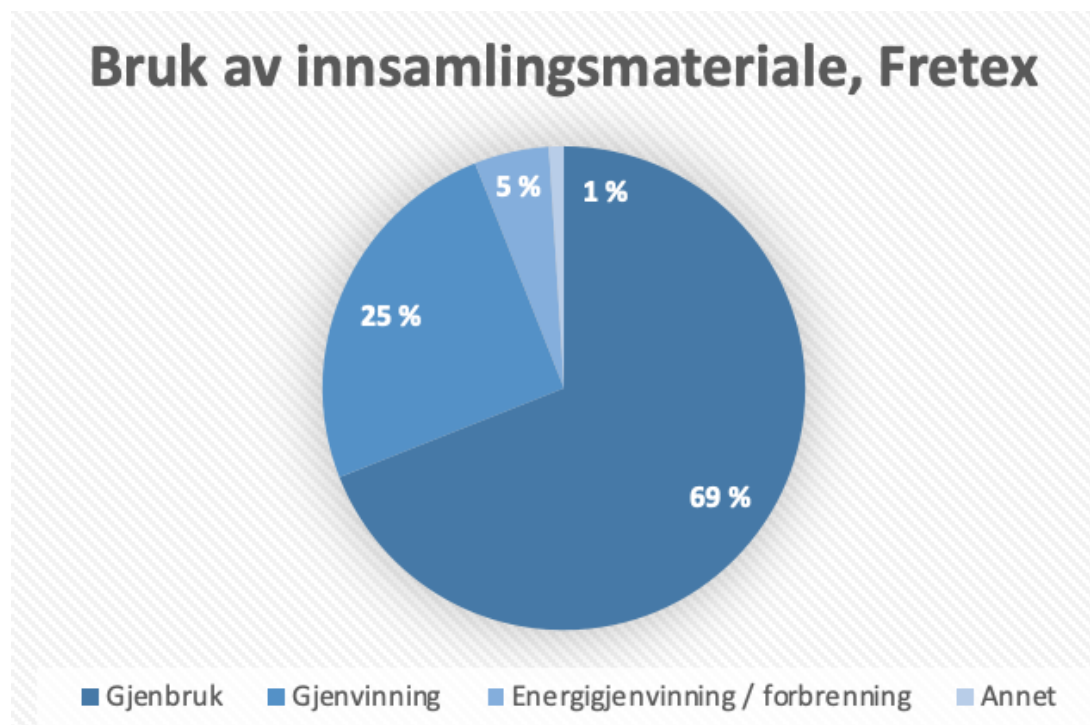
Representanten fra Fretex vektlegger tre grunnpilarer i bærekraft; ‘people, planet, profit’ som deres forretningsmodell. Dette tilsvarer samfunn, miljø og økonomi, altså den triple bunnlinjen. Videre forteller Fretex at de tre pilarene har tydelig sammenheng med hverandre, og at de knyttes sterkt opp mot FNs bærekraftsmål.

Den første grunnpilaren Fretex vektlegger er ‘people’, med norske arbeidsplasser som hovedfokus. Fretex er Norges største arbeids- og inkluderingsbedrift, og secondhand-kjede samtidig som de er landsdekkende med kontorer over hele landet (Brenden, u.å.). Representanten legger til at de er den største aktøren i Norge som driver med innsamling, transport, sortering og drifting av butikker. Dette er ikke bare bra for miljøet, men det skaper også arbeidsplasser.

Klærne Fretex samler inn, selges til 40 butikker, fordeles i nettbutikken, deles ut via Frelsesarmeens sosiale arbeid eller eksporteres ut av landet (Brenden, u.å.). 10 av 40 butikker driftes frivillig av Frelsesarmeens hjelpekorps mens resterende butikker driftes lønnet. Representanten understreker at de er veldig opptatt av arbeidsforhold og HMS-krav i Norge og på sorteringsanlegg i Øst-Europa. Deres ‘Code of Conduct’ sørger blant annet for at arbeidet foregår i trygge rammer slik at både miljøet og menneskene ivaretas (Gjermundbo, u.å.-a).

Pilaren ‘planet’ (miljø) tar for seg gjenbruk av både klær, tekstiler, sportsutstyr, møbler og annet som samles inn. Representanten beskriver ‘planet’ som et miljøperspektiv. Når noe først er produsert, er Fretex’ oppgave å forvalte produktet slik at det får nye muligheter hos nye forbrukere.

Fretex legger avfallshierarkiet til grunn for arbeidet sitt. «Det som kan gjenbrukes, det skal gjenbrukes i sin originale form», ifølge representanten. Dersom noe av innsamlingsmaterialet er uten bruksverdi, eller er helt ødelagt av ulike årsaker, skal det enten gå til materialgjenvinning eller til forbrenning til energigjenvinning. Fretex samlet inn omtrent 18.000 tonn tekstiler i 2020 og omtrent 20.000 tonn i 2019 (Brenden, u.å.). Av det Fretex totalt samlet inn i 2020 gikk 72% (69% fra tidligere år, ifølge nettsiden) til gjenbruk, 25% gikk til gjenvinning og 5% til energigjenvinning, ifølge representanten.



FIGUR 6, Bruk av innsamlingsmateriale, Fretex. Av Martine Løvlie Tuvmarken og Helene Ågren

Fretex eksporterer omtrent 90% av klærne sine og resterende 10% selges i Norge. Innsamlingsmaterialet sorteres ved sorteringsanleggene i Oslo eller i Sandnes (Brenden, u.å.). Det som eksporteres bidrar til at andre land får tilgang til billige og miljøvennlige kvalitetsprodukter, arbeidsplasser, inntekt til Frelsesarmeens sosiale arbeid og til gode miljøløsninger. Eksportsjef i Fretex forteller at de hovedsakelig selger til Øst-Europa og Asia der selskaper kjøper, sorterer og selger varene (Gjermundbo, u.å.-a).

På grunn av den enorme mengden eksport vil transport også være et miljøutfordring, ifølge representanten. «Vi driver med kortreist gjenbruk» ifølge representanten. Han sier at dette er med på å skape arbeidsplasser i Norge. Videre legger han til at de jobber med transport og lokale utslipp blant annet ved å ha sensorer i alle innsamlingsboksene. På den måten kan de unngå å kjøre innom de boksene som ikke er fulle. I tillegg kommer det frem at Fretex passer på at boksene ikke blir fulle. Da unngår de at givene legger poser utenfor boksene og at tekstilene ødelegges. Ifølge representanten er derfor arbeidet med forbedret transport miljømessig effektivt.

«Vi mener jo selv at vi har ganske god kontroll, og at vi prøver alltid å jobbe etter å finne de beste løsningene for klima og miljø»

-Representant, Fretex

Fretex' tredje grunnpilar er 'profit' og dreier seg om lønnsomheten til selskapet. Fretex driftes som et AS og må derfor ha lønnsomhetsfokus for å kunne opprettholde driften. På den måten dekkes lønninger til de ansatte og husleie til butikkene. Pengene som samles inn, går til Frelsesarmeens sosiale arbeid. 10% av Fretex' bruktomssetning går til frelsesarmeens øvrige sosiale arbeid som en del av et lavterskeltilbud, og dette utgjør ca. 30 millioner kroner årlig (Brenden, u.å.).

4.1.3. FORDELER OG ULEMPER

Fretex påvirkes av omgivelsene både positivt og noe negativt. Representanten beskriver at det er veldedige organisasjoner som skal drive med innsamling av tekstiler i Norge. På den måten blir de ikke konkurranseutsatt på samme måte som kommersielle aktører. Myndighetene legger dermed godt til rette for at Fretex kan drive sitt arbeid. Forbrukerne, derimot, stiller større krav til at det skal være lett å levere inn og å handle brukt. Representanten mener det bare er bra at forbrukerne 'pusher' til å forbedre bruktbuikkene. De opplever samtidig at Fretex har et godt omdømme og høy grad av tillit i samfunnet, og at folk vet at det er gjennomført kvalitetssjekk av klærne som er utstilt.

Kvaliteten på de innsamlede klærne er noe Fretex tidvis opplever som en utfordring. «Vi er jo veldig heldige som får inn alt av tekstiler», sier representanten, men kvaliteten er dårligere sammenlignet med donasjonene for 20-30 år siden. Dagens bukser har kortere levetid sammenlignet med en olabukse fra 90-tallet. Materialmiks viser seg å ha kortere levetid og dårligere kvalitet og gjør det vanskelig å gjenvinne det, sier representanten. Det finnes ikke gode nok nedstrøms-løsninger for materialgjenvinning av slitte, hullede og møkkete tekstiler (Frelsesarmeen, u.å.-a).

