

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Simona Munda

Motivi za nakupovanje rabljenega blaga v Sloveniji

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Simona Munda

Mentor: izr. prof. dr. Drago Kos

Motivi za nakupovanje rabljenega blaga v Sloveniji

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem mentorju izr. prof. dr. Dragu Kosu za nasvete, strokovno pomoč in razumevanje pri izdelavi magistrskega dela.

Iz srca hvala tudi družini, ki me je podpirala skozi celoten izobraževalni proces. Predvsem hvala sestri Tini za spodbudo v težkih trenutkih in moralno podporo.

Izvleček

Motivi za nakupovanje rabljenega blaga v Sloveniji

Alternativne potrošniške prakse, katerih del je tudi trgovina z rabljenim blagom, v zadnjem času predstavlja vedno pomembnejši del sodobne potrošnje. V Sloveniji je ta družbeni pojav le malo raziskan, zato smo se v magistrskem delu lotili osnovne raziskave motivov, ki slovenske potrošnike pripeljejo v trgovine z rabljenim blagom. Zaradi omejitev raziskave smo prišli samo do osnovnih ugotovitev, da sta za nakupe rabljenega blaga ključna dva motiva: modni slog (unikatnost izdelkov) in cenejši izdelki. Ugotovili smo, da tisti mladi, ki bivajo in nakupujejo rabljeno blago v prestolnici kot zastopniki razvitega območja Slovenije, rabljeno večinoma nakupujejo zaradi unikatnosti tovrstnih izdelkov. V raziskavi smo večkrat naleteli tudi na poudarek trenutnega težkega gospodarskega stanja države in posledično težkih finančnih razmer, ki so v večini primerov razlog za odločitev o nakupu rabljenega blaga pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije. Dotaknili smo se tudi motivov, ki kupce novega odvrnejo od nakupov rabljenega blaga: dejstvo in vedenje o tem, da je izdelek bil poprej že uporabljen. Raziskava je pokazala, da imamo slovenski potrošniki še vedno predsodke pred rabljenimi izdelki. V raziskavi smo se posvetili tudi okoljskemu vidiku trgovine rabljenega blaga in ugotovili, da so kupci rabljenega blaga pogosto dobro gmotno situirani in bolj izobraženi ter tudi bolj okoljsko ozaveščeni. V primerjavi z manj razvitimi območji Slovenije je bilo več sodelujočih tistih iz Ljubljane, ki so kot razlog za nakup rabljenega med drugim omenili tudi okoljski motiv. Ocenjujemo, da bo v prihodnje trgovina rabljenega blaga v Sloveniji doživela razmah.

Ključne besede: rabljeno, potrošnja, motivi.

Abstract

Motives for second-hand shopping in Slovenia

Alternative consumer practices, one of which is also second-hand market, perform more and more important part of contemporary consumption. In Slovenia, this social phenomenon is only little explored and that is why we tackled a basic research of the motives that bring Slovenian consumers into second-hand shops. On account of limitations of the study we reached only fundamental ascertainments that for buying second-hand goods two motives are significant: fashion style (uniqueness of products) and cheaper products. We found out that those young people who live and buy second-hand products in the capital as a representative of developed part of Slovenia, buy them mostly because of their uniqueness. In the research, we repeatedly came across the emphasis of instantaneously difficult economic situation in the country and subsequently tight financial circumstances, which are in most cases the reason for a decision about a purchase of second-hand goods with buyers from less developed parts of Slovenia. Moreover we came in contact with the reasons which avert the buyers of new products from shopping the used ones: the fact and the knowing that an object has been previously used. The study showed that Slovenian consumers still have prejudices against second-hand objects. In comparison with less developed regions of Slovenia, there were more participants coming from Ljubljana, who among other motives for buying second-hand goods mentioned the environmental one. We estimate that in future the second-hand market in Slovenia will experience an upswing.

Key words: second-hand, consumption, motives

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	6
1.1	IZHODIŠČE IN TEMELJNA OPREDELITEV PROBLEMA	8
1.2	RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN HIPOTEZE.....	8
1.3	CILJI MAGISTRSKEGA DELA	9
1.4	STRUKTURA MAGISTRSKEGA DELA	9
1.5	METODOLOGIJA.....	10
2	TEORETSKA IZHODIŠČA	15
2.1	SODOBNA POTROŠNIŠKA DRUŽBA.....	15
2.1.1	Nakupne odločitve in motivi zanje	16
2.2	ALTERNATIVE SODOBNI POTROŠNJI.....	18
2.3	TRGOVINA Z RABLJENIM BLAGOM.....	19
3	EMPIRIČNI DEL	22
3.1	KVANTITATIVNA RAZISKAVA.....	23
3.1.1	Struktura in demografske značilnosti vzorca	23
3.1.2	Prikaz rezultatov vprašanj o nakupovanju ter varovanju okolja.....	27
3.1.3	Kombinacija spremenljivk o varovanju okolja in nakupovanju rabljenega z demografskimi značilnostmi	35
3.2	KVALITATIVNA RAZISKAVA.....	47
3.2.1	Vzorec kvalitativne raziskave	47
3.2.2	Analiza podatkov	47
3.2.3	Rezultati raziskave	49
4	SKLEP.....	67
5	LITERATURA	74
	PRILOGE	79
	Priloga A: Anketni vprašalnik	79
	Priloga B: Sumarnik odgovorov ankete	85
	Priloga C: Transkript intervjujev	99
	Priloga Č: Tematske mreže: osnovna analiza rezultatov kvalitativne raziskave	123
	Priloga D: Zapiski iz terena – opazovanje z udeležbo.....	126

1 UVOD

Fenomen sodobne potrošnje zaseda v sociološkem raziskovanju pomembno mesto, saj kot jedro kapitalistične ureditve s svojim razvojem odpira vedno nova vprašanja. Bistvo sodobne porabe je neskončno zadovoljevanje vedno novih potreb in želja porabnikov (Campbell 2001, 62). Kapitalizem tako mora za svoj obstoj, katerega bistvo je čim večja poraba dobrin, »mentaliteto hedonizma inducirati ljudem kot osnovni smisel in namen /njihovega obstoja/« (Zupančič 2002, 117). Za razliko od tradicionalnega hedonizma, ki je vezan le na določen dogodek ali objekt, različen od drugih vsakdanjih dogodkov, »/moderni hedonizem /.../ zaznamuje /.../ implementacija užitka v vsak najmanjši segment posameznikovega vsakdanjega življenja« (Kurdija 2000, 119). (Moderno) hedonistično porabniško vedenje, tj. trošenje, ki z zadovoljevanjem potreb porabniku vzbuja užitek in ki ga vzpodbujajo sodobni mediji, je močno konfliktno z »naraščajoči/mi/ problemi reprodukcije naravnega okolja« (Kos 1995, 272). »/Raba (potrošnja) naravnih in družbenih virov /je/ nepovratna destrukcija, ki ogroža 'naravni red' oziroma pogoje osnovne reprodukcije življenja« (Kos 1998, 22).

»Alternativna potrošnja se nanaša na vrsto potrošniških praks, ki kritično naslavlja sodobno potrošniško kulturo /oziroma potrošniško družbo/, in uvaja izdelke in prakse, ki so etično manj sporni v primerjavi s tradicionalno, sodobno kapitalistično potrošnjo« (Sassatelli 2011, 35–8): pravična trgovina (*Fair Trade*), organska hrana (*slow/organic food*), garažne razprodaje (*Garage sale*), sejmi rabljenega blaga (t. i. boljši sejmi), internetne trgovine s ponudbo rabljenega blaga (npr. Bolha.com). Med alternativno obliko uporabe blaga uvrščamo tudi t. i. 'prakso souporabe', ki je v Sloveniji vedno bolj razširjena: izposoja knjig, avtomobilov, gospodinjskih naprav, večernih, poročnih in drugih oblek, športne opreme idr., ki pa temelji na drugačnih pravilih in naj bo na tem mestu samo omenjena. Med alternativnimi ekonomskimi praksami so v Sloveniji najbolj razširjene posredovalnice rabljenih avtomobilov, knjig (t. i. knjižni antikvariati) ter v nalogi obravnavana trgovina z rabljenimi oblačili (Williams in Windebank 2005). Ta princip posredovanja rabljenega blaga, ki sta ga v svoji raziskavi preverjala Gregson in Crewe (2003, 11), lahko razumemo kot »del alternativne kritične potrošniške kulture«.

Izmenjava rabljenega blaga ima sicer dolgo zgodovino, vendar je šele nedavno postala predmet raziskovanja (Tranberg Hansen 2004). Razširjenost določenega pojava znotraj

določene skupnosti kaže potrebo po preučevanju novega, neznanega področja (Ragin 2007, 46–50). Trgovina z rabljenim blagom je ponekod v tujini zelo razširjena oblika potrošnje, v Sloveniji pa je relativno nov pojav in na formalni ravni še ni uveljavljena. Pojavlja se terminološki problem uporabe angleškega izraza '*second-hand market*' v slovenščini, saj so izmenjave rabljenega blaga v Sloveniji v preteklosti potekale v manjšem obsegu na neformalni ravni (boljši sejmi, izmenjave blaga med ljudmi), zato to področje jezikovno še ni dovršeno. Za potrebe našega raziskovanja bo v nalogi uporabljen termin 'trgovina z rabljenim blagom', ki je v slovenskem jeziku trenutno najbolj uveljavljen izraz.

Trgovino z rabljenimi oblačili kot del tega kompleksnega pojava sem se odločila preučiti, saj me zanima družbeno-psihološki vidik te do okolja prijazne oblike trošenja. Zanima me, katere so vzpodbude in katere so ovire, ki ljudi pripeljejo oziroma jih ne pripeljejo v prodajalne z rabljenim blagom.

Kljub temu da je izmenjava rabljenega blaga iz okoljskega, družbenega in ekonomskega vidika zelo zanimiva, v slovenskem prostoru še ni raziskana in menim, da bi moje delo lahko pripomoglo k razvijanju védenja o le-tej; pomeni lahko torej začetek aktivnega družboslovnega raziskovanja alternativne potrošnje v Sloveniji.

Že leta 1957 je Arthur H. Fox (1957, 99) v svoji raziskavi o trgovanju z rabljenim blagom ugotovil, da ima »izmenjava rabljenega blaga pomemben vpliv na celoten postopek proizvodnje, izmenjave in porabe«. Obstoj trga z rabljenim blagom na drobno povzroča odstopanja od običajnih ekonomskih tokov, saj ponudba rabljenega blaga zmanjšuje povpraševanje po novem in tako moti naravni ekonomski tok potreb in ponudbe blaga na trgu (Cayseele 1993).

