



VI HANDLAR, VEM BETALAR?

- EN HÅLLBARHETSRESA INOM KONSUMTION OCH PRODUKTION

2023



INNEHÅLL

1. MÅL OCH SYFTE

2. LÄROPLANSKOPPLING

3. HÅLLBAR UTVECKLING

4. GLOBALA MÅLEN

5. KARTLÄGGNING

6. UTVECKLINGSOMRÅDEN OCH AKTIVITETER

HEJ!

Så kul att ni funderar på att arbeta med hållbar konsumtion och produktion under ert kommande år med Grön Flagg. Resan heter "Vi handlar, vem betalar?" och innehåller tips på hur ni kan göra klädindustrin mer hållbar inom ramen för Grön Flagg. Vi tipsar om hur ni kopplar ihop klädindustrin, hållbar utveckling och de globala målen och ger exempel på teman som ni kan välja.

I samarbete med föreningen Fair Action ger vi exempel på olika aktiviteter som kan passa, beroende på vilken inriktning som ni tillsammans med eleverna, väljer att fokusera på. För att göra det enkelt att komma igång finns det två färdigskrivna utvecklingsområden som det är helt fritt att använda och ändra i, så att de passar den egna verksamheten. Kom ihåg bara att en av hörnstenarna i Grön Flagg är att eleverna ska vara delaktiga i utformningen av resan.

Har ni några frågor eller vill ni ha stöd och tips så är ni välkomna att kontakta oss som arbetar med Grön Flagg på Håll Sverige Rent!

Lycka till!

• EN HÅLLBAR FRAMTID
BÖRLAR VI



MÅL & SYFTE

GENOM ATT FÅ FLER ELEVER ATT REFLEKTERA ÖVER SIN EGEN KONSUMTION UPPNÅR VI:

- Ökad kunskap om klädindustrins negativa påverkan på människor och miljö.
- Ökad kunskap om cirkulär ekonomi.
- Minskad klimatpåverkan.
- Ökad kunskap om hur vi kan konsumera mer hållbart.
- Ökad förmåga att självständigt granska och påverka företag.
- Minskad oro hos unga för klimatet och framtiden.

ARBETET GÅR UT PÅ ATT:

Eleverna ska reflektera över sin egen konsumtion samtidigt som de får tips på hur de kan konsumera mer hållbart och hur de kan påverka företag att ta sitt ansvar för denna fråga. Som en del av arbetet ska eleverna även arrangera någon aktivitet, till exempel en påverkanskampanj eller klädbyttardag, för att agera utifrån sin nya kunskap.

MÅLET ÄR ATT:

Eleverna ska veta att företag har ett ansvar för att inte påverka människor och miljö negativt, känna att de kan vara med och bidra till att företag agerar mer hållbart och göra medvetna val inom sin egen konsumtion och inom sitt framtida yrkesutövande.



LÄROPLANSKOPPLING

UR LGR-22

Ur Skolans uppdrag:

"Genom ett miljöperspektiv får de möjligheter både att ta ansvar för den miljö de själva direkt kan påverka och att skaffa sig ett personligt förhållningsätt till övergripande och globala miljöfrågor. Undervisningen ska belysa hur samhällets funktioner och vårt sätt att leva och arbeta kan anpassas för att skapa hållbar utveckling.

Ett internationellt perspektiv är viktigt för att kunna se den egna verkligheten i ett globalt sammanhang och för att skapa internationell solidaritet samt för att leva i ett samhälle med täta kontakter över kultur- och nationsgränser. Det internationella perspektivet innebär också att utveckla förståelse för den kulturella mångfalden inom landet.

Det etiska perspektivet är av betydelse för många av de frågor som tas upp i skolan. Perspektivet ska präglade skolans verksamhet för att ge grund för och främja elevernas förmåga att göra personliga ställningstaganden och agera ansvarsfullt mot sig själv och andra."



LÄROPLANSKOPPLING FORTS.

UR LGR-22

Ur Rektors ansvar:

Utbildningen och undervisningen präglas av ett jämställdhetsperspektiv och organiseras så att eleverna möts och arbetar tillsammans oberoende av könstillhörighet. Skolans arbetsformer utvecklas så att ett aktivt elevinflytande gynnas. Alla elever tillförsäkras en skolmiljö som präglas av trygghet och studiero. Skolpersonalen får kännedom om de internationella överenskommelser som Sverige har förbundit sig att beakta i utbildningen.