Videre sier representanten at folk generelt er dårligere på å reparere klærne sine enn for 20-30 år siden. Tekstilsorterere sier at de kunne få inn vaskede, strøkne og pent innpakkede klær, gjerne med en hyggelig lapp for 30 år siden. I dag er det helt annerledes, og folk kan levere alt fra skatter til brukte underbukser. Likevel mener en selger i Nord-Irak som får varer fra Norge og Sverige at klærne har bedre kvalitet enn andre produkter på markedet (Gjermundbo, u.å.-b). Representanten sier dette kan ha noe med de høye kvalitetskravene vi har i Norge som følge av den høye velstanden.

Ifølge representanten vil klær med redusert kvalitet brukes som «shoddy». Såkalte «shoddy» er brukte og ødelagte klær som rives opp og fibre spinnes på nytt. Den nye tekstilen som produseres vil ha en lavere slitestyrke sammenlignet med jomfruelige fiber. Tilsetning av nye materialer kan forbedre kvaliteten på tekstilene (SIFO, 2012). Fretex forteller at produksjonen av «shoddy» brukes i industrien av isolasjonsmatter, støydempende matter i biler, hvitevarer og forsterkningsfibre i byggebransjen, etc. (Frelsesarmeen, u.å.-a).

4.1.4. BRED BÆREKRAFT

I Fretex jobber de med mye mer enn gjenbruk av klær og tekstiler. De er svært opptatt av å behandle alle ansatte likt uavhengig av kjønn, etnisitet og nasjonal opprinnelse (Brenden, u.å.). Representanten understreker at Fretex bruker grunnpilarene som en helhet. «Dersom vi skulle bare ha drevet med den miljømessige biten, ville vi vært et helt annet firma, og det hadde ikke vært Fretex sin identitet». Deres oppgave er å jobbe for miljøet og det sosiale, samtidig som det skal være lønnsomt både for Fretex og for Frelsesarmeen.

4.1.5. SAMFUNNSANSVAR

Fretex har drevet med samfunnsansvar i Norge siden 1905. Samfunnsansvaret bygger på de tre grunnpilarene, der oppgavene handler om gjenbruk, Frelsesarmeens sosiale arbeid samt å drive lønnsomt. Ifølge representanten er deres 'samfunnsoppdrag' det samme som visjonen deres; «Vi gir folk grunn til å tro på framtida». Representanten sier videre «vi vet jo at framtida er her og kommer, og vi må bare legge til rette for neste generasjon og generasjonen etter det».

4.2. NLM GJENBRUK

4.2.1. INTRODUKSJON

Norsk Luthersk Misjonssamband (NLM) er en «fri og selvstendig misjonsorganisasjon som jobber med grunnlag i Luthersk kristendom» (NLM, u.å.-b). De er en av Europas største misjonsorganisasjoner. Bedriften jobber i Norge med leirarbeid, skole- og barnehagedrift, en butikkjede, misjonsfelleskap, radio- og annen mediedrift, forlagsvirksomhet m.m. De har også et internasjonalt samarbeid der de jobber med prosjekter og gir bistandsarbeid. Arbeidet er innen helse, jordbruk og utdanning til Afrika, Sør-Amerika og Asia, via nasjonale kirker og lokale medarbeidere (NLM, u.å.-a). De viktigste fokusområdene til NLM er «skole, helse og vann», som også står skrevet på innsamlingsboksene. NLMs prioritet er teologisk opplæring, og arbeidet deres baseres på Bibelen (NLM, u.å.-a).

NLM har en avdeling kalt 'NLM Gjenbruk', en gjenbrukskjede som driver gjenbruksbutikker i hele Norge. Overskuddet fra disse butikkene går til NLMs prosjekter. NLM Miljø AS er et eget logistikk- og eksportselskap som har ansvar for innsamlingsboksene og eksport av produkter ifølge representanten. Overskuddet til NLM Miljø går også til å «støtte bistandsprosjekter innen skole, helse og vann» (NLM Gjenbruk, u.å.-c). NLM Gjenbruk er merkevaren som profileres på innsamlingsboksene.

NLM Gjenbruk startet opp for 15 år siden med formål om å tjene penger til prosjekter og å skape en lokal møteplass. Fokuset på bærekraft og spesielt på FNs bærekraftsmål har økt, ifølge representanten. NLM Gjenbruk har som visjon å skape bærekraft (NLM Gjenbruk, u.å.-a). Videre defineres visjonen som: «Våre butikker skal være unike, kreative og sosiale møtesteder hvor nye bånd knyttes og gamle forsterkes på tvers av kultur, etnisitet og samfunnslag. Lokale kraftsenter hvor kunder og frivillige sammen bidrar ved at overskuddet går til prosjekter innen skole, helse og vann. Vi kaller det sosialt entreprenørskap. Dette er grunnlaget for at NLM Gjenbruk skaper bærekraft.» (NLM Gjenbruk, 2021).

4.2.2. BÆREKRAFT

«Jeg har en påstand om [at vi], gjennom vårt arbeid (...) indirekte treffer på 16 av 17 bærekraftsmål»

-Representant, NLM Gjenbruk

«Vi har tro på at bærekraftsmålene faktisk er viktige (...) og med undermålene så er det fantastisk å lese hvor vi må treffe hvis vi skal ha en klode å leve for i fremtiden. Vi må på en måte leve slik at den neste generasjonen også kan leve og ha det bra. Det er for oss viktig å bidra til det» sier representanten. Videre forteller representanten at det jobbes med å nå det siste bærekraftsmålet, ren energi, ved å samarbeide med norsk strømleverandør. Da er visjonen å danne solcellepanel for butikker i Norge, samt et prosjekt om solcelle i Indonesia.

Representanten forteller at miljømessig bærekraft stadig blir viktigere for NLM Gjenbruk. De er opptatt av å øke levetiden til de tekstilene som allerede er produsert. I tillegg ønsker de å redusere avfallsmengden gjennom å drive butikkene sine. Det som kommer inn til butikkene, ville ellers blitt avfall, tror representanten. Han forteller at det en eller annen gang vil bli slutt på ressursene. I fremtiden blir det viktig å redusere bruk-og-kast-samfunnet, og jobbe for en sirkulær økonomi. Representanten vektlegger produksjon av «bra ting», altså tekstiler av høy kvalitet, og at folk bruker og reparerer klærne best mulig. «For miljøet vil det være det beste. Det nest beste ved tekstiler er å gi det til oss».

NLM Gjenbruk har en todelt ordning; Å samle inn tekstiler i innsamlingsboksene, samt å ta imot bruktgjenstander i butikkene ifølge representanten. I 2020 samlet NLM Gjenbruk inn 900 tonn tekstiler i de 393 innsamlingsboksene på Østlandet, Sør-Øst, Sør og Vest i Norge. Ødelagte tekstiler gjenvinnes og brukes i industrien eller forbrennes. Ifølge nettsiden til NLM Gjenbruk må verdikjeden for gjenbruk utvikles sammen med kommuner og avfallsselskaper som er i tråd med EUs mål for 2025 (NLM Gjenbruk, u.å.-c).

NLM Gjenbruk har ikke egne sorteringsanlegg for klærne som samles inn, slik at mye sendes ut av Norge. Av det som samles inn, sendes 90% til Polen (og andre land i Europa) fordi det er stor etterspørsel etter brukte klær i Polen. Det forventes at denne eksportraten er høy på lang sikt, sier representanten. At varene sendes til lavkostland, er viktig for lønnsomheten til organisasjonen og sørger for at tekstilene sendes til de store markedene.

Representanten skiller produktene de får inn med 'original' 'shopretur og leftover' (det som sorteres) og 'brick and brack' (pyntegjenstander, bestikk, dekketøy etc.). Etterspørselen etter originalvare har vært høy i Polen lenge. Nå har også etterspørselen etter 'brick and brack' blitt større enn tilbudet. Derfor kan norske butikker videresende varer til Polen for å slippe å kaste noe. En utfordring, ifølge representanten, er at de tidvis mottar ubrukelige varer som sendes rett til Polen. Da sendes det 'søppel' og blir nok ikke behandlet noe bedre der mener han.