Uporaba in razširitev izmenjave rabljenega blaga ima pomemben pozitiven učinek na ohranjanje naravnih virov (Farrant in drugi 2010, 735). Postopki zbiranja, reciklaže in transporta rabljenega blaga obremenjujejo okolje manj, kot ga obremenjuje izdelava novega blaga (prav tam). Ponovna uporaba predhodno uporabljenega blaga lahko pripomore k zmanjševanju obremenitve okolja, vendar pa varovanje okolja ni bilo nikoli prvotni motiv za izmenjavo rabljenega blaga (Farrant in drugi 2010, 726–7).

1.1 IZHODIŠČE IN TEMELJNA OPREDELITEV PROBLEMA

Temo naloge smo razdelili na psihološke, družbeno-kulturno-etične, okoljske in materialno-ekonomske determinante, ki potrošnike pripeljejo do nakupovanja v prodajalnah z rabljenim blagom. Pojasniti bomo skušali moč dejavnikov ter razlike med njimi glede na lokacijo bivanja oziroma nakupovanja vprašanih. Pojasnili bomo motive za (ne)nakupovanje tovrstnega blaga treh skupin ljudi: tistih, ki ga poznajo, a v njem ne želijo in ne sodelujejo; tistih, ki izkušenj z nakupovanjem rabljenega blaga še nimajo, a o tem razmišljajo; ter tistih, ki nakupujejo v prodajalnah z rabljenim blagom. Z raziskavo želimo pojasniti motive za (ne)nakupovanje tovrstnega blaga vseh treh skupin ter na podlagi tega oblikovati splošen profil ljudi, ki nakupujejo v prodajalnah z rabljenim blagom, in tistih, ki tega ne počnejo.

1.2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN HIPOTEZE

Glavno raziskovalno vprašanje naloge je

Kateri motivi pripeljejo slovenske kupce v prodajalne z rabljenim blagom, kateri motivi ljudi od nakupa tovrstnega blaga odvrnejo in zakaj se ti motivi pojavijo?

Izhodiščne hipoteze naloge so naslednje:

- (1) Ekonomski motiv je prevladujoč razlog za odločitev o nakupu rabljenega blaga pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije.*
- (1.1) Trgovina rabljenega blaga v Sloveniji se je pojavila kot odziv na svetovno ekonomsko krizo po letu 2008.*
- (2) V razvitem delu Slovenije mladi do 35 let kupujejo rabljeno blago predvsem zaradi originalnosti in možnosti izražanja sebe.*
- (3) V razvitem delu Slovenije je pri kupcih rabljenega blaga okoljski motiv za nakup rabljenega blaga verjetnejši kot pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije.*

1.3 CILJI MAGISTRSKEGA DELA

Z magistrskim delom bomo teoretsko in empirično raziskovali nakupovanje rabljenega blaga v Sloveniji. Na podlagi strokovne literature želimo preveriti in morebiti izpopolniti obstoječe znanje o motivih potrošnikov za nakup rabljenega blaga v slovenskem prostoru (Ragin 2007, 50).

Prav tako bomo raziskali povezave med okoljsko zavestjo potrošnikov in sodelovanjem v prodajalnah z rabljenim blagom, glede na lokacijo (razviti vs. manj razviti deli Slovenije).

Nadalje je naš cilj prepoznati povezave med motivi za nakupovanje v prodajalnah z rabljenim blagom prebivalcev bolj razvitega območja Slovenije (Ljubljane) v primerjavi z manj razvitimi slovenskimi mesti (Ptuj, Maribor).

Z raziskavo želimo predstaviti dojemanje rabljenega blaga pri slovenskih potrošnikih ter s tem postaviti temelje za nadaljnjo raziskovanje, saj je trgovina z rabljenim blagom morda vzhajajoči trend sodobne (slovenske) ekonomije.

1.4 STRUKTURA MAGISTRSKEGA DELA

Naloga sestoji iz dveh delov: teoretičnega in empiričnega. Zaradi narave preučevane teme je naloga empirična, vendar pa naše empirično raziskovanje temelji na že obstoječi literaturi. V teoretičnem delu pojasnujemo osnove sodobne potrošniške družbe ter nadaljujemo z opisom trgovine z rabljenim blagom kot alternative sodobnemu potrošništvu.

Empirični del začnemo s splošnim pregledom nakupovalnih navad in mnenja vprašanih Slovencev, ki smo ju pridobili s kvantitativno raziskavo. Jedro raziskovanja je analiza podatkov, pridobljenih na podlagi kvalitativne raziskave, s katero poglobimo predhodno pridobljene in predstavljene informacije.

Delo zaključimo s konstruktivnim sklepnim besedilom, ki magistrsko nalogo poveže v zaokroženo celoto. Sklep je vezan na naše raziskovalno vprašanje in hipoteze, prav tako pa izpostavimo tudi izsledke raziskav, ki jih predhodno nismo predvideli in se nam zdijo zanimivi. Te ugotovitve podpremo z že obstoječimi teoretskimi interpretacijami, ki nam pomagajo pri razumevanju dobljenih rezultatov obeh raziskav.

1.5 METODOLOGIJA

Pričujoče magistrsko delo je empirično delo, saj primarno temelji na izvirni empirični raziskavi trgovine z rabljenim blagom v Sloveniji. Narava zastavljenega raziskovalnega vprašanja in hipotez zahteva empirično raziskovanje, ki smo se ga lotili s študijo dveh družbenih kategorij: tistih, ki kupujejo rabljeno blago, in tistih, ki se tega ne poslužujejo.

Magistrsko delo je metodološko sestavljeno iz treh delov: teoretični del temelji na študiju sekundarne literature, empirični del pa je sestavljen iz primarne kvalitativne in kvantitativne raziskave.

Raziskave smo se lotili s pomočjo dveh pristopov: kvantitativnega, ki smo ga opravili s pomočjo spletnih anketnih vprašalnikov, ter kvalitativnega, pri čemer smo se poslužili globinskih polstrukturiranih intervjujev in opazovanja z udeležbo.

Naša empirična raziskava je torej 'raziskava mešanih metod' (ang. *mixed methods research*), torej kombinacija kvalitativnega in kvantitativnega pristopa (Lobe 2006, 55–6). Opravili smo kvantitativno analizo večjega vzorca, s katerim smo pridobili splošen pregled nad raziskovalnim problemom, ter kvalitativno analizo posameznih določenih primerov, s katerimi smo si pomagali h globljemu razumevanju predmeta raziskovanja. Oba načina raziskovanja sta enakovredna, združevanje obeh načinov pa nam omogoča celovitejše razumevanje raziskovanega problema (Creswell in Clark 2007, 5).

Ker pa je »v/ okvirih sistematičnega, organiziranega in racionalnega spoznavnega prizadevanja /.../ sleherno raziskovanje najprej poskus sekundarne analize proučevanega problema« (Toš in Hafner-Fink 1998, 186), bodo v teoretičnem delu najprej predstavljena izhodišča, s katerimi bomo pojasnili prakso nakupovanja nasploh kot tudi prakso alternativnega trošenja.

Raziskovalni načrt

Zbiranja podatkov za raziskavo smo se lotili s pomočjo treh raziskovalnih metod: spletnega anketnega vprašalnika, globinskih polstrukturiranih intervjujev in opazovanja z udeležbo.

V nadaljevanju predstavljamo načrt zbiranja in analize podatkov, pridobljenih s posamezno konkretno metodo.

SPLETNI ANKETNI VPRAŠALNIK

Anketni vprašalniki na splošni populaciji se v tovrstnih akademskih delih sicer odsvetujejo, vendar smo zaradi narave raziskovane teme bili prisiljeni izvesti lastno raziskavo, saj tovrstne raziskave v slovenskem prostoru še ne obstajajo.

S splošnim vprašalnikom smo zajeli mnenje obeh raziskovanih skupin: tistih, ki kupujejo rabljeno, in tistih, ki kupujejo novo blago. Vsak posamezni anketiranec je bil proučevana enota kvantitativne raziskave. Zaradi lažje in finančno dostopnejše možnosti smo ankete izvajali preko spleta, natančneje, preko spletnega orodja EnKlikAnketa (1ka.si).

Pred izvedbo smo pripravljene vprašalnik predložili v pregled mentorju ter lektorici; oba sta predložila svoje komentarje in popravke, ki smo jih tudi upoštevali. Izvedli smo pilotsko raziskavo, s katero smo pridobili predloge za spremembo vprašanj ter s tem onemogočili ali vsaj zmanjšali nerazumevanje in nejasnost vprašanj. V pilotski raziskavi je sodelovalo 10 respondentov, ki so predlagali manjše komentarje ali sploh ne. Na podlagi teh predhodnih testiranj smo anketo aktivirali.

Anketni vprašalnik je za izpolnjevanje bil na voljo dva meseca, natančneje od 2. julija 2014 do 2. septembra 2014. Vseboval je 23 vprašanj, od tega 20 zaprtih in 3 odprta. Vprašanja so bila razdeljena na 4 vsebinske sklope: nakupovanje, okolje, rabljeno blago ter demografija (za vpogled v anketni vprašalnik glej Prilogo A). S tem smo omogočili lažjo preglednost in strukturiranost vprašalnika; vprašani so imeli boljši pregled nad vprašanji, avtorici pa je bila omogočena lažja, strukturirana obdelava pridobljenih podatkov. Izpolnjevanje celotnega vprašalnika je trajalo od pet in pol do šest in pol minut.

V vzorec je bilo vključeno dokaj veliko število respondentov, skupno 226, od katerih jih je bilo samo 140 ustreznih, torej takšnih, ki so odgovorili na vsaj eno vprašanje (to je 62 % vseh). Od ustreznih vprašalnikov je anketo delno izpolnilo osem respondentov, vprašalnik pa je končalo 132 anketirancev, to je 58 % vseh, ki so kliknili na povezavo do ankete.

Prošnjo za sodelovanje v raziskavi smo posredovali preko lastnega Facebook profila, preko elektronske pošte znancem ter preko skupne službene elektronske baze. V vabilu k sodelovanju v raziskavi smo navedli osnovne informacije o raziskavi ter neposredno povezavo k anketnemu vprašalniku, kar je omogočilo lahek dostop do spletnega orodja.

Respondenti niso bili izbrani naključno, temveč so bili v določenem poznanem odnosu z avtorico naloge. Vzorec sam je torej sestavljen večinoma iz avtoričinih vrstnikov in je kot tak neslučajnost.