Ur Övergripande mål och riktlinjer:

Skolan ska ansvara för att varje elev efter genomgången grundskola:

- respekterar andra människors egenvärde samt deras kroppsliga och personliga integritet.
- tar avstånd från att människor utsätts för våld, förtryck, diskriminering och kränkande behandling samt medverkar till att hjälpa andra människor.
- kan leva sig in i och förstå andra människors situation och utvecklar en vilja att handla också med deras bästa för ögonen.
- visar respekt för och omsorg om såväl närmiljön som miljön i ett vidare perspektiv.

Inom respektive ämnes kursplan finns specifika kopplingar till respektive ämne.



HÅLLBAR UTVECKLING



EKOLOGISKA DIMENSIONEN

Klädindustrin är en av de smutsigaste industrierna och den bidrar både till klimatutsläpp och miljöförstöring. Den största miljöpåverkan sker i produktionen av nya kläder och idag producerar företagen allt fler plagg, väldigt billigt och i sämre kvalitet. Detta kallas fast fashion. Vi handlar alltmer kläder men använder varje plagg färre gånger. Det gör att vi idag slänger mer kläder och om de är för trasiga för att sälja second hand hamnar de kanske på sophögar, till exempel i Ghana. I värsta fall bränns de och bidrar till stor negativ påverkan på både människor och miljö.



SOCIALA DIMENSIONEN

Fast fashion bidrar även till sämre arbetsvillkor, bland annat låga löner för arbetarna. Det är i dag få företag som kommit så långt i sitt hållbarhetsarbete att deras leverantörer betalar ut en lön som arbetarna kan leva på. Ett begrepp som etablerades det senaste decenniet är levnadslön. Det innebär att en arbetares lön ska räcka till bland annat mat, husrum, sjukvård, skolgång för eventuella barn och ett litet sparande för oväntade utgifter. Lönen ska också kunna försörja arbetarens familj.



EKONOMISKA DIMENSIONEN

Fast fashion är en ohållbar affärsmodell. Den präglas också av att klädföretag inte äger egna fabriker utan väljer vilka leverantörer de beställer kläder ifrån enbart utifrån pris. Företagen pressar priserna stenhårt istället för att välja leverantörer som vill satsa på rättvisa löner. Ett annat problem är att företag kanske inte betalar skatt i landet där kläderna produceras. Varje år förlorar utvecklingsländer mer pengar på grund av multinationella företags skatteflykt än vad de får i bistånd.



GLOBALA MÅLEN



Genom materialet får eleverna lära sig mer om de ojämlika ekonomiska förhållande i vår omvärld. De lär sig även om kopplingen mellan att de som producerar kläderna vi köper ofta lever i fattigdom och hur de kan påverka kring denna fråga.



Genom materialet kan vi minska ungas oro för klimatet. Forskning visar nämligen att unga känner stark oro inför framtiden. Studier pekar på att det är en framgångsrik strategi att ge unga konkret information om vad de själva kan göra för att påverka. Det ökar deras framtidstro och i förlängningen deras välmående.



Genom materialet får eleverna de kunskaper och färdigheter som behövs för att främja en hållbar utveckling, bland annat genom utbildning för hållbar utveckling, hållbara livsstilar och mänskliga rättigheter. Eleverna får förståelse för vilka möjligheter, men även skyldigheter, företag har för sin påverkan på människor och miljö.



GLOBALA MÅLEN FORTS.

8 ANSTÄNDIGA
ARBETSVILLKOR
OCH EKONOMISK
TILLVÄXT



Genom vårt material får eleverna insyn i hur det är att arbeta i en fabrik som syr kläder för svenska företag. De lär sig om vilka problem som finns och hur vi kan arbeta för att lösa dem. De får även verktyg för att granska företag de handlar av och hur de kan påverka dem att bidra till en bättre arbetsmiljö.

12 HÅLLBAR
KONSUMTION OCH
PRODUKTION



Genom materialet får eleverna ökad kunskap om hållbar konsumtion och produktion samt cirkulär ekonomi. De får lära sig mer om både hur ohållbar klädindustrin är idag men även lösningarna och vad de själva kan göra för att konsumera mer hållbart.