4.2.3. FORDELER OG ULEMPER

NLM Gjenbruk er en frivillig organisasjon, og oppfyller kriteriene for å få momsfratak. Ifølge representanten har momsfraket tre kriterier: Alt arbeid skal være ulønnet (altså frivillig), det selges kun gitte varer, og pengene går til veldedige formål. På grunn av momsfraket sliter NLM Gjenbruk med å kunne reparere produkter, fordi de ikke kan kjøpe inn materialer til å reparere, da materialene har merverdiavgift. For å ha lov å selge produktene sine uten moms, har de altså ikke lov å kjøpe noe med moms heller. Representanten sier at alle aktører som skal selge brukt i Norge, må ha en egen bruktbepvilgning fra politiet. Dette kommer av brukthandeloven, som det aktivt jobbes med å fjerne. Hvis denne fjernes, vil det tilrettelegges for mest mulig gjenbruk i samfunnet, og NLM Gjenbruk vil miste fordelene de nå har med momsfraket.

Det er få ulemper ved å drive med gjenbruk ifølge representanten. Butikkene blir mer innbydende så kundene blir mer fornøyde og etterspørselen øker. Likevel har myndighetene begrensninger i form av lovverk. Både brukthandeloven og momsregelverket er to viktige faktorer. Momsfraket gir NLM Gjenbruk et konkurransefortrinn overfor Fretex som betaler 25% moms, og har derfor høyere priser. Han anser det likevel som positivt med likebehandling mellom momsfratak-aktører, og de som ikke har momsfratak. Noen aktører frykter å miste dette

konkurransefortrinnet, men representanten tror det også kan skape muligheter. Han legger til at det er urettferdig at NLM Gjenbruk anses som en kommersiell aktør av myndighetene, noe de ikke er. De tar imot både ønskede og uønskede donasjoner i respekt for giveren noe som ofte kan bety søppel. Avfallet må de betale samme priser for som andre kommersielle aktører selv om dette er en «tjeneste» for samfunnet. Bransjen jobber med å finne løsninger på dette.

4.2.4. KVALITET

En utfordring i bransjen er Fretex' «tabbe» om at de tar imot alt av tekstiler, ifølge representanten. Dette førte til at kvaliteten sank betraktelig. «Folk hørte på det. Tidligere var det ganske stor respekt for disse boksene, og folk puttet varer med gjenbrukskvalitet i boksene». Han mener det er denne formen for donasjoner som er nyttig for samfunnet, altså klær som faktisk kan gjenbrukes. Representanten tror Fretex hadde ambisjoner om å blidgjøre kommunene fordi tekstiler i restavfall kan ødelegge nedbrytingsmaskinene. I Norge jobbes det med å finne løsninger for å nå EUs vedtak om at klær ikke skal kastes i restavfall innen 2025.

Den enorme fremveksten av 'fast fashion' betyr redusert kvalitet på innsamlingsmaterialet. Disse klærne er det lav etterspørsel etter i Polen også, sier representanten. Det kommer 'søppel', blant annet som en konsekvens av Fretex' utsagn. Ifølge representanten er det startet en felles kampanje (tekstilauksjonen.no) av innsamlingsaktørene og tekstilbransjen i påsken 2021 for å redusere søppelmengden ved innsamling av tekstiler. Budskapet er å gå sammen for å motvirke Fretex sin tabbe. Han sier de prøver å snu trenden slik at det som doneres, er av gjenbrukskvalitet. «Noe annet for oss vil mest sannsynlig ikke være bærekraftig». Det oppfordres til å levere tørre tekstiler i lukket pose (NLM Gjenbruk, u.å.-c). 'Helt tørt og rent' er et prinsipp de ønsker å viderefremme (NLM Gjenbruk, u.å.-b). NLM Gjenbruk jobber også med avfallsbransjen rundt de tekstilene som ikke er av gjenbrukskvalitet.

4.2.5. AVFALL

Aktørene i bransjen er enige om at de dårligste tekstilene burde forbrennes. Han legger også til at gjenbruk av klær ligner på gjenbruk av plast, og at forbrukerne tror gjenbruket er større enn det faktisk er. NLM Gjenbruk har ingen fastslåtte tall på hvor mye av de innsamlede tekstilene som går til de forskjellige trinnene i avfallshierarkiet. Likevel mener han at «det kastes relativt

lite». De anslår at ca. 70-80% av det som samles inn i Norge, går til gjenbruk. Tekstilene som er ødelagt, og ikke kan gjenbrukes, skal gå til materialgjenvinning eller energigjenvinning på gjenvinningsstasjonene (NLM Gjenbruk, u.å.-c). Dette er best for miljøet, ifølge representanten. Likevel fremhever han at dersom noen industrier kan bruke slik avfall i sin produksjon, vil dette synet endre seg. Dette krever innovasjon.

4.2.6. BRED BÆREKRAFT

I NLM Gjenbruk arbeides det for mer enn bare miljøet. Den sosiale bærekraften er en viktig faktor med tanke på meningsfullt arbeid og forebygging av ensomhet i samfunnet. De etiske faktorene er også viktige der de jobber med 'Code of conduct', en avtale som sørger for gode arbeidsforhold med videre. Som et eksempel, nevner han at NLM Gjenbruk er den eneste organisasjonen som har klimanøytrale innsamlingsbokser. For hver boks de kjøper fra Tyskland, plantes det trær i Etiopia. De etiske sidene ved NLM Gjenbruk er blant annet respekt for givernes gode intensjon ved å levere tekstiler i boksene. At alt kommer til nytte, at avfall håndteres etter europeiske standarder og at eksportverdien skal være større enn fraktkostnaden (NLM Gjenbruk, u.å.-c).

4.2.7. SAMFUNNSANSVAR

NLM Gjenbruk bidrar til samfunnsansvar gjennom å «utgjøre en forskjell for barn og unge i den tredje verden». Ved å redusere forbruket av nye klær og fokusere på brukmarkedet, bidrar NLM Gjenbruk til at gjenbruk og materialgjenvinning blir mulig. På den måten motvirkes ressursknappheten globalt. Representanten mener det viktigste NLM Gjenbruk gjør, er formålet deres. Det er også meningsfullt å skaffe penger til disse møteplassene og til NLMs prosjekter i hele verden. Å danne samarbeid som sørger for at organisasjonen treffer på alle 17 bærekraftsmål er også viktig arbeid.

KAPITTEL 5 – ANALYSE

Formålet med denne studien har vært å se hvordan frivillige organisasjoner jobber for å oppnå miljømessig bærekraft i Norge. Ved å først studere drivere og barrierer for arbeidet med bærekraftig utvikling, fikk vi et innblikk i bakgrunnen for dette arbeidet. Deretter så vi nærmere på klesinnsamlingen i organisasjonene i forhold til miljømessig bærekraft. På den måten kan vi svare på problemstillingen.

I denne delen skal vi diskutere funnene fra dokumentanalysen og dybdeintervjuene, og knytte dette opp mot teorien. Dokumentanalysen ga et oversiktlig bilde av organisasjonene og deres arbeid. Analysen kombinert med intervjuene, ga dokumentanalysen utfyllende informasjon. Intervjuene ga særs god innsikt i hvilke barrierer organisasjonene opplever.

Organisasjonene vi analyserer er svært ulike; En stor markedsleder med godt omdømme, og en liten, ukjent organisasjon i vekst. De har flere ulikheter i driften av arbeidet sitt, men også mange likheter. Et bredt syn på bærekraft omhandler mer enn bare gjenbruk av klær. Det kommer klart frem at begge organisasjonene jobber med mer enn dette, og at de derfor klassifiseres som organisasjoner med bredt bærekraftfokus.

Vi fant det mest hensiktsmessig å bruke forskningsspørsmålene for å systematisere analysen, for så å oppsummere forskningsspørsmål 1 med en tabell, og forskningsspørsmål 2 i tekst. De to forskningsspørsmålene er:

- Hvilke drivere og barrierer har frivillige organisasjoner for bærekraftig utvikling?
- På hvilken måte fører klesinnsamling til miljømessig bærekraft?

5.1. DRIVERE OG BARRIERER

Hvilke drivere og barrierer har frivillige organisasjoner for bærekraftig utvikling?

5.1.1. DRIVERE

I teorien brukes **tre dimensjoner** til å definere bærekraft; Sosial, miljømessig og økonomisk bærekraft (Hansen, 2017). Disse kan også beskrives som den triple bunnlinjen dersom bedriften har lønnsomhetsfokus (Carson & Skauge, 2019). Den triple bunnlinjen skilles fra de tre dimensjonene ved at faktorene er avhengige av hverandre. Ifølge representanten fra Fretex avhenger faktorene «people, planet, profit» av hverandre for at driften skal gå rundt og samtidig sørge for bærekraftig utvikling. Dette kommer frem i intervjuet der representanten får frem at mange av arbeidsplassene de har i Norge avhenger av deres arbeid med kortreist gjenbruk. Derfor er disse pilarene viktige drivere for Fretex' arbeid for bærekraft.