Časovna oziroma finančna omejenost raziskovanja nam je predstavljala oviro za zajetje večjega vzorca raziskave in posledično pridobitev reprezentativnih rezultatov. Iz tega je sledilo, da je vzorec pristranski, prav tako pa se je zaradi majhne odzivnosti na vabila izkazal kot premalo obširen, da bi izsledke lahko jemali kot objektivno dejstvo. Prav tako se zavedamo pomanjkljivosti spletnega anketiranja, ki diskriminira sodelovanje tistih, ki niso uporabniki interneta oziroma niso bili v krogu avtoričinega poznanstva. Rezultati raziskave zadevajo izključno vprašane posameznike, zato se v analizi sklicujemo edino nanje. Zato rezultatov kvalitativne raziskave ne moremo posplošiti na celotno slovensko populacijo. V našem magistrskem delu smo se ukvarjali s temo, ki je primernejša za kvalitativno analizo, s katero smo zajeli občutljivejše dejavnike, povezane z nakupovanjem rabljenega blaga.

OPAZOVANJE Z UDELEŽBO

Raziskovanje z opazovanjem z udeležbo je v primeru empiričnega raziskovanja skoraj neizbežna metoda, saj je za analizo empirično pridobljenih podatkov pomembno, da raziskovalec ve, o čem piše, torej, da je raziskovalec fizično prisoten v raziskovanem okolju ter na podlagi tega pridobiva izkustveno gradivo. Za namene naše raziskave smo se poslužili tako prikritih kot odkritih udeležbe; delno smo delovanje in vedenje ljudi preučevali prikrito v prodajalnah rabljenega blaga, pri pogovorih, na primer s prodajalkami, pa smo razkrili naše namene raziskovanja, saj v nasprotnem primeru ne bi dobili določenih informacij (Haralambos in Holborn 2001).

Na podlagi naših opazovanj smo oblikovali zapiske, ki smo jih vključili v samo analizo empiričnega dela. Zapiske smo zbrali na podlagi enega obiska več prodajaln z rabljenim blagom; dveh v Mariboru in dveh v Ljubljani. Na tem mestu ni smiselno, da opisujemo naše izkustvo v posamezni prodajalni, saj so zapiski iz terena priloženi v Prilogi E ter dodani v vsebinsko analizo rezultatov raziskave.

GLOBINSKI INTREVJUJI

Raziskave, izvedene z globinskimi intervjuji, smo se najprej lotili teoretično; predelali smo določeno literaturo, ki nam je pomagala izbrati vrsto intervjuja ter razumeti postopek izvedbe le-tega. Na tem mestu se z analizo še nismo posebej ukvarjali. Glede na že predelano teorijo ter raziskovalno vprašanje in hipoteze smo oblikovali okvirni vprašalnik, ki nam je služil kot vodilo v pogovorih. Metoda polstrukturiranih intervjujev z vnaprej delno pripravljenimi vprašanji dopušča možnost sprotnega prilagajanja smeri pogovora (Mesec 1998; Turner 2010a).

Okvirna vprašanja smo dali v pregled tudi mentorju, ki je intervju potrdil in nam svetoval glede izvedbe intervjujev. Pripravili smo seznam potencialnih kandidatov za intervjuje. Pred dejansko izvedbo intervjujev smo izvedli pilotsko raziskavo, dva poskusna intervjuja, katerih namen je bil preveriti tekočnost in omejitve predvidenega poteka intervjujev. Z manjšimi popravki smo se lotili izvedbe dejanskih intervjujev.

Po navodilih McNamare (v Turner 2010b, 10) smo se pred začetkom intervjuja držali osmih točk priprave na izvedbo intervjuja:

1. izbira manj ali nič motečega okolja;
2. pojasnitev namena intervjuja;
3. zagotovitev respondentu, da so njegovi odgovori zaupni;
4. pojasnitev oblike intervjuja;
5. pojasnitev dolžine oziroma obsega intervjuja;
6. navedba lastnega kontakta, v primeru respondentove želje po ponovnem kontaktu;
7. vprašanje, ali imajo pred začetkom intervjuja kakršnokoli vprašanje;
8. dovoljenje za snemanje pogovora in tehnična priprava snemalne naprave.

Transkript intervjujev smo dodali v Prilogo C.

Skupno smo opravili šest intervjujev, pri čemer sta dva pogovora vključevala dve osebi, torej smo s šestimi intervjuji pridobili mnenje osmih ljudi. Intervjuje smo opravili v časovnem roku enega tedna, kar nam je omogočalo obdržati sveže informacije, s katerimi smo si lahko pri vsakem naslednjem pogovoru pomagali. Za pogovor smo pridobili sedem žensk in enega moškega. Najmlajša sodelujoča je bila stara 21 let, najstarejša je štela 69 let. Intervjuje smo

opravili v dveh največjih slovenskih mestih; Ljubljani in Mariboru; opravili smo po štiri intervjuje v posameznem mestu. Bili smo pozorni na to, da smo našli čimbolj različne kandidate – glede na starost, status, kraj bivanja, izobrazbo. Za lažjo primerjavo smo razpredelnico z njihovimi osnovnimi informacijami predstavili v empiričnem delu, v podpoglavju 3.2.1, prav tako so navedene na začetku vsakega transkripta intervjuja v Prilogi C. Sodelujoče v intervjujih smo izbrali namensko, preko osebnih poznanstev, saj smo le na tak način lahko pridobili čim različnejše respondente.

Intervjuji so trajali od 35 minut do ure in pol, odvisno, kako se je določeni respondent odzival na vprašanja; izvedli smo jih na različnih krajih: tri v mirnem lokalu, tri pa na zasebnih krajih. Zaradi obsega intervjujev je bilo intervjuvance, ki bi v raziskavi želeli sodelovati, težko najti, kar je bila tudi velika ovira za pridobivanje podatkov in za možnost obsežnejše raziskave.

Po opravljenih in posnetih intervjujih smo se lotili prepisovanja, nato organiziranja in osmišljanja pridobljenih podatkov ter na koncu analize. Analiza tako kvalitativne kot kvantitativne raziskave je predstavljena v empiričnem delu naloge.

2 TEORETSKA IZHODIŠČA

2.1 SODOBNA POTROŠNIŠKA DRUŽBA

Fenomen sodobne potrošnje zaseda v sociološkem raziskovanju pomembno mesto, saj je »trošenje vedno manj ekonomska dejavnost« (Kos 1998, 27) in kot jedro kapitalistične ureditve s svojim hitrim razvojem odpira vedno nova (sociološka) vprašanja. Solomon (2011, 7) v svojem marketinškem priročniku poda splošno definicijo potrošniškega vedenja kot »študije procesov, ki so vključeni, ko posamezniki ali skupine izbirajo, nakupujejo, uporabljajo ali razpolagajo z izdelki, storitvami, idejami ali izkušnjami, z namenom zadovoljitve potreb in želja«. Thorstein Veblen je kot eden izmed ključnih avtorjev teorij o sodobni potrošnji menil, da je potrošniška dejavnost oblika komunikacije, s katero posamezni potrošnik drugim ljudem sporoča svoje mesto v družbeni hierarhiji, ki je vzpostavljena po principu 'več trošiš, več veljaš' (Veblen 1994). Veblen je potrošnjo predstavil kot nekaj več kot samo sledenje zadovoljevanju potreb; predstavil jo je kot dejavnost s simbolno vrednostjo, ki so jo določali posamezni (bolj ali manj) prestižni proizvodi (Edwards 2000). Veblen vidi potrošnjo kot etično sporno dejavnost, saj temelji na posameznikovi težnji k čim višjemu položaju na lestvici (Campbell 1998). Domneva, da do tega prihaja iz dveh razlogov: da so posameznikovi interesi uperjeni v dobrine kot statusne simbole, in da posameznikovo vedenje in delovanje vodi skrb za ugled v družbi (torej, kako ga vidijo drugi) in zavist do posameznikov, ki so locirani višje na družbeni hierarhiji (prav tam). Vendar pa statusne determinante med družbami variirajo v skladu z manjšim oziroma večjim pomenom materialnih dejavnikov (Kurdijsa in Uhan 2002).

Z razvojem tehnologije je prišlo tudi do spremembe vrednot, kar je prineslo novo moralno držo, povezano s povečanim povpraševanjem in trošenjem, in to zaradi »družbenega tekmovalnega posnemanja« (Campbell 2001, 36). Bistvena spremljava industrijske revolucije je bilo torej povečano nagnjenje k trošenju, saj je tekmovalno posnemanje, z namenom 'materialno ne zaostajati za drugimi', posameznike sililo »k trdemu delu /in/ večji porabi, s čimer se je oblikovala nova ureditev družbene stratifikacije (Campbell 2001, 37). Bistvo te ureditve je posnemanje (potrošniških) navad tistih, ki se nahajajo v višjem družbenem razredu, torej v »družbenem posnemanju in tekmovalnem trošenju /.../« (McKendrick v Campbell 2001, 38), kar McKendrick (prav tam) poimenuje kot 'Veblenov efekt'. Celoten

razvoj potrošnje so pospešili novi prijemi na področju trženja in prodaje ter vzpon oglaševanja, ki je vzpodbudil nastanek koncepta 'mode' (Campbell 2001, 39).

Pojem 'potrošnja' v svojem bistvu pomeni dokončno uporabiti, ali, kot se je lepo izrazil Bauman (1998, 23), »/t/rošiti tudi pomeni uničevati«. In, kot (iz praktičnega vidika) razumemo potrošnjo danes, se pomen termina potrošnja ne nanaša samo na dokončno porabo; potrošnja je prisvojitev, je uporabljanje in je predrugačitev.

Potrošniška kultura je pogosto prepoznana kot ideja množične potrošnje, saj potrošnjo blaga prikazuje kot dejavnost celotne populacije; ponazarja idejo proizvodnje velike količine blaga za prodajo splošni javnosti in ne posamezniku, posameznemu gospodinjstvu ali lokalni skupnosti (Slater 2005, 26). Bistvo množične potrošnje je ideja prodaje blaga, ki ni prilagojeno potrebam posameznika, ampak »kot osnovo potrošnje predpostavlja brezosebne in posplošene odnose izmenjave« (prav tam). V takšni realnosti potrošnje je potrošnik 'anonimni subjekt', torej dojet kot objekt – kot ciljna skupina tržnega gibanja (Slater 2005, 26).

2.1.1 Nakupne odločitve in motivi zanje

V ekonomskem pomenu se porabništvo nanaša na proces porabljanja naravnih oziroma gospodarskih virov in je »po navadi posledica zavestno motiviranega vedenja« (Campbell 2001, 64).