13 BEKÄMPA KLIMAT-
FÖRÄNDRINGARNA



Genom materialet får de ökad kunskap om hur klädindustrin bidrar till klimatförändringar och hur vi behöver konsumera för att minimera påverkan på miljön. Det blir allt vanligare att företag marknadsför sitt hållbarhetsarbete. Samtidigt finns det ett gap mellan vad företagen säger och hur det ser ut i produktionen. När allt fler marknadsför sig som hållbara är det viktigt ur en demokratisynpunkt att unga självständigt kan granska om företagets påståenden stämmer, och att företagen tar ansvar för miljö och människor.



KARTLÄGGNING

PSSST..

Använd kartläggningen för att komma fram till vad ni vill utveckla på er skola, samt vad ni vill uppmärksamma ert fastighetsbolag, politiker m.fl. på.

Vet du var kläderna du köper är producerade? Vad passar bäst in på ditt konsumtionsmönster när det kommer till kläder (du får fylla i flera):

- Vet du var kläderna du köper är producerade?
- Har du kläder i garderoben som du aldrig använder?
- Vet du var du kan lämna in kläder för återanvändning/second hand?
- Vet du hur arbetsvillkoren ser ut för dem som syr våra kläder?
- Har du någon gång ställt en fråga till ett klädföretag om hur kläderna produceras?

JA NEJ VET EJ

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

Vad passar bäst in på ditt konsumtionsmönster när det kommer till kläder (du får fylla i flera):

- Jag köper oftast nytt
- Jag köper ofta second hand
- Jag lagar de kläder jag har
- Jag lånar eller byter kläder med andra
- Någon annat (möjlighet att skriva i en kommentar)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

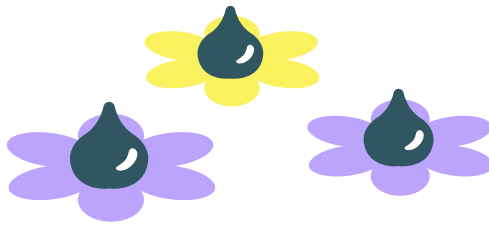
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

Ett förslag är att genomföra aktiviteten Konsumtionspyramiden (se vid aktivitetstips) på hela skolan för att se vad eleverna gör mest av inför val av utvecklingsområde.



UTVECKLINGSOMRÅDE 1

INSPIRATION

TEMA

Konsumtion & resurser

TITEL

En lön att leva på

VAD

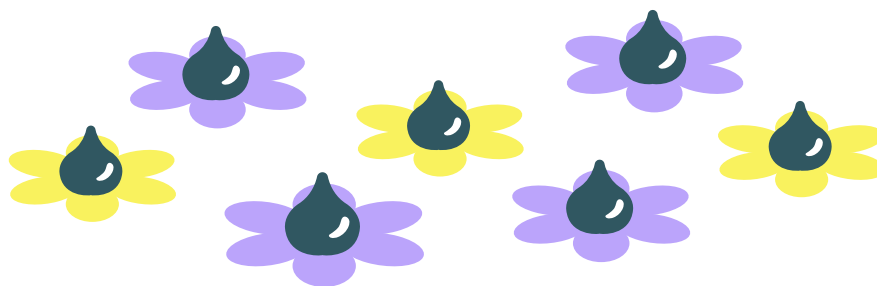
I det här utvecklingsområdet kommer vi att arbeta med hållbar produktion och begreppen levnadslön, minimilön och transparens.

Minimilön är den lägsta lagliga lönen en arbetare får tjäna i ett land. Minimilönen beräknas av landets regering. Levnadslön är den lön som krävs för en människa att försörja sig själv och sin familj.

Öppenhet, eller transparens som det även kallas, syftar till att företag ska vara öppna med var deras produkter tillverkas. Bland annat för att vi ska få veta vad arbetarna tjänar i fabriken. För att företagen ska ses som transparenta ska de dela med sig av information om namnet på fabriken, på vilken adress den de ligger, vilken typ av produkter som tillverkas och hur många som arbetar där.