NLM Gjenbruk har stort fokus på miljø og det sosiale arbeidet. Det sosiale arbeidet er den største motivasjonsfaktoren for bedriften. Klesinnsamlingen bidrar til samhold og forbedrer den miljømessige bærekraften. I tillegg kommer det frem at det økonomiske perspektivet vektlegges i mindre grad. De sender klær til lavkostland for sortering og videresalg. Alle de tre dimensjonene er drivere men uavhengige av hverandre. For NLM Gjenbruk er altså den miljømessige og den sosiale bærekraften de to viktigste driverne. Samlet ser vi at de tre dimensjonene er viktige drivere for begge organisasjonene. De vektlegges forskjellig på grunn av ulik organisering av bedriftene, men står som et felles fundament for arbeidet med bærekraft.

FNs bærekraftsmål er en internasjonal plan for bærekraftig utvikling og har satt spesifikke mål for 2030. Disse målene fungerer som retningslinjer for utryddelse av fattigdom, bekjempelse av ulikheter og for å stoppe klimaendringene (WECD & Brundtland, 1987). For Fretex ser vi at bærekraftsmålene anses som deler av det grunnleggende arbeidet i organisasjonen. De anses som «business as usual» og er en del av den daglige driften. FNs mål er med på å synliggjøre de gode tingene Fretex gjør, og det er ønskelig at Fretex skal oppnå disse målene innen 2030. NLM Gjenbruk har bærekraftsmålene som mer konkrete mål å jobbe

mot, og baserer mye av arbeidet sitt på disse. Målene har vært bakgrunnen for det økte miljøfokus til NLM, og de jobber målrettet mot å oppnå stadig større andel av disse målene og delmålene. FNs bærekraftsmål er derfor en sterk driver for NLM Gjenbruk og en svak driver for Fretex i deres arbeid for bærekraftig utvikling.

Samfunnsansvar er som nevnt et ansvar organisasjonene selv bør ta for mennesker, samfunn og miljø (Regjeringen, 2008). I teorien kommer det frem at frivillige organisasjoner har en sentral rolle innen arbeid med bærekraftig utvikling i Norge (Finansdepartementet, 2007). Dette henger tett sammen med deres samfunnsansvar. Fretex har arbeidet med samfunnsansvar siden 1905, og har i ettertid et fokus på at de «skal legge til rette for generasjonen etter oss, og den etter det», ifølge Fretex' representant. Derfor er dette en sterk driver for Fretex. NLM Gjenbruk tar samfunnsansvar på flere områder; Arbeid med forbedret tekstilutnyttelse samt reduksjon av ensomhet i samfunnet. De sier selv at de «utgjør en forskjell for barn og unge i den tredje verden». Dette er en sterk driver også for NLM Gjenbruk.

Motivasjonen til frivillige organisasjoner er å sette mennesker og miljø i fokus (Bossart, 2019). Fretex motiveres først og fremst av visjonen deres: «Vi gir folk grunn til å tro på fremtiden». I tillegg er profitt en viktig motivasjonsfaktor hos Fretex for å bidra til Frelsesarmeens arbeid. Dette har bakgrunn i at Fretex ikke defineres som frivillig, men som et AS. Fretex er opptatt av å gjøre arbeid som er meningsfullt, både innenfor det miljømessige, sosiale og økonomiske perspektivet.

Disse faktorene ligner også på motivasjonen NLM Gjenbruk har til å jobbe med bærekraft. FNs mål er en svært stor motivasjonsfaktor, kanskje den viktigste. NLM Gjenbruk sin visjon er at «vi skaper bærekraft», som henger tett sammen med FNs mål. I tillegg motiveres NLM Gjenbruk av at arbeidet er meningsfullt. Alle arbeider frivillig og sørger for sosiale møteplasser i Norge og ellers i verden. En annen viktig motivasjonsfaktor er at det er kristendommen som ligger til grunn for organisasjonen. Arbeidet de gjør bidrar derfor til å spre kristne budskap og å hjelpe andre ved ulike typer bistands- og misjonsarbeid.

For frivillige organisasjoner stiller motivasjonen for arbeidet seg som en svært sterk driver. Begge organisasjonene hevder at arbeidet gjøres fordi det er meningsfullt, og det bidrar til å hjelpe andre. Vi ser derfor at alle driverne for arbeidet for bærekraftig utvikling er sterke og påvirker arbeidet til organisasjonene. Fretex har større fokus på den triple bunnlinjen på grunn av en delvis profittmaksimerende tilnærming. NLM Gjenbruk drives frivillig og har derfor rom for å rette fokuset mot FNs bærekraftsmål i svært stor grad.

Å tilfredsstillte **kundene** betyr økt lønnsomhet og er avgjørende for den daglige driften. Fretex har «skatter» i butikkene og en nettbutikk som sørger for tilfredse kunder. NLM Gjenbruk jobber for butikker som er tilfredsstillende og innbydende. En viktig faktor er at kundene skal ha lyst til å handle der. De har ambisjoner om å nå ut til både kjente og ukjente innen brukthandelverdenen. Begge organisasjonene har fokus på forbedret relasjon til kundene, og dette kan anses som en moderat driver for både Fretex og NLM Gjenbruk.

5.1.2. BARRIERER

Myndighetene har regler for at det er veldedige og ideelle organisasjoner som skal drive med klesinnsamling i Norge. Representanten fra Fretex sier at «(...) Myndighetene har lagt til rette for at vår drift skal kunne opprettholdes og ikke fullt ut bli konkurranseutsatt.». Fretex opplever derfor at myndighetene tilrettelegger drift av deres arbeid. Myndighetene er derfor en svak, delvis fraværende barriere for Fretex.

Motsatt opplever NLM Gjenbruk forskjellsbehandling og urettferdighet av de strenge reglene som gjelder for frivillige organisasjoner som har fått momsfristak. At det er ulovlig å reparere ødelagte ting dersom en må bruke materialer en har kjøpt, hemmer muligheten for bærekraftig drift. I tillegg er det krevende at de må betale de samme summene som profittmaksimerende bedrifter når de eksempelvis skal kaste avfall. Myndighetene oppleves derfor ofte som en sterk og negativ barriere for NLM Gjenbruk. Det vektlegges likevel at NLM Gjenbruk i enkelte tilfeller også får konkurransefortrinn på vegne av lovverket.

For Fretex er det viktig at det alltid jobbes med å trekke til seg **kunder**. Som representanten selv sier, er det ingen selvfølge at kundene skal komme til Fretex å handle. Dette tror han er på grunn av alle de andre mulighetene som finnes. En felles forståelse blant de to bedriftene er at det må jobbes sammen for å endre markedets syn på bruktkjøp, og ikke minst på forbruket vi nordmenn har i dag. Begge organisasjonene har et stort fokus på å tilfredsstillte kundene da kundene kan være sterke barrierer dersom de blir misfornøyde.

De største **konkurrentene** Fretex har, er andre bedrifter innen bruksalg. Finn.no og Tise er veletablerte aktører med stor markedsandel. Fretex har en fordel med at de har fysiske butikker. Dette er et konkurransefortrinn som ikke nødvendigvis varer evig. NLM har flere lignende konkurrenter, men vektlegger at Fretex er en stor konkurrent med større markedsandel. Likevel har NLM fordelen med momsfristak som fører til muligheter for lavere priser. Konkurrenter oppleves som en moderat barriere for begge organisasjoner. Fretex frykter nye aktører, mens NLM Gjenbruk etterstreber de større bedriftene i bransjen.

Det er stort potensiale for innsamling av tekstiler i Norge, ifølge SIFO (2012). **Markedet** for brukthandel i Norge er lite sammenlignet med andre land i Europa. Begge organisasjonene er enige om at de tror dette vil snu i tiden som kommer. Representanten fra NLM Gjenbruk forklarer at de har begynt å jobbe med utleie av diverse husholdningsverktøy slik som symaskiner og drill. På den måten trenger ikke alle husholdninger å eie alt. Dette tror han blir stor suksess i årene som kommer. At markedet i Norge er såpass lite, skaper en moderat barriere for drift av norske butikker. Likevel er det muligheter for utvikling, og for å utnytte andre og større markeder.

5.1.3. OPPSUMMERING AV DRIVERE OG BARRIERER

Det kommer klart frem av analysen at begge organisasjonene er svært opptatt av bærekraft. Nedenfor har vi lagd en tabell som oppsummerer de viktigste driverne og barrierene til Fretex og NLM Gjenbruk fra svært svak til svært sterk. En ser derfor hvilke likheter og hvilke forskjeller som beskriver arbeidet til de to organisasjonene.