Vedenje potrošnikov in vpliv na le-to lahko razdelimo na tri dejavnike:

- Zunanje spremenljivke; to so najstabilnejše spremenljivke, ki imajo na potrošnika stabilen in neodvisen vpliv: kultura, družbeni sloj, referenčna skupina, družina.
- Notranje spremenljivke; to so osnovne (psihološke) determinante vedenja potrošnika: motivacija, zaznavanje, učenje, osebnost, stališča. Te lastnosti se povezujejo v koncept sebe, torej, kako se vidi in doživlja.
- Proces sprejemanja odločitve; obe vrsti poprej omenjenih spremenljivk vplivata na posameznikov proces odločanja in način nakupovanja, in če razumemo te spremenljivke, lahko razumemo tudi odločitve o načinih nakupovanja (Ule in Kline 1996, 216–7).

Pri potrošnikovem vedenju se, kot lahko vidimo pri teh dejavnikih, prepletata dve ravni vpliva na vedenje: na makro ravni govorimo o družbi in kulturi, torej o okolju, v katerem se potrošnik nahaja, na mikro ravni pa opazujemo osebne lastnosti in stališča vsakega posameznika, neodvisno od drugih dejavnikov.

Proces sprejemanja odločitev je, kot ga je kot razumel Dewey (v Ule in Kline 1996, 217), proces reševanja problema in je pogojen s predpostavko o možnostih izbire med alternativami. Gre za premišljeno, konsistentno akcijo, katere cilj je zadovoljitev potrebe. V procesu odločanja posameznika se prepletata dva vidika, katerih vpliv moramo upoštevati: »utilitarni, kjer se posameznik odloča na podlagi razpoložljivih informacij in možnih implikacij svojega delovanja; ter hedonistični, pri katerem so pomembne »čustveno gnane koristi« (Ule in Kline 1996, 218).

Wilkie (v Ule in Kline 1996, 224–5) je opredelil pet korakov procesa potrošnikovega odločanja za nakup. Začetek procesa odločanja je prepoznava problema, torej prepoznava potrebe/želje, in njena zadovoljitev. Sledi iskanje informacij za ugotavljanje in presojanje razpoložljivih alternativ. Nato potrošnik opravi nakup, čemur sledi »ponakupna predelava informacij« (prav tam), ki je lahko pomembna za potrošnikovo nadaljnjo nakupovanje, saj njegova izkušnja z izdelkom vpliva na odločitev o naslednjem podobnem nakupu.

»Motivi so gonila, spodbude ali želje, ki vpeljujejo posledice dejavnosti, imenovanih vedenje« (Udell 1964, 8). Phillips in Duncan (v Udel 1964, 8) nakupovalne motive definirata kot »vplive in premišljevanja, ki spodbujajo in ustvarjajo nakupe določenega blaga od določenih podjetij«; motivi so torej dejavniki, ki vplivajo na potrošnika v smislu preferenčne izbire določenega izdelka nad drugim izdelkom enake vrste.

Phillips in Duncan (v Udell 1964)¹ sta zaradi neprilagojenosti današnjim potrošniškim gibanjem ponovno definirala osnovno razlikovanje motivov za nakup na racionalne in emocionalne: emocionalni motivi so tisti, ki potrošnika k nakupu vodijo ne glede na vzrok,

¹ Melvin T. Copeland je bil pionir na področju nakupovalnih motivov potrošnikov; motive za nakupovanje je razdelil na racionalne in emocionalne. Racionalni motivi so tisti, ki izhajajo iz poziva razloga (odvisnost od uporabe, trajnost, varčnost pri nakupu), emocionalni pa so motivi tekmovalnosti, zadovoljitve apetita, ponos glede osebnega videza, čistoča, užitek rekreacije, zagotavljanje domačega udobja in podobni motivi. Ti motivi izvirajo iz človeških instinktov in čustev in predstavljajo spodbudo ali nespametno spodbudo k delovanju (Copeland v Udell 2001, 6–7). Vendar pa naj opozorimo, da ta členitev nakupnih motivov na racionalne in emocionalne ni več primerna; poimenovanje je neprimerno, definiciji obeh motivov sta nepomembni in nasprotujoči si, prav tako pa gre za manjvredno in nepomembno klasifikacijo znotraj managementa.

zaradi katerega bi bil nakup opravljen, medtem ko pa racionalni motivi vključujejo zavedno odločitev na podlagi razlogov o postopku, torej nakupu.

Vendar pa se moramo zavedati, da motivi niso edini dejavniki, ki vplivajo na odločitve potrošnikov o njihovih nakupih; na primer, tudi oglaševanje ima velik pomen pri nakupnih odločitvah. Torej, da lahko definiramo nakupne motive kot vplive na nakup izdelka, je pomembno, da vključimo vse spodbude in stimulacije, ki imajo morebiten vpliv na nakupovalno vedenje potrošnikov (Udell 1964). »Potemtakem so motivi za nakupovanje izdelkov lahko primerneje definirani kot vse tiste podneti, želje in nagibi stranke, ki sklepajo nakupe določenega blaga in storitev« (Udell 1964, 8).

2.2 ALTERNATIVE SODOBNI POTROŠNJI

Individualistično usmerjene 'zahodne' potrošniške kulture se trenutno nahajajo v obdobju predrugačitve. Vrtoglavo povečanje globalne potrošnje in vedno večje zavedanje o negativnih vplivih le-te vedno več ljudi vodi v odgovornejše oblike potrošniških praks z namenom oddaljiti se od hiperpotrošnje (Albinsson in Perera 2012). Eden izmed načinov doseganja tega so alternativne potrošniške prakse, ki jih Williams in Paddock (2003, 312) definirata kot »oblike pridobivanja blaga, ki ne vključujejo pridobivanja novega blaga iz formalnih blagovnih trgov«; gre torej za oblike pridobivanja blaga na neformalni ravni – od sorodnikov, prijateljev ali preko osebnih oglasov fizičnih oseb v lokalnih oglasnikih – ter pridobivanje rabljenega blaga preko različnih forumov (sejmi, tržnice in prodajalne z rabljenim blagom) (Williams in Paddock 2003). Osnovno definicijo alternativne potrošnje je podala Sassatelli (2011, 35–8) kot »vrsto potrošniških praks, ki kritično naslavljajo sodobno potrošniško kulturo /oziroma potrošniško družbo/, in uvaja izdelke in prakse, ki so etično manj sporni v primerjavi s tradicionalno, sodobno kapitalistično potrošnjo«. Do pojava tovrstnih praks je prišlo zaradi večanja poudarka etične komponente znotraj potrošnje (Albinsson in Perera 2012).

V Sloveniji najbolj razširjene alternativne oblike uporabe blaga so t. i. 'praksa souporabe',² pravična trgovina (ang. *Fair Trade*), organska hrana (ang. *slow/organic food*) ter različne posredovalnice (rabljenih avtomobilov, knjig, pohištva ali oblačil). Ta princip posredovanja

² Izposoja knjig, avtomobilov, gospodinjskih naprav, večernih, poročnih in drugih oblek, športne opreme.

rabljenega blaga, ki sta ga v svoji raziskavi preverjala Gregson in Crewe (2003, 11), lahko razumemo kot »del alternativne kritične potrošniške kulture«.

Bistvo alternativnih potrošniških praks so protipotrošnja in trajnostno usmerjene prakse (zavračanje, zmanjševanje porabe in ponovna uporaba razpoložljivih izdelkov), spodbujane s strani potrošnikovih individualnih potreb in vrednot, vključno s tistimi, ki se nanašajo na dobrobit okolja (Black in Cherrier 2010). S tem razmišljanjem se sklada tudi koncept 'skrbne potrošnje' (ang. *Mindful consumption*), ki so ga skovali Sheth in drugi (2011, 27), in ki pomeni »zavest v misli in vedenju o posledicah potrošnje« (prav tam). T. i. skrbni potrošnik skrbi zase, za naravo in skupnost in posledično deluje v skladu z dobrobitjo le-teh s tem, da skuša blažiti čezmerno potrošnjo.

Trg je sposoben alternativne potrošniške prakse hitro vsrkati; marketing in oglaševalske industrije se močno zavedajo pomembnosti ekoloških, etičnih in političnih tematik znotraj določenih družbenih slojev v okvirih 'zahodnega prebivalstva' in so že dolgo nazaj začele promovirati svojo različico povpraševanja po 'zelenem' (Sassatelli 2011).

Proizvodnja in potrošnja v sodobnih industrijskih družbah pomembno vplivata na globalni ekološki sistem in vse pogostejše se potrošniki zavedajo negativnega vpliva našega vsakdanjega življenja na okolje in se odločajo za podporo okolju ter v tej smeri tudi delujejo (Ottman 1992). »Trošenje porablja dragocene naravne vire in povzroča odpadke« (Ottman 1992, 22), kar se v obliki različnih katastrof pozna v našem domačem okolju.

2.3 TRGOVINA Z RABLJENIM BLAGOM

Pogosto prihaja do zamenjave terminov trgovina in prodajalna. Naj opozorimo, da je za našo raziskavo pomembno, da razlikujemo oba termina: termin 'trgovina z rabljenim blagom' (ang. *secondhand market*) uporabljamo v smislu dejavnosti splošne ponudbe rabljenega blaga na trgu, medtem ko pa 'prodajalne z rabljenim blagom' (ang. *secondhand store*) definiramo kot poslovne prostore, kot konkreten kraj, kjer se opravlja tovrstna dejavnost, kjer torej poteka izmenjava rabljenega blaga.

V svetu je trgovina z rabljenim blagom zelo razširjena; če pogledamo samo ponudbo rabljenih oblačil, povzeto po Baden in Barber (v Farrant in drugi 2010, 727), je svetovna trgovina z

rabljenimi oblačili leta 2005 obsegala pet odstotkov celotne svetovne trgovine z oblačili. Seveda se razširjenost tovrstne trgovine razlikuje od države do države, največji delež vrednosti uvoza oblačil, več kot 25 %, pa rabljena oblačila predstavljajo v podsaharski Afriki (prav tam). Sledijo ji Azija, Japonska, Indija in Singapur (Tranberg Hansen 2004).

Trgovina z rabljenim blagom v Sloveniji se po obsegu razlikuje od trgovine s tovrstnim blagom v tujini; rekli bi lahko, da Slovenija na tem področju v primerjavi s tujino še vedno zaostaja. Zgovorno je dejstvo, da v tujini (Združene države, Velika Britanija, Nizozemska, Belgija) razlikujejo veliko različnih poimenovanj trgovine z rabljenim blagom in posledično tudi oblik, za katere slovenski jezik niti še ne pozna ustreznih prevodov.³ V Sloveniji so razširjene štiri najpogostejše oblike ponudbe rabljenega blaga: boljši sejmi, *vintage* prodajalne oziroma prodajalne z rabljenim blagom, *vintage* sejmi ter internetna ponudba rabljenega blaga v obliki foruma (na primer Bolha.com ali Mojbutik.si).

