Ångestkofta eller glädjebralla?

– Myrorna tar pulsen på den svenska garderobsattityden

**I samband med det pågående klimatmötet i Paris lanserar Myrorna kampanjen ”Aktivera din garderob”. Syftet är att få svenskarna att återanvända mer – för miljöns skull.**

Varje sekund slängs 5,4 klädesplagg i soporna. Bara i Sverige. Det innebär att varje svensk slänger 8 kilo textilier om året. Det är inte bara ett enormt ekonomiskt slöseri, utan även dåligt för miljön. Det uppmärksammar Myrorna i sitt nya initiativ ”Aktivera din garderob”.

­– 7 av 10 svenskar använder bara hälften av kläderna i sin garderob. Vi på Myrorna vet att vi kan bättre, och vi vill hitta lösningar för en mer hållbar vardag. Men för att göra det behövde vi förstå hur vi svenskar tänker kring våra kläder. Vi ville ta reda på om vi är garderobofober eller passionerade klädkramare, säger Emma Enebog, hållbarhetschef på Myrorna.

**Förvirring istället för förvaring**

25 procent av svenskarna känner frustration när de öppnar garderoben. 20 procent känner förvirring och 3 procent känner skuld. Framförallt kvinnor och unga i åldersgruppen 15-22 har ett känslomässigt förhållande till sin garderob, medan knappt hälften av de medelålders männen uppger att de inte känner något alls när de gläntar på garderobsdörren. Bara en fjärdedel av alla svenskar blir glada när de tittar in i garderoben.

– Våra garderober är fyllda av inlåsta resurser, och nu uppmanar vi svenskarna att aktivera dem. Det är bra både för oss som konsumenter och för miljön. Genom återanvändning förlängs klädernas livslängd och belastningen på miljön minskar, säger Emma Enebog.

På kampanjsajten finns undersökningen ”Ångestkofta eller glädjebralla”, blogg, tips och guider för en mer hållbar vardag och testet ”Vilket garderobsmonster är du?”.

[www.aktiveradingarderob.se](http://www.aktiveradingarderob.se)

**Arbetsgrupp**

Myrorna
Lotta Kökeritz, varumärkes- och kommunikationschef
Emma Enebog, hållbarbetschef
Nina Adler, kommunikatör

Nine Yards
Fredrik Göransson, kundansvarig

Maggan Rytterås, AD

Adam Rehal, webb developer

Lotta Anvik-Karlsson, projektledare

Interrobang Kommunikation
Amelie Furborg, projektledare och copy