	<i>ANALYSEFAKTOR</i>	<i>FRETEX</i>	<i>NLM GJENBRUK</i>
DRIVERE	De tre dimensjonene	Sterk	Moderat
	Bærekraftsmål	Svak	Sterk
	Samfunnsansvar	Svært sterk	Svært sterk
	Motivasjon	Moderat	Sterk
	Kunder	Moderat	Moderat
BARRIERER	Myndigheter	Svært svak	Sterk
	Kunder	Moderat	Moderat
	Konkurrenter	Moderat	Moderat
	Marked	Moderat	Moderat

TABELL 1. Driverne og barrierer. Av Martine Løvlie Tuvmarken og Helene Ågren

5.2. KLESINNSAMLING OG MILJØMESSIG BÆREKRAFT

På hvilken måte fører klesinnsamling til miljømessig bærekraft?

Innledningsvis kom det frem at tekstilindustrien er en miljøverstering (Gjermundbo, u.å.-d). Regjeringen ønsker at Norge skal være et foregangsland når det kommer til bærekraftig utvikling (Finansdepartementet, 2007). Det betyr at arbeidet med gjenbruk for en mer sirkulær økonomi blir stadig viktigere. Ifølge PLAN miljø er vi for dårlige på å drive gjenbruk i Norge (PLAN miljø & Østfoldforskning, 2020). Fretex og NLM Gjenbruk jobber kontinuerlig med å sørge for bedre ordninger for gjenbruk i Norge, men også på internasjonalt nivå.

«Hele tekstilbransjen er jo i ferd med å ta ansvar og grep, og prøve å gjøre noe»

-Representant, NLM Gjenbruk

Ifølge FN må vi redusere forbruket av ikke-fornybare ressurser for å bli bedre på miljømessig bærekraft (FN, 2019). De to organisasjonene er bevisst på dette og er enige om at første prioritet er å sørge for at vi kjøper mindre nye klær. På den måten produseres det også mindre, og forbruket av ikke-fornybare ressurser går ned. Ifølge representanten fra NLM Gjenbruk vil det være vanskelig å få nordmenn til å slutte å kjøpe klær på grunn av kulturen vår. Derfor er målet til begge organisasjoner å sørge for at vi kjøper mer brukt.

5.2.1. KLESINNSAMLING

Det kommer frem i teorien at klesinnsamling er en økende trend i Norge. Frivillige organisasjoner står for store deler av innsamlingen (PLAN miljø & Østfoldforskning, 2020). Begge organisasjonene har gjenbruksbutikker fordelt over hele landet. Fretex har 40 butikker, der 10 av disse drives frivillig av Frelsesarmeens hjelpekorps. Resten av butikkene, samt transport- og sorteringsarbeid drives lønnet. I NLM Gjenbruk drives alle de 36 butikkene fullt ut frivillig. Det er stor forskjell i antall innsamlingsbokser, Fretex sine 3000 mot NLM Gjenbruk sine 393. Fretex får inn mye fra forskjellige varegrupper, men representanten sier at det kommer inn mest tekstiler da dette er lettest for folk å levere. Dette henger trolig sammen

med at de har et stort antall innsamlingsbokser. Fretex samler inn 18.000 tonn klær årlig, og 90% av dette eksporteres. Derfor er arbeidet til Fretex spesielt viktig når det kommer til forbedrede transportløsninger for å fremme miljømessig bærekraft i forbindelse med klesinnsamlingen.

NLM Gjenbruk kan holde åpent omtrent like mange butikker fordi de får inn en større andel av andre varegrupper enn tekstiler. Representanten sier at det blir levert mye til butikkene fra de andre varegruppene. De tilbyr seg til og med å hente donasjoner hjemme hos folk. Av det som samles inn i boksene, anslår representanten til NLM Gjenbruk at 5-10% utgjør sko, vesker og annet. Det vil si at det aller meste som samles inn i boksene er klær og tekstiler. Noe av dette blir solgt i Norge, men 90% av de 900 tonnene som samles inn i boksene, blir eksportert direkte til Polen. Fretex beholder altså 1800 tonn tekstiler fra innsamlingsboksene i Norge, mens NLM Gjenbruk beholder 90 tonn årlig. Når de har tilnærmet likt antall butikker, viser dette at butikkene til NLM i større grad inneholder andre ting enn tekstiler.

5.2.2. KVALITET

Tekstiler kommer i mange kombinasjoner av materialer, og alle er ikke like miljøvennlige (SIFO, 2012). Dagens forbruk av 'fast fashion' fører til store utslipp (Parks, u.å.). Ifølge begge representantene har 'fast fashion' lavere kvalitet og er en økende trend. Vi handler mye fra Gina Tricot og H&M, og der er det mye dårlig kvalitet sier representanten til NLM Gjenbruk. Etterspørselen etter slik billigmote er heller ikke stor i eksportlandene. Både Fretex og NLM Gjenbruk er enige om at det ville vært mer miljøvennlig om forbrukerne kjøpte klær av rene materialer fremfor billige klær laget av en materialmiks. Klær med rene materialer har bedre kvalitet. Ifølge representanten er 80% av tekstilene Fretex får inn materialmiks. Dette håper de det blir en endring på i fremtiden.

Representanten fra NLM Gjenbruk fremmer produksjon av klær med ambisjoner om økt levetid. Det spås at salget av brukte klær i 2029 vil være dobbelt så stort som salget av billigmote. «Fast fashion gir lav kvalitet, men fast fashion forbrukes raskt (...) og har ofte kortere levetid enn dyrere kvalitetsklær» sier representanten. De håper på en endring i produksjon og salg av bedre kvalitet da økt levetid gir miljømessig bærekraft. NLM Gjenbruk

tror på prognoser som viser at markedet for gjenbruk øker med 414% i løpet av de neste årene. Dette avhenger av at kvaliteten på klærne er gode nok til at også nordmenn blir interessert i å kjøpe mer brukt.

5.2.3. AVFALL

I teorikapitlet kommer det frem at tekstilindustrien bidrar til store mengder avfall (SIFO, 2012). I teorien er det enkelt å beskrive hvordan vi skal bruke tekstilene på en mest mulig bærekraftig måte. Punkt én i avfallshierarkiet er å forbruke mindre, altså redusere forbruket. Punkt to er å gjenbruke. Hvis vi gjenbraker mer, kjøper vi mindre nytt. Gjenbruk har derfor direkte virkning på forbruket vårt. «Det er derfor det er viktig at vi bruker og sliter ut tingene vi har» - Representant fra NLM Gjenbruk. Punkt tre er energiutnyttelse, og siste mulighet er deponering (Miljødirektoratet, 2020).

Både Fretex og NLM Gjenbruk er enige om at avfallshierarkiet er bakgrunnen for arbeidet de gjør. Denne kan anses som en forretningsmodell for begge organisasjonene. Når klærne ikke lenger er gode nok i seg selv, mener begge organisasjonene at det beste er å gjenvinne tekstilene til 'shoddy' som kan brukes til å produsere nye klær. Der dette er mulig, gjenvinnes tekstilene til materialer som kan brukes i industrien, for eksempel i biler. Til slutt mener både Fretex og NLM Gjenbruk at siste løsning er å brenne eller deponere materialene. Dette er den minst gunstige metoden for miljøet, og det koster organisasjonene mye penger. Tekstiler som må kastes, er typisk våte og ødelagte ting som eksempelvis har blitt satt utenfor containerne av giverne. Dette gir ingen bærekraft, og begge bedriftene mener at dette bør unngås, både av miljømessige og økonomiske hensyn.

Ifølge Fretex` representant skal vi bruke klærne til de blir utslitte. Representanten fra NLM Gjenbruk mener likevel at dette ikke skjer i praksis fordi det ikke er «(...) realistisk at alle slutter å følge motebildet. I tillegg er jo hele verdenssamfunnet bygget opp av produksjon og salg av ting, så vi kan ikke bare slutte med det, heller».

Det jobbes med å trekke tilbake Fretex sitt utsagn om at de vil ha «alt». Dette er fordi de ønsker å redusere mengden med tekstiler som havner i restavfall, og dermed forbrennes i Norge. Utsagnet har ført til at givene leverer mye 'søppel' og ubrukelige tekstiler som ikke kan gi noen gevinst i forhold til miljøet. Derfor er begge organisasjonene klare på hva de ønsker å få inn. «Helt, rent, tørt» bruker NLM som budskap til givene slik at det skal bli mer lønnsomt, og ikke minst mer miljøvennlig å drive klesinnsamling.