Boljši sejmi, pogovorno tudi t. i. 'bolšjaki', so najstarejša oblika izmenjave rabljenega blaga v Sloveniji. Gre za organizirano obliko prodaje, kjer fizične osebe ob določenem času in na določenem kraju za zelo nizke zneske prodajajo svoje poprej že uporabljeno (ali tudi novo) blago, ki ga ne potrebujejo.

V letu 2001 je v Sloveniji bilo kot dejavnost 'Trgovina na drobno z rabljenim blagom' registriranih 23 poslovnih oseb, leta 2005 pa 43 (Statistični urad Republike Slovenije 2006). V štirih letih je število prodajaln z rabljenim blagom naraslo za skoraj polovico. Na žalost novejša raziskava na to temo niso bile opravljene. Ljubljana je kot prestolnica Slovenije najbrž tudi najbolj dovzetna za razvoj trgovine z rabljenim blagom. Pohvali se lahko s ponudniki najrazličnejših rabljenih (in novih) oblačil: Moje Tvoje, Gvant, Vintage Galerija, Diva's Galerija, 2nd Chance, Pri Klari v omari, Smrkolin. Prodajalne poslujejo na različne načine: nekatere se z blagom zalagajo iz tujine, nekatere pa omogočajo odvzem rabljenih oblačil tudi s strani zainteresiranih domačinov. Nekatere izmed teh prodajaln smo obiskali v okviru raziskave, ki je predstavljena v empiričnem delu naloge.

Breme tekstilne industrije na okolje je bilo dokazano v različnih študijah, saj naj bi trgovina z rabljenimi oblačili (zbiranje, razvrščanje, pakiranje in prevoz oblačil) sicer vplivala na okolje,

³ *Car boot sales, Garage sales, Swap meets, Second hand flea market, Charity shops, Thrift shops, 'Retro' closing shops, Antique fairs, Household clearance auctions* (Gregson in Crewe 1998, 78).

vendar vpliva bistveno manj kot izdelava novih oblačil iz še ne uporabljenih materialov (Farrant in drugi 2010). Raziskava Ocena življenjske dobe (ang. *The Life Cycle Assessment*) je pokazala, da ima zbiranje, predelava in prevoz rabljenih oblačil neznamenit vpliv na okolje v primerjavi s prihranki, doseženimi z zamenjavo novih, še neuporabljenih oblačil (prav tam).

Dejstvo je, da se rabljena oblačila razlikujejo od novih (po ceni, slogu itd.) in jih potrošniki tudi drugače dojemajo. Ne moremo predpostavljati, da vsak nakup rabljenega oblačila nadomešča nakup novega. Zavedati se moramo, da je trgovina z rabljenim blagom v Sloveniji še v povojih in da slovenski trg ponuja veliko možnosti za nadaljnji razvoj.

3 EMPIRIČNI DEL

Namen empirične raziskave je s kvantitativno in kvalitativno analizo preveriti in morebiti izpopolniti obstoječe znanje o motivih potrošnikov za nakup rabljenega blaga v slovenskem prostoru. Domnevamo, da obstaja povezanost med nakupovalnimi navadami potrošnikov, starostjo, ekonomskim položajem, lokacijo bivanja oziroma nakupovanja ter navadami varovanja okolja iz vsakdanjega življenja.

Glavno raziskovalno vprašanje naloge je

Kateri motivi pripeljejo slovenske kupce v prodajalne z rabljenim blagom, kateri motivi ljudi od nakupa tovrstnega blaga odvrnejo in zakaj se ti motivi pojavijo?

Izhodiščne hipoteze naloge so naslednje:

(1) Ekonomski motiv je prevladujoč razlog za odločitev o nakupu rabljenega blaga pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije.

(1.1) Trgovina rabljenega blaga v Sloveniji se je pojavila kot odziv na svetovno ekonomsko krizo po letu 2008.

(2) V razvitem delu Slovenije mladi do 35 let kupujejo rabljeno blago predvsem zaradi originalnosti in možnosti izražanja sebe.

(3) V razvitem delu Slovenije je pri kupcih rabljenega blaga okoljski motiv za nakup rabljenega blaga verjetnejši kot pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije.

V empiričnem delu predstavljamo izsledke kvantitativne in kvalitativne raziskave splošnih nakupovalnih navad, ki jih povezujemo z nakupovanjem rabljenega blaga in varovanjem okolja. Namen kvantitativne raziskave je razumevanje splošnih nakupovalnih navad vprašanih ter povezava teh navad z nakupovanjem rabljenega blaga ter varovanjem okolja. Kvalitativna raziskava pa nam omogoča podrobnejši vpogled v motive, navade in dožemanje nakupovanja rabljenega blaga.

Z raziskavo želimo preveriti hipoteze o razlogih za nakupovanje rabljenega blaga ter povezanost teh motivov z nekaterimi demografskimi značilnostmi ter navadami iz vsakdanjega življenja. Orodje EnKlikAnketa, s katerim smo zbirali podatke za kvantitativno raziskavo, je obenem tudi preprosto in učinkovito orodje za obdelavo podatkov, katerega smo se za namene analize dobljenih rezultatov tudi poslužili.

Analizo začnemo s kvantitativno raziskavo, torej s predstavitvijo celotnega vzorca raziskave in demografskih značilnosti vzorca. Nato predstavimo analizo splošnih vprašanj o nakupovanju in varovanju okolja. Nadalje še splošna vsebinska vprašanja kombiniramo z določenimi demografskimi spremenljivkami.

Podrobneje se z nakupovanjem rabljenega in varovanjem okolja ukvarjamo v kvalitativni raziskavi, katere izsledke predstavimo v drugi tretjini empiričnega dela naloge. Za namene kvalitativne raziskave smo opravili osem globinskih intervjujev, ki smo jih analizirali s pomočjo induktivnega kodiranja. S tem smo na podlagi transkriptov odgovorov oblikovali najpomembnejše oziroma največkrat izpostavljene teme.

Empirični del zaključujemo s preverjanjem zastavljenih hipotez.

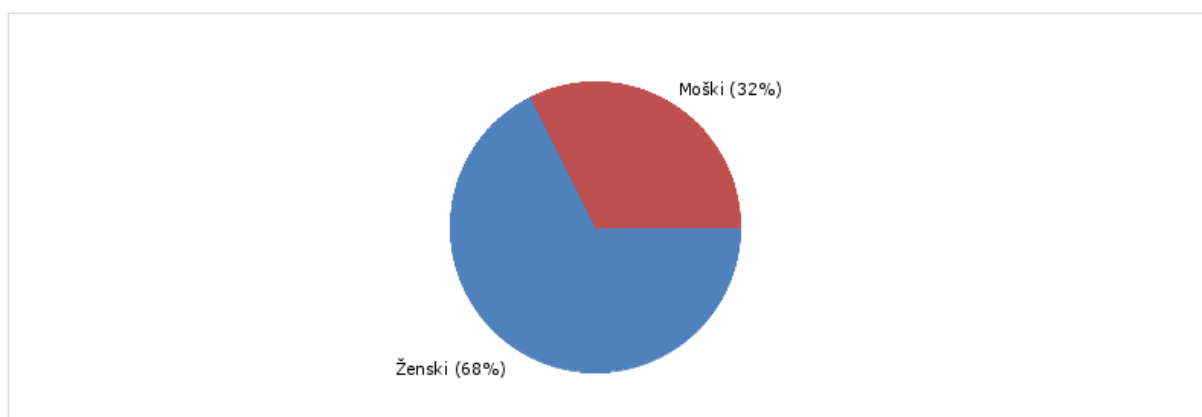
3.1 KVANTITATIVNA RAZISKAVA

3.1.1 Struktura in demografske značilnosti vzorca

V kvantitativno raziskavo je skupno bilo vključenih 226 respondentov, od katerih je bilo ustrezno izpolnjenih vprašalnikov samo 140 – torej takšnih, ki so odgovorili na vsaj eno vprašanje (to je 62 % vseh). Od ustreznih vprašalnikov je anketo delno izpolnilo osem respondentov, vprašalnik pa je končalo 132 anketirancev, to je 58 % vseh, ki so kliknili na povezavo do ankete. Analiza podatkov vključuje vzorec 132 respondentov, ki so končali reševanje ankete.

Naslednji grafi prikazujejo demografske značilnosti vzorca glede na veljavne odgovore. Vzorec se od vprašanja do vprašanja spreminja, saj posamezen respondent ni nujno odgovoril na vsa vprašanja. Vzorec posameznega vprašanja je naveden v naslovu določenega grafičnega prikaza vprašanja.

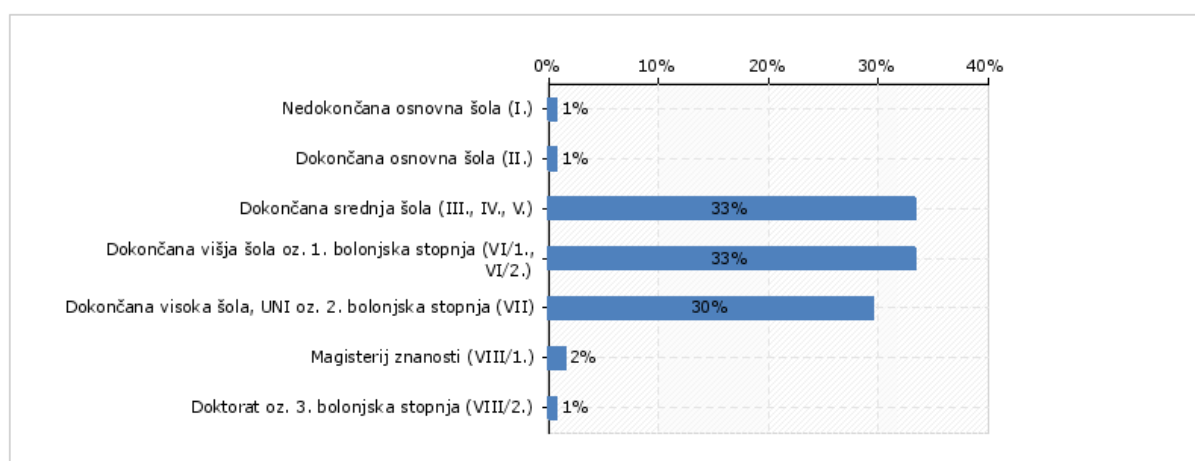
Graf 3.1: Spol (n = 127)