VARFÖR

Den som arbetar med att producera kläder ska kunna leva på sin heltidslön. Så är inte fallet för de flesta arbetare i länder som tillverkar kläder som konsumeras i Sverige. Eleverna måste bli medvetna om hur deras konsumtionsmönster påverkar människor i andra länder. Samtidigt får eleverna lära sig mer om konsumentmakt och hur vi kan påverka företagen, både genom vad vi handlar men även genom opinionsarbete.



UTVECKLINGSOMRÅDE 1 FORTS.

INSPIRATION

HUR

Först ska eleverna reflektera över sin egen konsumtion och få inspiration om hur de kan konsumera mer hållbart genom konsumtionspyramiden. Aktiviteterna fokuserar både på hur vi själva kan konsumera mer hållbart men även hur vi kan påverka företag och politiker att ta sitt ansvar för att produktionen blir mer hållbar.

Sedan ska eleverna granska ett svenskt företag de själva handlar ifrån. Till hands har eleverna ett granskningsverktyg som Fair Action utvecklat utifrån sina egna metoder för granskningar. I verktyget ingår även metoder för att påverka företagen till exempel via sociala medier. Eleverna ska gå från att granska till att faktiskt påverka.

DELAKTIGHET OCH INFLYTANDE

Eleverna har varit med och valt ut vilka aktiviteter som vi på skolan ska genomföra och Grön Flagg-rådet kommer kontinuerligt vara med och utvärdera hur det går för att kunna påverka om vi ska fortsätta enligt planen eller om vi behöver förändra bland de planerade aktiviteterna.

HÅLLBAR UTVECKLING

Att ha en lön som det går att leva på är en mänsklig rättighet. Det fastslås i FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna i artikel 23. Där står det bland annat att:

"Var och en som arbetar har rätt till en rättvis och tillfredsställande ersättning som ger honom/henne och hans/hennes familj en människovärdig tillvaro och som vid behov kan kompletteras med andra medel för socialt skydd."

Detta utvecklingsområde kan kopplas till Agenda 2030 mål 1, 3, 8 och 12.



AKTIVITETSTIPS 1

1. FÖRSLAG PÅ MATERIAL FÖR ÖKAD KUNSKAP OM FRÅGORNA

Workshop: En lön att leva på

Eleverna får förståelse för begreppen levnadslön och transparens samt reflekterar över vad en lön ska räcka till. Eleverna använder sen det digitala verktyget "Fashion checker" som utvärderar klädmärkens arbete med levnadslön och transparens. Låt eleverna jämföra olika företag och presentera sina granskningar. Tillslut ska de reflektera över vems ansvar det är att vi konsumerar mer hållbart. företag. Vi behandlar begreppet greenwashing och det gap som finns mellan vad företag säger att de gör och verkligen gör. Ni hittar lärarhandledningen och en färdig presentation på Fair Actions hemsida: <https://vihandlarvembetalor.se/larare-materialet/>

2. FÖRSLAG PÅ AKTIVITETER FÖR ATT ELEVERNA SKA REFLEKTERA ÖVER SIN KONSUMTION

Konsumtionspyramiden

Konsumtionspyramiden är en övning som är utvecklad av Konsumentverket. Det går ut på att de unga gör en lista över hur de agerar när de skaffar en ny produkt. Köper de alltid nya plagg eller köper de på second hand? Kanske de lånar eller byter prylar med varandra. Lagar de sin telefon som gått sönder eller köper de en ny? När listan är klar ser de över om det finns något de kan förändra för att konsumera mer hållbart. Finns det något som de inte gör idag som de kan göra mer av? Samtidigt är det viktigt att inte lägga för mycket ansvar på unga som individer och hur de konsumerar utan även belysa ansvaret hos företagen och beslutsfattarna. Därför har vi kompletterat pyramiden med aktiviteter kring påverka företag genom granskningar och krav. Här hittar ni övningen:



AKTIVITETSTIPS 1 FORTS.