5.2.3.1. AVFALLSHIERARKIET

Det kommer frem av dokumentanalysen at 69% (representanten sier at 72%) av alt Fretex samler inn går til gjenbruk. Fretex har mulighet til å reparere og fornye klær som kommer inn. Derfor vil andelen deres med gjenbruk være høy. Videre går 25% til gjenvinning til materialer og 5% til forbrenning. Ifølge representanten til NLM Gjenbruk, anslår organisasjonen, uten konkrete utregninger, at 70-80% av det som samles inn, går til gjenbruk. De har ingen tall på hvor mye som går til de to andre områdene, men representanten sier at de kaster relativt lite. Representanten fra NLM Gjenbruk fremhever at de jobber tett med avfallsbransjen, og hvilke muligheter som fins for ødelagte tekstiler som ikke kan gjenbrukes. Innovasjon på dette området blir viktig i årene som kommer, dersom organisasjonene skal nå målene EU har satt om at ingen tekstiler skal i restavfallet innen 2025. På grunn av overproduksjonen av klær blir dette en stor utfordring.

5.2.4. SIRKULÆR ØKONOMI

For å ta vare på ressursene i naturen, må vi over på en mer sirkulær økonomi (Miljødirektoratet, 2020). Vi må distansere oss fra forbruksmønsteret vi har, hvor vi produserer, forbruker og kaster, sier NLM Gjenbruks representant. De er medlem i NF&TA (Norwegian Fashion and Textile Agenda), en organisasjon som jobber med sirkulær økonomi i tekstilindustrien (NF&TA, u.å.). Fretex' representant sier at det er i den sirkulære økonomien de fleste arbeidsplassene er fremover nå da det er her de kan vokse. Han påpeker at Fretex har høye ambisjoner om å være med i denne veksten. Videre sier han at dette arbeidet starter hos produsentene og designerne. De må ta ansvar for produktene som bringes på markedet og prøve å få det inn i «loopen» igjen. I dag er det bare 1% av tekstilene som går inn igjen i loopen eller kretsløpet for sirkulær økonomi. Representanten i NLM Gjenbruk tror utleie blir en viktig del av arbeidet for en sirkulær økonomi i fremtiden.

5.2.5. OPPSUMMERING AV KLESINNSAMLING OG MILJØMESSIG BÆREKRAFT

Som det kommer frem, er begge bedriftene svært enige om hvordan tekstilene skal håndteres for best mulig miljømessig bærekraft. Første prioritet er å redusere forbruket, og deretter skal det som kan gjenbrukes, gjenbrukes i sin originale form. Ved å endre forbruksmønsteret til nordmenn mener begge organisasjonene at Norge får en mer sirkulær økonomi og får økt miljømessig bærekraft. Det betyr at arbeidet med å redusere fast-fashion-samfunnet, produsere klær av høyere kvalitet og å finne løsninger på avfall som ikke kan gjenbrukes, bidrar til økt miljømessig bærekraft.

På grunn av klesinnsamlingen, gir organisasjonene mulighet for gjenbruk slik at forbruket sirkulerer fremfor at det kastes og kjøpes nytt. Dette fører til miljømessig bærekraft for alle parter. Det er likevel tydelig at begge organisasjonene har større marked i andre deler av Europa slik at arbeidet med klesinnsamlingen bidrar til miljømessig bærekraft på et internasjonalt nivå.

KAPITTEL 6 – USIKKERHET

En viktig del av gjennomføringen av studier er å ta hensyn til usikkerhetsmomenter (Kolltveit et al., 2009, s. 72). I vår oppgave er det største usikkerhetsmomentet intervjuet og bruken av informasjonen vi fikk fra de. Det kan også oppstå skjevheter ved fortolkninger av denne informasjonen.

Ved gjennomføringen av dybdeintervju kan det oppstå flere usikkerhetsmomenter vi bør ta høyde for. Vi intervjuet kun to representanter, og de kan ikke nødvendigvis generaliseres til å gjelde alle lignende organisasjoner i Norge. Representantene ønsker antakeligvis også å stille organisasjonene i et godt lys. Dersom vi hadde intervjuet en tredje organisasjon som ligner, kan det være at konklusjonen hadde blitt noe annerledes. Dybdeintervjuer skal være uformelle og ikke ha et fastlagt skjema (Halvorsen, 2008, s. 138). Vi valgte likevel å bruke et semistrukturert intervjuoppsett. Vi hadde en intervjuguide og derfor en enkel struktur på intervjuet. Dette er for å få mest mulig informasjon fra representantene uten å bruke unødvendig lang tid.

Det er også relevant å ta hensyn til at vi er to uerfarne intervjuere som kan ha gjort feiltrinn og stilt spørsmål med litt ulik vinkling. Det er tenkelig at spørsmålene våre kan ha blitt oppfattet og derfor besvart ulikt i de to intervjuene som følge av dette. I ettertid har vi sett at det hadde vært hensiktsmessig å ha enda bedre struktur på intervjuguiden, og sørge for at vi visste mer konkret hvilken informasjon vi trengte fra representantene. Det kan være at våre forberedte spørsmål og vår uerfarenhet har påvirket svarene vi fikk som igjen kan ha ført til skjevheter i resultatet.

Intervjuene foregikk over Microsoft Teams på grunn av koronasituasjonen, noe som kan ha hatt betydning. I tillegg er lengden på intervjuene en faktor som kan gi usikkerhet, da intervjuet med Fretex varte i underkant av 40 minutter, mens intervjuet med NLM Gjenbruk varte i litt over 60 minutter. Vi sørget for at begge respondentene fikk mulighet til å dele alt de ønsket å fortelle. Ulikheten i varigheten til intervjuene skyldes at det ble fortalt lengre historier og lignende fra representanten til NLM Gjenbruk som ikke nødvendigvis var relevant for oppgaven.

KAPITTEL 7 – KONKLUSJON

Formålet med denne oppgaven har vært å undersøke hvordan frivillige organisasjoner jobber for å oppnå miljømessig bærekraft i Norge. Så langt har vi analysert og diskutert ulike drivere og barrierer bedriften har samt hvordan klesinnsamling fører til miljømessig bærekraft. Vi har gjort dokumentanalyse og analyse av intervjuer med Fretex og NLM Gjenbruk.

Analysen viser at organisasjonene har flere likheter og forskjeller. Den største forskjellen er at Fretex ikke defineres som en frivillig organisasjon. Likevel gjør Fretex noe frivillig arbeid, mens NLM Gjenbruk kan defineres som frivillig. Driften til de to organisasjonene er derfor relativt ulik, og det vil påvirke enkelte drivere og barrierer. Vi ser likevel at fokuset er mye av det samme der begge har bakgrunn i de tre dimensjonene og FNs bærekraftsmål. Den største driveren til begge organisasjonene er samfunnsansvaret de påtar seg. Den største barrieren for NLM er lovgivning, mens Fretex påvirkes ikke av dette. Begge organisasjonene har et bredt syn på bærekraft.

Avfallshierarkiet er grunnlaget for arbeidet til de to organisasjonene. Det viktigste momentet i arbeidet er å sørge for en effektiv bruk av tekstiler og å skape et sirkulært forbruk. Å sørge for at innsamling og videresalg skjer i samsvar med hierarkiet, er arbeid som fører til miljømessig bærekraft. Det samme gjelder å finne løsninger for de tekstilene som ikke kan gjenbrukes og som derfor gir lav eller ingen miljømessig gevinst. Arbeid med mer miljøvennlig transport av tekstilene fører også til økt miljømessig bærekraft.

For å svare på problemstillingen, ser vi at de frivillige organisasjonene jobber med å oppnå bærekraftsmålene. Ved å redusere tekstilforbruk, forbedre ordninger for gjenbruk, gjenvinning og transport, skaper Fretex og NLM Gjenbruk miljømessig bærekraft.

Vi ser at en del av arbeidet til organisasjonene krever gjensidig respekt mellom organisasjonene og forbrukerne. På den måten kan organisasjonene gjøre en best mulig jobb. Dette resulterer i best mulig tilbud for kundene, og samtidig en best mulig løsning for miljøet.

I oppgaven foreligger det flere usikkerhetsmomenter, og det er kun et lite utvalg som er representert. Derfor er det vanskelig å generalisere resultatet til å gjelde alle lignende bedrifter i Norge. Likevel kan oppgaven gi en god indikasjon på faktorene som er relevante for arbeidet til de frivillige organisasjonene, og at dette arbeidet fører til miljømessig bærekraft.