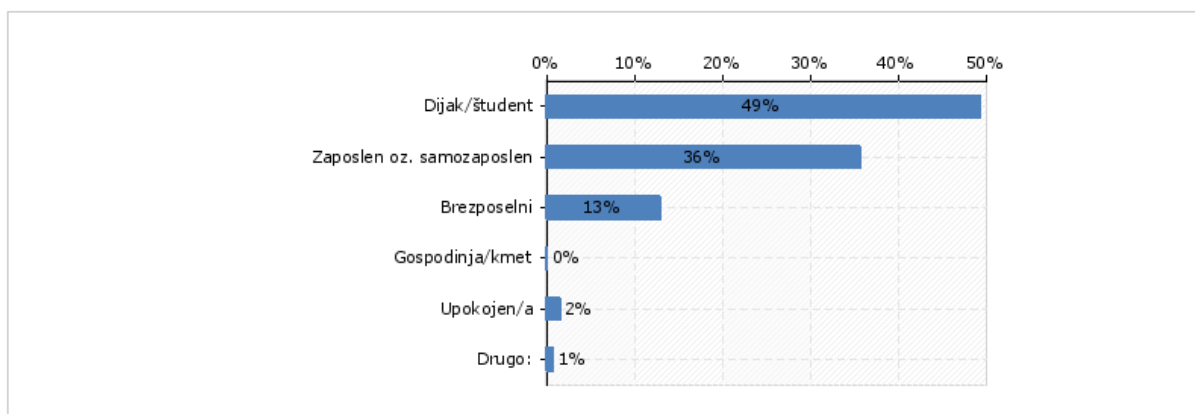
Graf 3.1 prikazuje delež respondentov po spolu: veljavne odgovore je podalo 68 % žensk ter 32 % moških. Tolikšna razlika v predstavnosti obeh spolov se pojavlja zaradi predvidenega večjega zanimanja žensk za obravnavano tematiko, saj naj bi ženske bile splošno večje potrošnice od moških. Torej za naključni vzorec obstaja večja verjetnost, da se bo raziskavi odzvalo več žensk kot moških.

Možen vpliv na vzorec je tudi večje število prijateljic na družbenem spletišču Facebook v primerjavi s prijatelji, kar pomeni večjo izpostavljenost ankete ženskemu spolu.

Graf 3.2: Najvišja dosežena formalna izobrazba (n = 132)



Največ vseh respondentov ima dokončano srednjo (33 %), višjo (33 %) ali visoko šolo (30 %) (glej Graf 3.2); ostale stopnje izobrazbe so zanemarljive (1–2 % odgovorov). Vzrok za relativno visoko izobrazbo respondentov pripisujemo avtoričinemu krogu poznanstev (vrstniki), v katerem je bila raziskava izvedena.

Graf 3.3: Trenutni zaposlitveni status (n = 132)

Iz Grafa 3.3 je razviden trenutni zaposlitveni status celotnega vzorca, ki kaže, da je slaba polovica (49 %) še šolajočih se respondentov; 36 % je zaposlenih oziroma samozaposlenih, 13 % pa brezposelnih. Ostali so upokojeni (2 %). Tudi tukaj naj opozorimo na vpliv neslučajnostnega vzorca.

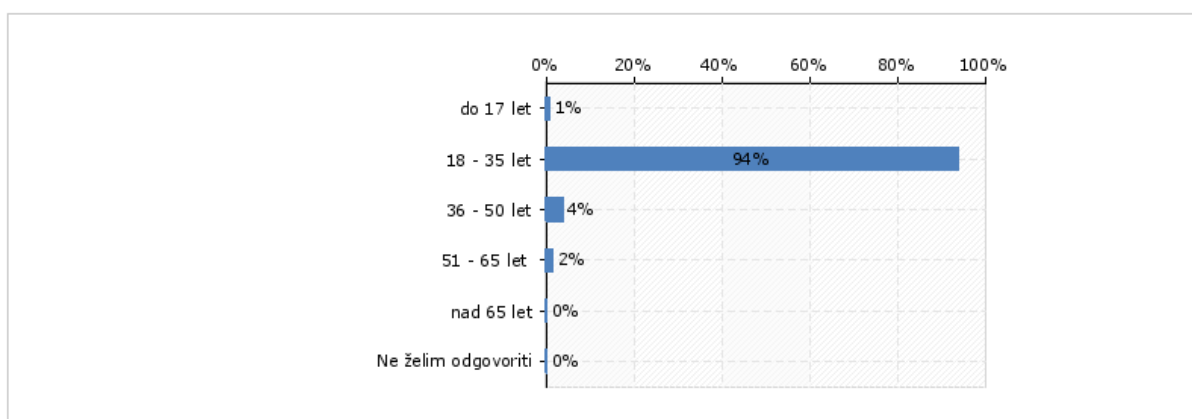
Tabela 3.1: Kraj, kjer živite (v primeru začasnega bivanja navedite kraj, kjer preživite več časa) (n = 131)

Kraj	Frekvenca	Odstotek (%)	Kraj	Frekvenca	Odstotek (%)
Ljubljana	69	49	Nova Gorica	1	1
Ormož	1	1	Tujina in /	5	6
Ptuj	9	6	Celje	3	3
Maribor	10	7	Velenje	1	1
Sv. Tomaž	1	1	Ljutomer	2	1
Tržič	1	1	Jesenice	1	1
Polenšak	1	1	Gradišče	1	1
Škofja Loka	1	1	Kidričevo	1	1
Savci	2	1	Kranj	1	1
Trbovlje	1	1	Senožeče	1	1
Fram	1	1	Murska Sobota	1	1
Mala Nedelja	1	1	Bohinjska Bistrica	1	1
Borovnica	1	1	Brežice	1	1
Medvode	2	1	Koračice	1	1
Domžale	1	1	Grosuplje	1	1
Kamnik	1	1	Bresnica	1	1

Novo mesto	1	1	Trnovci	1	1
------------	---	---	---------	---	---

Tabela 3.1 prikazuje kraje, od koder vprašani prihajajo. Ljubljana, Maribor in Ptuj imajo v raziskavi največ predstavnikov; iz Ljubljane prihaja slaba polovica vseh vprašanih (49 %). Kot smo že opredelili poprej, smo se za namene raziskave odločili, da Ljubljano kot prestolnico označimo za razviti del Slovenije, vsi ostali kraji pa predstavljajo manj razvito območje Slovenije. Tako smo dobili polovico respondentov, ki bivajo v razvitem delu Slovenije, in polovico, ki biva drugje, torej na manj razvitem območju. Ta podatek je pomemben za kombinacijo z drugimi vsebinskimi vprašanji, obravnavanimi v podpoglavju 3.1.3.

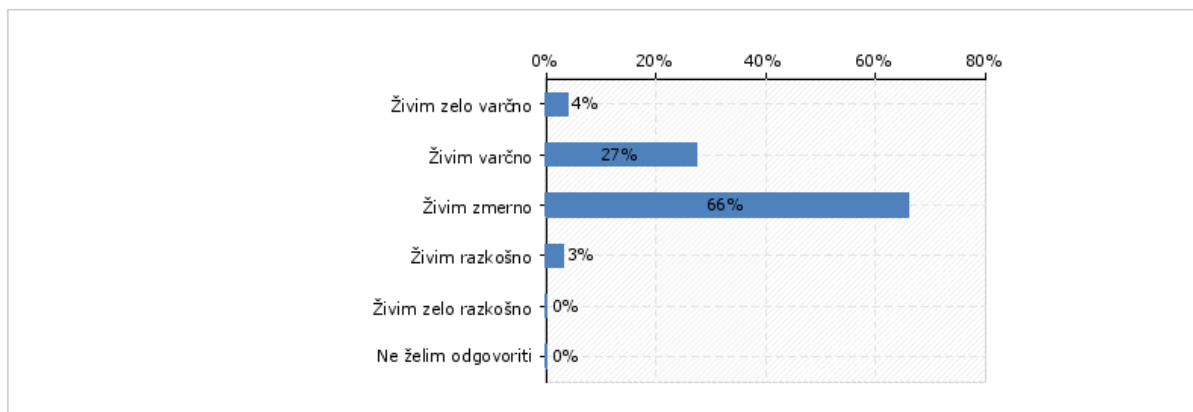
Graf 3.4: Starostna skupina (n = 132)



Naslednji grafični prikaz (Graf 3.4) ponazarja starostno skupino anketirancev: velika večina (94 %) se je uvrstila v skupino 18–35 let. 1 % vprašanih je star do 17 let, 4 % so stari 36–50 let, 2 % pa 51–65 let.

Na podlagi te ugotovitve zaradi nereprezentativnosti vzorca kakršnihkoli nadaljnjih ugotovitev na podlagi spola ne moremo sklepati. Ta problem izhaja iz dejstva, da je bila anketa izvedena preko spleta ter promovirana med avtoričinimi znanci, ki so večinoma mladi do 35 let.

Graf 3.5: Socialni status (n = 132)

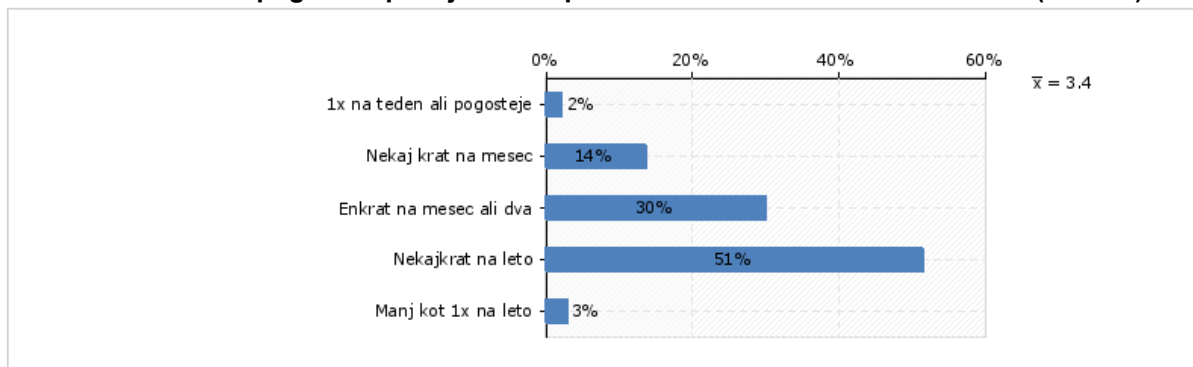


Graf 3.5 kaže na socialni status respondentov, kot so ga ocenili sami: 31 % pravi, da živijo zelo varčno oziroma varčno, 66 % pravi, da živijo zmerno, 3 % pa menijo, da živijo razkošno.

Naj poudarimo, da je ta ocena lastna interpretacija statusa in zato subjektivna in je ne predstavljamo kot objektivno dejstvo.