Granska ett företag med fair Actions verktyg:

Det digitala granskningsverktyget hjälper elever att självständigt granska företags hållbarhetsarbete. Målet är att ge svar på vanliga frågor och innehåller:

- Vägledande videos om granskningsprocessen
- Informativa filmer om riskfyllda branscher
- Tips om medieproduktion och intervjuteknik
- Tips om hur du kan påverka företag Användning och tid

Här hittar ni verktyget: <https://vihandlarvembetalar.se/fairometern/>

Här hittar ni lärarhandledning till verktyget: https://vihandlarvembetalar.se/wp-content/uploads/2022/03/Granskningsverktyget-Fairometern_Handledning.pdf

3. FÖRSLAG PÅ ARRANGEMANG SOM ELEVER KAN GENOMFÖRA

Det finns massvis av bra sätt att påverka, här kan ni se vad vi unga gjort tidigare:

- Ställ en fråga genomklassenskonto i sociala medier,
- Gör en aktion ute på stan,
- Skriv endebattartikeli tidningen eller varför inte
- Anmäla företaget till Konsumentverket eller Reklamombudsmannen

MER INFO

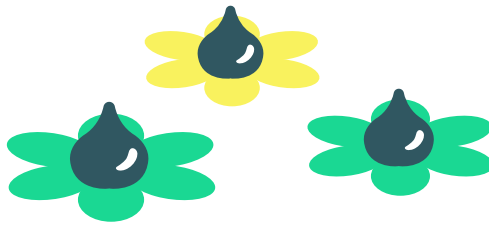
Demonstration: <https://globalportalen.org/artiklar/sa-arrangerar-du-en-demonstration>

Debattartikel: <https://ungmedia.se/for-medlemmar/verktug-guider/medieproduktionsguiden/text/>

ARRANGERA TEMADAGAR:

Klädbytdag: <https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/fornya-garderoben-miljovanligt-pa-kladbytdagen/>

Upcyclingsdag: <https://www.fixagrejen.nu/>



UTVECKLINGSOMRÅDE 2

INSPIRATION

TEMA

Konsumera mera?

TITEL

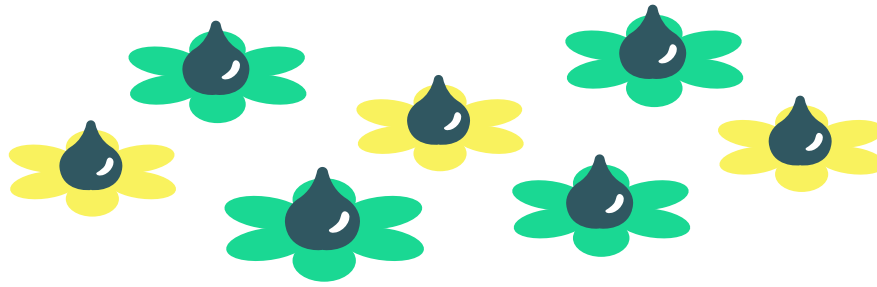
Konsumtion & resurser

VAD

I det här utvecklingsområdet kommer vi att arbeta med hur vi som konsumenter kan göra mer medvetna val när det kommer till hur vi handlar kläder. Vi kommer fokusera på klädindustrins påverkan på klimatet och hur vi behöver förändra vårt beteende för att förverkliga de globala målen.

VARFÖR

Klädindustrin är en av de smutsigaste, den bidrar både till klimatutsläpp och miljöförstöringar och stört påverkan har nyproduktionen av kläder. Det bästa plagget för miljön är det vi använder länge, skänker till någon annan och till sist återvinner på ett miljövänligt sätt.



UTVECKLINGSOMRÅDE 2 FORTS.

INSPIRATION

HUR

Eleverna ska reflektera kring sin egen konsumtion och få inspiration om hur de kan konsumera mer hållbart genom konsumtionspyramiden. Aktiviteterna fokuserar både på hur vi själva kan konsumera mer hållbart men även hur vi kan påverka företag och politiker att ta sitt ansvar för att produktionen blir mer hållbar.

DELAKTIGHET OCH INFLYTANDE

Eleverna har varit med och valt ut vilka aktiviteter som vi på skolan ska genomföra och Grön Flagg-rådet kommer kontinuerligt vara med och utvärdera hur det går för att kunna påverka om vi ska fortsätta enligt planen eller om vi behöver förändra bland de planerade aktiviteterna.

HÅLLBAR UTVECKLING

Vi behöver minska klädindustrins påverkan på klimatet, framförallt minska nyproduktionen och se till att kläder slängs på rätt sätt. Detta utvecklingsområde kan kopplas till Agenda 2030 mål 3, 8, 12 och 13 .



AKTIVITETSTIPS 2

Här är vi samlat olika material på tips både på att öka kunskapen kring frågorna men även övningar för att väcka intresse. Det finns även en lista på aktiviteter.