LITTERATURLISTE

- Asdal, K. & Reinertsen, H. (2020). *Hvordan gjøre dokumentanalyse: En praksisorientert metode* (1. utgave.). Cappelen Damm akademisk.
- Bjørkheim, E. S. (2020). *Kildesortering i koronaens tid: Forstudieplan for et felteksperiment om sosiale normer* [Masteroppgave, Universitetet i Oslo]. Økonomisk institutt.
<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/79414/Bjoerkheim-Eirik.pdf?sequence=27&isAllowed=y>
- Bossart, M. (2019, 5. september). *What Is a Not-for-Profit Organization?* Patriot Software.
<https://www.patriotsoftware.com/blog/accounting/what-is-a-not-for-profit-organization/>
- Brenden, J. O. (u.å.). *Faktaark om Fretex-gruppen*. www.fretex.no. Hentet 28. mars 2021 fra <https://www.fretex.no/om-fretex/fakta/fakta-om-fretex>
- Brink, H. I. L. (1993). *Validity and reliability in qualitative research* (2). 16(2), 35–38.
<https://doi.org/10.4102/curationis.v16i2.1396>
- Carson, S. G. & Skauge, T. (2019). *Etikk for beslutningstakere: Virksomheters bærekraft og samfunnsansvar* (2. utgave.). Cappelen Damm akademisk.
- Dalland, O. (2017). *Metode og oppgaveskriving* (6. utg.). Gyldendal.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R., Jackson, P. R. & Jaspersen, L. J. (2018). *Management and business research* (6.).
- Finansdepartementet. (2007). *Norges strategi for bærekraftig utvikling*.
https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/fin/rapporter/strategi_barekraftig_utvikling.pdf
- FN. (2019, 15. januar). *Bærekraftig utvikling*. <https://www.fn.no/tema/fattigdom/barekraftig-utvikling>
- Frelsesarmeen. (u.å.-a). *Fretex-utfordringen*. Frelsesarmeen. Hentet 30. april 2021 fra <https://frelsesarmeen.no/krigsropet/fretex-utfordringen-gjenvinning-miljo-gjenbruk-klær-tekstiler-tekstilavfall-sirkulære-tekstiler-snøhetta-renewcell-forbruk-bærekraft-energigjenvinning-innovasjon-norge>
- Frelsesarmeen. (u.å.-b). *Velkommen til Frelsesarmeen*. Frelsesarmeen. Hentet 8. februar 2021 fra <https://frelsesarmeen.no/>
- Fremont-Smith, M. (1965). *Foundations and Government: State and Federal Law Supervision*. Russell Sage Foundation. <https://www.jstor.org/stable/10.7758/9781610442220>
- Frivillighet Norge. (u.å.). *Hva er en frivillig organisasjon?* Frivillighet Norge. Hentet 8. februar 2021 fra <https://www.frivillighetnorge.no/fakta/hva-er-en-frivillig-organisasjon/>

- Frivillighetsregisterloven. (2007-juni). *Lov om register for frivillig virksomhet* ((LOV-2007-06-29-88)). Kulturdepartementet. <https://lovdata.no/lov/2007-06-29-88>
- Gatto, M. (1995). Sustainability: Is it a Well Defined Concept? *Ecological Applications*, 5(4), 1181–1183.
- George, A. L. & Bennett, A. (2005). *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*.
- Gjermundbo, T. (u.å.-a). *Alt kommer til nytte!* www.fretex.no. Hentet 10. februar 2021 fra <https://www.fretex.no/hovedmeny/miljo-og-samfunnsansvar/eksport/alt-kommer-til-nytte>
- Gjermundbo, T. (u.å.-b). *Fretex tror på lønnsomhet*. www.fretex.no. Hentet 23. februar 2021 fra <https://www.fretex.no/om-fretex/fakta/vi-tror-paa-lonnsomhet>
- Gjermundbo, T. (u.å.-c). *Kjøp mindre og gjenbruk*. www.fretex.no. Hentet 29. april 2021 fra <https://www.fretex.no/hovedmeny/miljo-og-samfunnsansvar/gjenbruk-og-gjenvinning>
- Gjermundbo, T. (u.å.-d). *Miljørappport*. www.fretex.no. Hentet 10. februar 2021 fra <https://www.fretex.no/hovedmeny/miljo-og-samfunnsansvar/miljo-og-samfunnsansvar-i-praksis>
- Goodland, R. & Daly, H. (1996). Environmental Sustainability: Universal and Non-Negotiable. *Ecological Applications*, 6(4), 1002–1017. <https://doi.org/10.2307/2269583>
- Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet: En innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Cappelen akademisk forl.
- Hansen, I. J. B. (2017). *Bærekraftig innovasjon—Et nytt paradigme* [Masteroppgave, Universitetet i Oslo]. Senter for Teknologi, innovasjon og Kunnskap. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/58613>
- Holden, E. & Linnerud, K. (2018). Fra global idé til lokal handling. *Plan*, 50(03), 48–55.
- Hope, T. A. E. & Kjøniksen, H. (2020). *En studie av ansvarlig innovasjon og bærekraftig utvikling i havbruksnæringen på Vestlandet* [Masteroppgave]. Insitutt for økonomi og administrasjon, Høgskulen på Vestlandet.
- Idsø, J. (2020, 30. mars). Offentlig sektor. I *Store norske leksikon*. http://snl.no/offentlig_sektor
- Jacobsen. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?: Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg.). Cappelen Damm akademisk.
- Jacobsen, D. I. (2003). *Forståelse, beskrivelse og forklaring: Innføring i samfunnsvitenskapelig metode for helse- og sosialfagene*. Høyskoleforl.
- Klepp, I. G. (2020, 28. desember). Tekstil. I *Store norske leksikon*. <http://snl.no/tekstil>

- Klepp, I. G. & Laitala, K. (2016). *Klesforbruk i Norge* (Fagrapport 2). Forbruksforskningsinstituttet SIFO - Høyskolen i Oslo og Akershus. https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/5331/file80574_file80519_fagrapport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kolltveit, Lereim & Reve. (2009). *Prosjekt- strategi, organisering, ledelse og gjennomføring*. Universitetsforlaget.
- Kvålshaugen, R., Wennes, G. & Nesse, J. G. (2019). *Organisere og lede: Dilemmaer i praksis* (2. utgave.). Fagbokforlaget.
- Leedy, P. D. & Ormrod, J. E. (2014). *Practical Research: Planning and Design* (Tenth edition). Pearson Education Limited.
- Malt, U. & Grønmo, S. (2020, 8. juni). Strukturert intervju. I *Store norske leksikon*. http://snl.no/strukturert_intervju
- McKinsey. (u.å.). *Hvordan moteindustrien kan redusere sitt karbonavtrykk* | McKinsey. Hentet 22. mars 2021 fra <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashion-on-climate>
- Miljødirektoratet. (2019, 10. oktober). *Klimatiltak—Avfall og deponi—Miljødirektoratet*. Miljødirektoratet/Norwegian Environment Agency. <https://www.miljodirektoratet.no/myndigheter/klimaarbeid/kutte-utslipp-av-klimagasser/klima-og-energitiltak/avfall/>
- Miljødepartementet, K. (2017, 21. juni). *Meld. St. 45 (2016–2017)* [Stortingsmelding]. Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-45-20162017/id2558274/>
- Miljødepartementet, K. (2020, 12. mai). *Hva er sirkulær økonomi?* [Redaksjonellartikkel]. Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/forensning/sirkular-okonomi/hva-er-sirkular-okonomi/id2701032/>
- Miljødirektoratet. (2020, 10. mars). *Sirkulær økonomi—Miljødirektoratet*. Miljødirektoratet/Norwegian Environment Agency. <https://www.miljodirektoratet.no/ansvarsomrader/avfall/sirkular-okonomi/>
- Miljøstatus. (u.å.). *Deponering av avfall—Miljøstatus for Norge*. Miljøstatus. Hentet 30. april 2021 fra <https://miljostatus.miljodirektoratet.no/tema/avfall/avfallshandtering/deponering-av-avfall/>
- Moore, M. H. (2000). *Managing for Value: Organizational Strategy in for-Profit, Nonprofit, and Governmental Organizations*. 29(1_suppl), 183–204. <https://doi.org/10.1177/0899764000291S009>
- NF&TA. (u.å.). *NF&TA*. NF&TA. Hentet 13. mai 2021 fra <https://www.nfta.no>

Nilsen, H. R. (2021, 3. mai). Sirkulær økonomi. I *Store norske leksikon*.
http://snl.no/sirkul%C3%A6r_%C3%B8konomi

NLM. (u.å.-a). *NLMs arbeid*. NLM. Hentet 20. april 2021 fra <https://www.nlm.no/om-oss2/nlms-arbeid/>

NLM. (u.å.-b). *Om oss*. NLM. Hentet 20. april 2021 fra <https://www.nlm.no/om-oss/>

NLM Gjenbruk. (u.å.-a). *Bruktbutikker i hele Norge—Brukte klær, nips og møbler*. NLM Gjenbruk. Hentet 20. april 2021 fra <https://nlmgjenbruk.no/>

NLM Gjenbruk. (u.å.-b). *Gjenbruksbutikker i hele Norge*. NLM Gjenbruk. Hentet 26. april 2021 fra <https://nlmgjenbruk.no/innsamlingsbokser/>

NLM Gjenbruk. (u.å.-c). *Miljø*. NLM Gjenbruk. Hentet 26. april 2021 fra <https://nlmgjenbruk.no/miljo/>

NLM Gjenbruk. (2021, 5. januar). *Vi skaper bærekraft*. NLM Gjenbruk.
<https://youtu.be/eX0ncjFm1dA>

NOU 2007: 8. (2007-juni). *En vurdering av særavgiftene*. regjeringen.no.