3.1.2 Prikaz rezultatov vprašanj o nakupovanju ter varovanju okolja

Graf 3.8: Kako pogosto opravljate nakupe oblačil/obutve/modnih dodatkov? (n = 140)



Prvo vprašanje v anketi je bilo, kako pogosto vprašani opravljajo nakupe oblačil/obutve/modnih dodatkov.

To vprašanje smo vključili v raziskavo, da dobimo splošen pregled nad pogostostjo nakupovanja izbranih vrst izdelkov. To je pomembno, saj tako vidimo, v katero potrošniško skupino spada največ vprašanih ljudi. Kot je razvidno v Grafu 3.8, največ, to je polovica vprašanih (51 %), splošne nakupe omenjenega blaga opravlja nekajkrat na leto. Slaba tretjina (30 %) nakupuje te izdelke na mesec ali dva, 14 % jih nakupuje nekajkrat na mesec. Tisti, ki

kupujejo zelo pogosto (enkrat na teden ali pogosteje) in zelo redko (manj kot enkrat na leto) so v veliki manjšini (2 oziroma 3 %).

Graf 3.9: Kako pomembni so naslednji dejavniki pri vašem nakupu oblačil/obutve/modnih dodatkov? (n = 140) – Povprečje

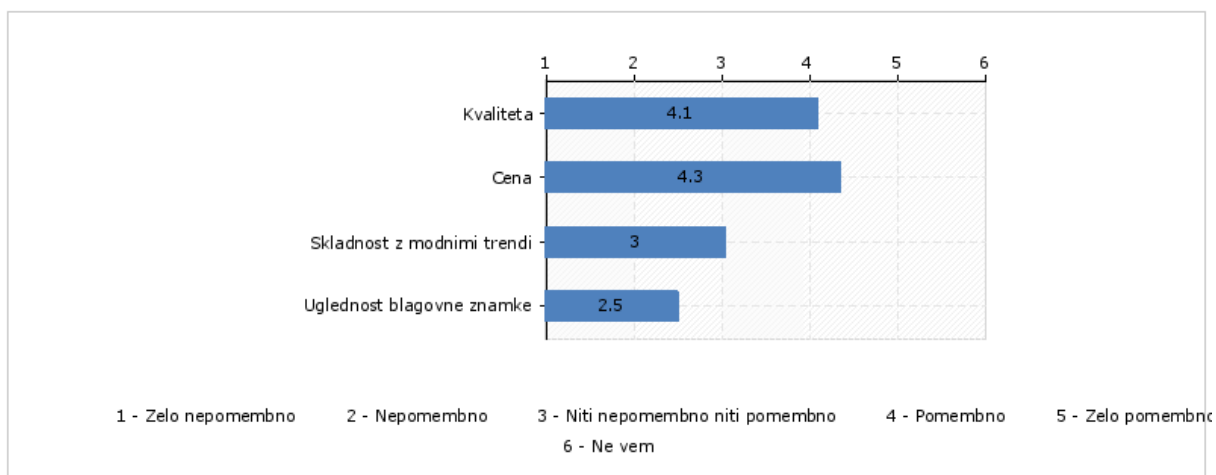


Tabela 3.2: Kako pomembni so naslednji dejavniki pri vašem nakupu oblačil/obutve/modnih dodatkov? (n = 140)

	Zelo nepomembno	Nepomembno	Niti nepomembno niti pomembno	Pomembno	Zelo pomembno	Ne vem	Skupaj
Kvaliteta	6	1	13	75	44	1	140
	4 %	1 %	9 %	54 %	31 %	1%	100 %
Cena	3	0	5	70	62	0	140
	2 %	0 %	4 %	50 %	44 %	0%	100 %
Skladnost z modnimi trendi	13	32	43	42	9	1	140
	9 %	23 %	31 %	30 %	6 %	1 %	100 %
Uglednost blagovne znamke	29	40	48	19	4	0	140
	21 %	29 %	34 %	14 %	3 %	0 %	100 %

Graf 3.9 in Tabela 3.2 prikazujeta pomembnost izbranih dejavnikov pri nakupu. S tem vprašanjem smo želeli prikazati, kateri dejavniki vplivajo na nakup določene vrste blaga; na primer, če je posamezniku kvaliteta zelo pomembna, lahko sklepamo, da pri običajnih nakupih blaga ne posega po cenenih izdelkih, ki ne slovijo po kvaliteti.

Na Grafu 3.2 vidimo, da sta najpomembnejša dejavnika, ki vplivata na nakupe vprašanih, cena (povprečna ocena 4,3 od 5) in kvaliteta (povprečna ocena 4,1). Skladnost z modnimi trendi (povprečna ocena 3 od 5) in uglednost blagovne znamke (povprečna ocena 2,5 od 5) sta manj pomembni.

Tabela 3.2 prikazuje vrednosti odgovorov glede na posamične dejavnike:

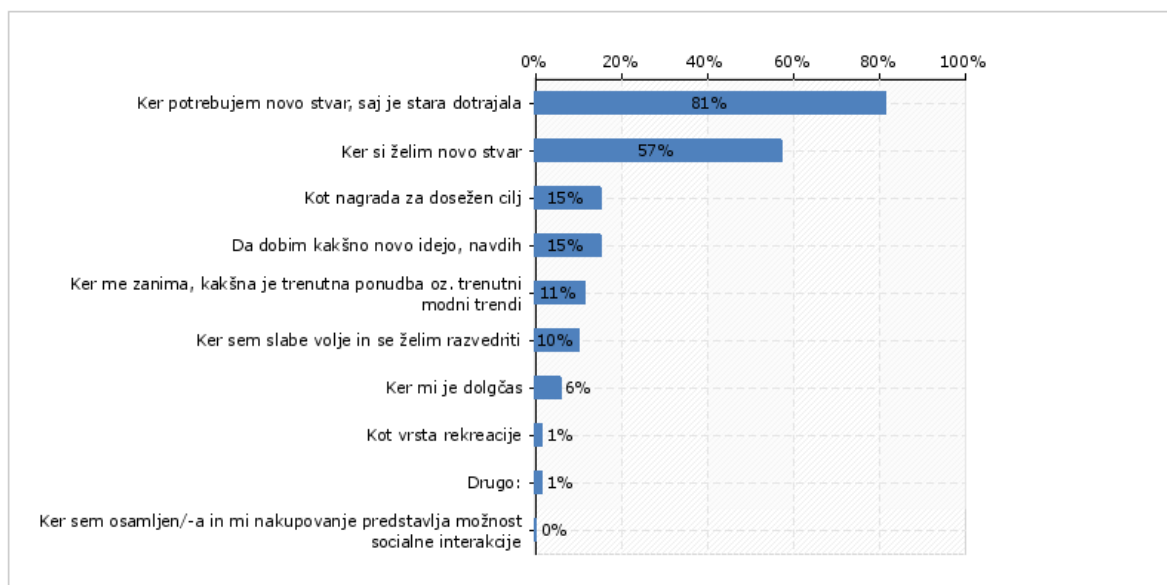
Kvaliteta kot prvi izbran dejavnik je zelo pomembna (ocena 5) in pomembna (ocena 4) 85 % vprašanih, nepomembna (ocena 2) oziroma zelo nepomembna (ocena 1) pa 5 % vprašanih. 9 % vprašanim ni niti pomembna niti nepomembna.

Cena je kar 94 % vprašanih pomembna (ocena 4) oziroma zelo pomembna (ocena 5). Ostale ocene (zelo nepomembno, pomembno in niti niti) so zanemarljive.

Odstotek pomembnosti dejavnika 'skladnost z modnimi trendi' je skoraj enakomerno razporejena po pomembnosti: 32 % vprašanih je (zelo) nepomembna, 31 % ni niti nepomembna niti pomembna; 36 % pa je (zelo) pomembna.

Dejavnik 'uglednost blagovne znamke' je natanko polovica vprašanih označila kot nepomembnega; 34 % vprašanim ni niti nepomemben niti pomemben, le 17 % vprašanih pa je blagovna znamka (zelo) pomembna.

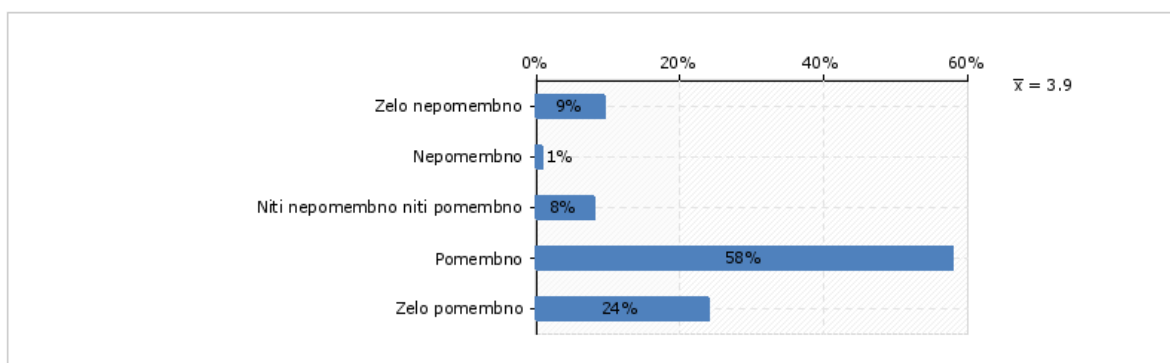
Graf 3.10: Kakšen je najpogostejši vzrok za vaše nakupovanje? (n = 140)
Možnih je več odgovorov



Naslednje vprašanje je vprašanje o vzrokih za nakupovanje blaga na splošno, ki nam daje vpogled v razloge za opravljanje nakupov. S tem smo dobili vpogled v vzorec ter si oblikovali približno sliko o tem, kako respondenti razmišljajo. Najpomembnejši vzrok za nakupovanje stvari je potreba; vprašani v 81 % menijo, da stvari nakupujejo, ker jih potrebujejo, prav tako pa tudi, ker si jih želijo (57 %) (Graf 3.10). Oba visoka odstotka mogoče kažeta na problem nerazlikovanja med potrebo in željo.

Naslednje pomembnejše vprašanje se nanaša na okolje, torej kako pomembno je vprašanim, po njihovem mnenju, varovanje okolja. To splošno vprašanje lahko povežemo z drugimi dejavniki, s čimer lahko dobimo odgovore na mnoga zanimiva vprašanja.