1. FÖRSLAG PÅ MATERIAL FÖR ÖKAD KUNSKAP OM FRÅGORNA

Workshop: Vi lämnar fotspår

Eleverna får ökad å förståelse för läderindustrin och dess påverkan på människor och miljö. De får även mer kunskap om hur företag kommunicerar om sitt hållbarhetsarbete och utifrån det granska ett företag. Vi behandlar begreppet greenwashing och det gap som finns mellan vad företag säger att de gör och verkligen gör.

Ni hittar lärarhandledningen och en färdig presentation på Fair Actions hemsida: <https://vihandlarvembetalare.se/larare-materialet/>

2. FÖRSLAG PÅ AKTIVITETER FÖR ATT ELEVERNA SKA REFLEKTERA ÖVER SIN KONSUMTION

Konsumtionspyramiden

Konsumtionspyramiden är en övning som är utvecklad av Konsumentverket. Det går ut på att de unga gör en lista över hur de agerar när de skaffar en ny produkt. Köper de alltid nya plagg eller köper de på second hand? Kanske de lånar eller byter prylar med varandra. Lagar de sin telefon som gått sönder eller köper de en ny? När listan är klar ser de över om det finns något de kan förändra för att konsumera mer hållbart. Finns det något som de inte gör idag som de kan göra mer av?

Men vi tycker även det är viktigt att inte lägga för mycket ansvar på unga som



AKTIVITETSTIPS 2 FORTS.

individer och hur de konsumerar utan även belysa ansvaret hos företagen och beslutsfattarna. Därför har vi kompletterat pyramiden med aktiviteter kring påverka företag genom granskningar och krav. Här hittar ni övningen:

Granska ett företag hållbarhetskommunikation:

Det blir allt vanligare att företag marknadsför sitt hållbarhetsarbete. Samtidigt finns det ett gap mellan vad företagen säger och hur det ser ut i produktionen. När allt fler marknadsför sig som hållbara är det viktigt ur en demokratisynpunkt att unga självständigt kan granska om företagens påståenden stämmer, och att företagen tar ansvar för miljö och människor. Här hittar ni en vägledning att göra en sådan granskning:

3. FÖRSLAG PÅ ARRANGEMANG SOM ELEVER KAN GENOMFÖRA

Det finns massvis av bra sätt att påverka, här kan ni se vad vi unga gjort tidigare:

- Ställ en fråga genom klassens konto i sociala medier
- Gör en aktion ute på stan
- Skriv en debattartikel i tidningen eller varför inte
- Anmäla företaget till Konsumentverket eller Reklamombudsmannen

MER INFO

Demonstration: <https://globalportalen.org/artiklar/sa-arrangerar-du-en-demonstration>

Debattartikel: <https://ungmedia.se/for-medlemmar/verktyg-guider/medieproduktionsguiden/text/>

ARRANGERA TEMADAGAR:

Klädbytdag: <https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/fornya-garderoben-miljovanligt-pa-kladbytdagen/>

Upcyclingsdag: <https://www.fixagrejen.nu/>



AKTIVITETSTIPS 2 FORTS.

TIPS PÅ TEMADAGAR

- **Klädbytdagen**, instiftad av Naturskyddsföreningen och sker i april (kolla upp exakt datum för varje år).
- **Internationella dagen för rättvis handel**, infaller andra lördagen i maj.
- **Världsmiljödagen**, 5 juni. – En av de dagarna Förenta nationerna valt ut för att uppmärksamma frågan.
- **Internationella dagen för utrotande av fattigdom**, 17 oktober. En av de dagarna Förenta nationerna valt ut för att uppmärksamma frågan.
- **En köpfri dag**, infaller sista fredagen i november varje år uppmärksammas En köpfri dag (Buy Nothing Day) världen över. Dagen har funnits sedan 1992 och uppmärksammas av miljoner människor som har fått nog av den shopping- och konsumtionshets som finns idag
- **Circular Monday** (f.d White Monday), infaller måndagen innan Black Friday. Det är en svensk kampanj som vuxit till en global kampanj. Syftet är att sprida företag som erbjuder cirkulära produkter och tjänster, och uppmuntra till cirkulär konsumtion som är skonsam för både plånbok och planet.