Nylenna, M. & Braut, G. S. (2020, 7. august). Frivillige organisasjoner. I *Store medisinske leksikon*. http://sml.snl.no/frivillige_organisasjoner

Oppen, M., Mørk, B. E. & Haus, E. (2020). *Kvantitative og kvalitative metoder i merkantile fag, en introduksjon* (1. utg.). Cappelen Damm akademisk.

Parks, T. (u.å.). *Hva Er Rask Mote?* no.ripleybelieves.com. Hentet 5. mai 2021 fra [//no.ripleybelieves.com/what-is-fast-fashion-9954](http://no.ripleybelieves.com/what-is-fast-fashion-9954)

Plan International Norge. (2021, 10. mars). *Hvorfor samfunnsansvar?* Plan International Norge. <https://www.plan-norge.no/bedrifter/hvorfor-samfunnsansvar>

PLAN miljø & Østfoldforskning. (2020). *Kartlegging av brukte tekstiler og tekstilavfall i Norge*. https://norsus.no/wp-content/uploads/or1120-kartlegging-av-brukte-tekstiler-og-tekstilavfall-i-norge_Versjon-2.pdf

Regjeringa. (2019, 8. oktober). *Avfall*. regjeringen.no.
<https://www.regjeringen.no/nn/tema/klima-og-miljo/forurensning/innsiktsartiklar-forureining/avfall/id2076495/>

Regjeringen. (2008). *Bedrifters samfunnsansvar*.
https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/ud/vedlegg/kompakt_mellomstore08.pdf

Røde Kors. (u.å.). *Spørsmål og svar om klesinnsamling*. Røde Kors. Hentet 10. februar 2021 fra <https://www.rodekors.no/stott-arbeidet/gi-bort-toy/sporsmal-og-svar-toy-og-tekstilinnsamling/>

Salamon, L. M. & Anheier, H. K. (1992). In search of the non-profit sector. I: The question of definitions. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 3(2), 125–151.

SIFO. (2012). *Potensiale for økt materialgjenvinning av tekstilavfall og andre typer avfallstyper (papir/papp, metall og glass)*.

<https://www.miljodirektoratet.no/globalassets/publikasjoner/klif2/publikasjoner/2994/ta2994.pdf>

Tobiasson, T. (u.å.). *Norsk tekstilindustri*. Store norske leksikon. Hentet 14. mai 2021 fra <https://snl.no/taxonomy/2625>

UN. (2019, 14. mars). *UN Alliance For Sustainable Fashion addresses damage of 'fast fashion'*. UN Environment. <http://www.unenvironment.org/news-and-stories/press-release/un-alliance-sustainable-fashion-addresses-damage-fast-fashion>

Utenriksdepartementet. (2020, 18. mai). *FNs bærekraftsmål*. Regjeringen.no; regjeringen.no. https://www.regjeringen.no/no/tema/utenrikssaker/utviklingssamarbeid/sdg_oversikt/id2505654/

WECD & Brundtland, G. H. (1987). *Vår felles framtid*. I O. Dahl (Overs.), *Norbok*. Tiden norsk forlag. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2007080601018

Intervjuguide

Innledning

Vi setter veldig stor pris på at dere vil bidra til vår bacheloroppgave. Intervjuet vil være på mellom 8-13 spørsmål med eventuelle oppfølgingsspørsmål. Formålet med intervjuet/samtalen er at vi skal kunne bruke dette til å besvare vår bacheloroppgave så godt som mulig. For å styrke reliabiliteten av undersøkelsen ønsker vi å kunne gjøre opptak av samtalen. På den måten blir det en mest fullstendig gjengivelse av samtalen. I oppgaven vår vil vi referere til NLM Gjenbruk/Fretex på et generelt nivå, det vil si at du som kandidat vil være anonym og vil ikke kunne spores tilbake. Du vil gå under tittelen “representant fra NLM Gjenbruk” eller “representant fra Fretex”.

Vi regner med å bruke omtrent 60 minutter hvis det lar seg gjøre. Deltakelsen er frivillig, og dere kan trekke dere når som helst.

Problemstilling: hvordan jobber frivillige organisasjoner for miljømessig bærekraft i Norge?

Bærekraft generelt

- Hva er deres forståelse av bærekraftig utvikling som et selskap?
- I hvilken grad vil du si at dere driver med frivillig arbeid?
 - er det riktig å kalle det frivillig arbeid?
- Hvilke drivere blir vektlagt for at dere driver med bærekraftig utvikling?
 - Hva legger dere mest vekt på ved bærekraftig utvikling?

- Smal og bred bærekraft handler om i hvilken grad en bedrift har fokus på bærekraftig utvikling, hva mener du at NLM/Fretex går under?
 - smal = kun miljøet
 - bred = miljøet samt menneskelige behov, rettigheter og etikk
- Hvor kommer motivasjonen til å drive med bærekraftig arbeid?
- Hva opplever dere som negativt ved bærekraftig arbeid?
 - hvilke utfordringer møter dere eventuelt på ved bærekraftig arbeid?

Påvirkningsfaktorer

- På hvilken måte påvirker forbrukere og myndigheter dere til å drive med bærekraftig arbeid?
- Hvordan jobber dere for å nå FNs bærekraftsmål for 2030?
 - Hva er deres forhold til disse globale målene?

Klær

- Hvor mye brukte tekstiler samlet dere inn eller fikk dere donert i 2020? Total mengde i tonn,
 - Evt fra hvilke deler av landet får dere inn mest klær og tekstiler?
 - Evt hvor mye av dette utgjør sko, vesker og annet?
 - Hvor mange innsamlingscontainere har dere?
- I hvilken grad sørger klesinnsamlingen deres til bærekraft?
- Hva skjedde med tekstilene dere fikk inn?
 - Hvor mye gikk til gjenbruk, forbrenning og/eller materialgjenvinning?
- Hvordan er kvaliteten på de innsamlede klærne/tekstilene i løpet av de siste fem årene?
 - Hva skyldes endringen av i kvaliteten, tror du?
 - Er det en reell sjanse for materialgjenvinning av de tekstilene som i utgangspunktet ikke kan gjenvinnes?
- Hvilke utfordringer møter dere på ved materialgjenvinning av tekstiler som ikke kan gå til gjenbruk?
 - Hva skal evt til for å løse disse utfordringene, tror du?

Oppsummert

- Hvis du skulle trekke frem tre ting som du mener er det viktigste for NLM/Fretex, hva ville det vært?
- Er det noe mer du vil legge til som vi ikke har spurt om?
- Dersom det blir nødvendig, kan vi kontakte deg igjen?
 - dette kan evt foregå skriftlig



Høgskulen på Vestlandet

Bacheloroppgave - BO6- 2011

BO6-2011-BO-2021-VÅR-FLOWassign

Predefinert informasjon

Startdato:	05-05-2021 09:00	Termin:	2021 VÅR
Sluttdato:	19-05-2021 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgåve	Studiepoeng:	15
SIS-kode:	203 BO6-2011 1 BO 2021 VÅR		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Kandidatnr.:	246
---------------------	-----

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	13974
----------------------	-------

Egenerklæring *: Ja
Jeg bekrefter at jeg har Ja
registrert
oppgavetittelen på
norsk og engelsk i
StudentWeb og vet at
denne vil stå på
vitnemålet mitt *:

Gruppe

Gruppenavn:	(Anonymisert)
Gruppenummer:	17
Andre medlemmer i gruppen:	253

Jeg godkjenner avtalen om publisering av bacheloroppgaven min *

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? *

Nei

Er bacheloroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? *

Nei