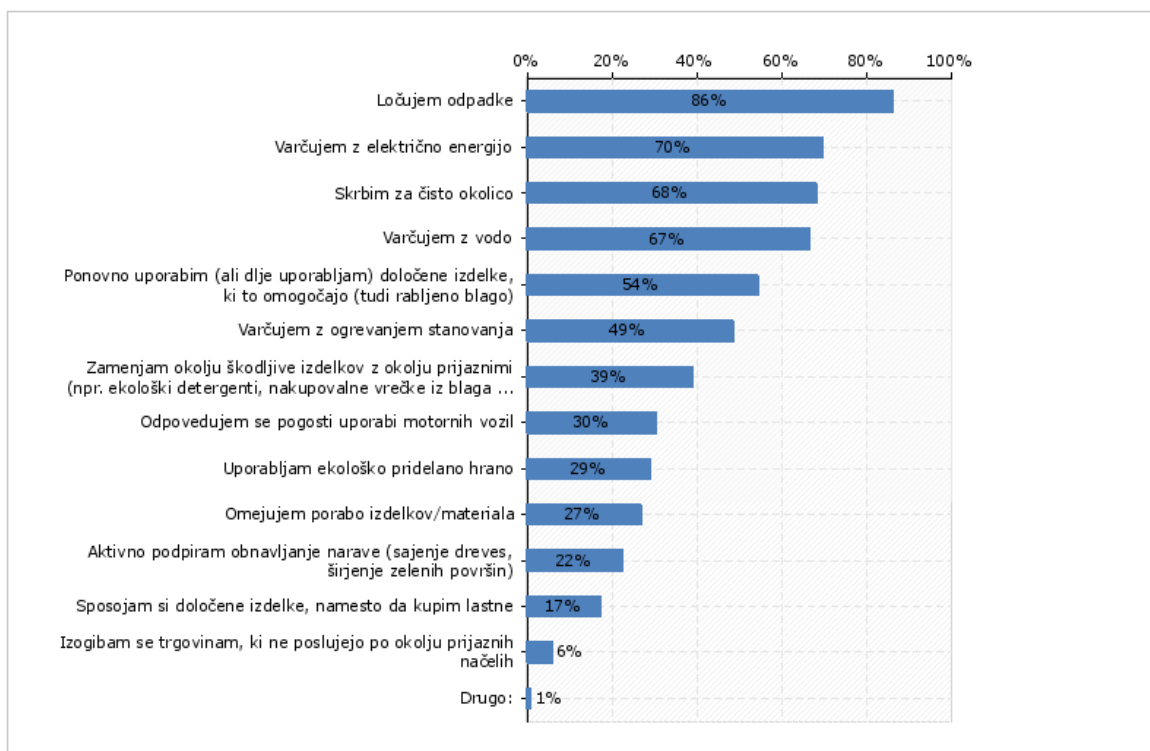
Graf 3.11: Kako pomembno se vam zdi varovanje okolja v vašem vsakdanjem življenju? (n = 138)



Graf 3.11 kaže, da je večini anketirancev (82 % vprašanih) okolje in njegovo varovanje po lastni presoji pomembno oziroma zelo pomembno. Slabi desetini vprašanih varovanje okolja predstavlja zelo nepomemben vidik njihovega vsakdanjega življenja. Ta odstotek se nam glede na množično osveščanje o pomembnosti varovanja okolja zdi visok.

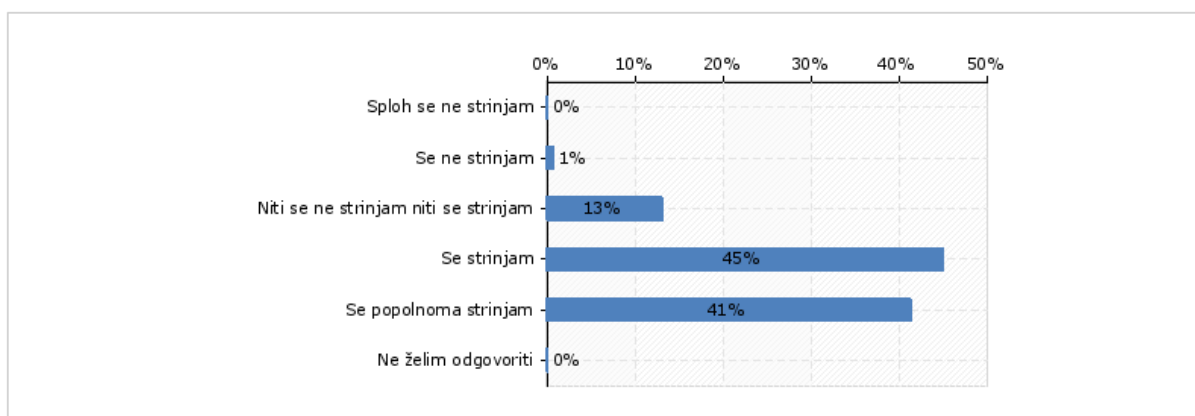
Če to vprašanje kombiniramo z naslednjim vprašanjem: Na katere načine vprašani v praksi varujejo okolje?, dobimo pričakovane rezultate.

Graf 3.12: Na katerega od naslednjih načinov pripomorete k varovanju okolja? (n = 138)
Možnih je več odgovorov



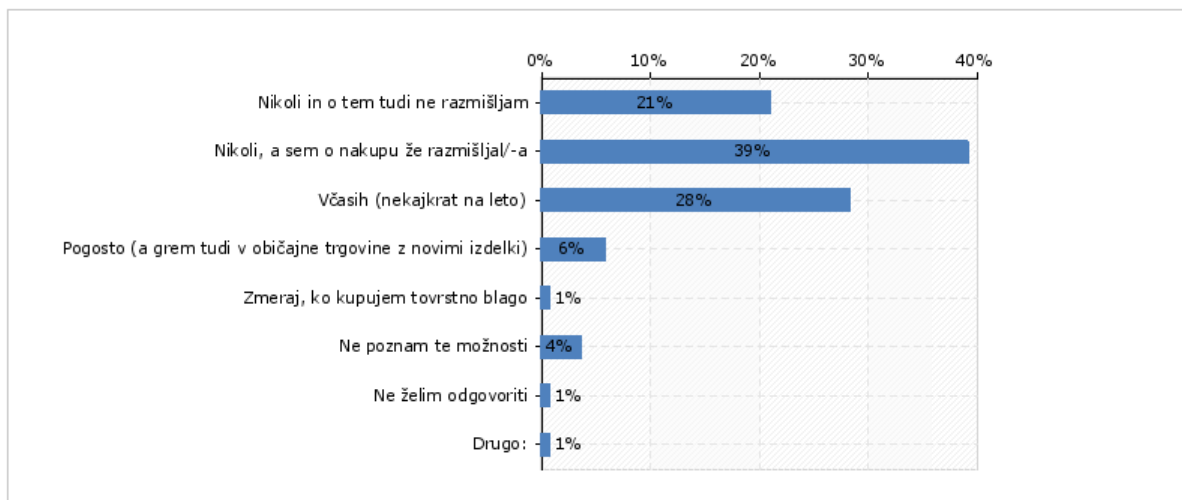
V največji meri vprašani ločujejo odpadke (najbrž zaradi organiziranosti komunalnih podjetij, ki gospodinjstva z globami prisilijo v ločevanje odpadkov). Zato je zanimivo, da je kljub temu, da je sicer ta odgovor dobil največ glasov, odstotek majhen glede na obveznost ločevanja. Zanimiv je podatek, da je varčevanje električne energije pomemben način varovanja okolja (kar 70 % anketirancev). Sledita skrb za čisto okolico in varčevanje z vodo. Ponovna uporaba izdelkov je prav tako dobila dokaj visok odstotek, 54 %.

Graf 3.13: Koliko se strinjate s prodajo in uporabo rabljenega blaga? (n = 138)



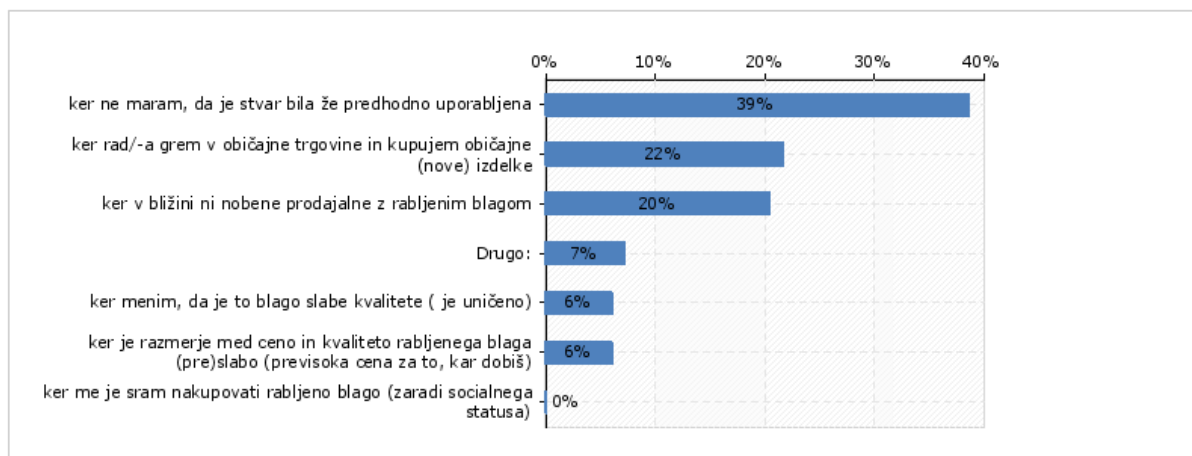
In že smo pri tretjem, za naše raziskovanje najpomembnejšem delu vprašalnika, ki obravnava (ne)uporabo rabljenega blaga. Iz Grafa 3.13 je razvidno, da vprašani podpirajo ponovno uporabo poprej že uporabljenih predmetov: 86 % sodelujočih se strinja s prodajo in uporabo rabljenega blaga. Glede na to, da je samo 1 % tistih, ki se s tem ne strinjajo, je zanimivo dejstvo, da tudi tisti, ki ne kupujejo rabljenega (in tega tudi v prihodnje ne načrtujejo), temu ne nasprotujejo (ali se strinjajo ali pa se s tem vprašanjem ne ukvarjajo).

Graf 3.14.: Kako pogosto kupujete rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki)? (n = 138)



Odgovori, ki jih prinaša naslednje vprašanje, kot prikazuje Graf 3.14, so še zanimivejši: kako pogosto se vprašani poslužujejo nakupovanja rabljenega blaga (velja za oblačila/obutev/modne dodatke). Relativno visok odstotek vprašanih pravi, da se nakupovanja rabljenega blaga ne poslužuje (60 %); izmed teh jih 21 % o tem tudi ne razmišlja, 39 % pa jih je o tem že razmišljalo. 28 % vprašanih rabljeno blago kupi nekajkrat na leto. V manjšini so tisti, ki kupujejo pogosto (6 %) oziroma zmeraj (1 %).

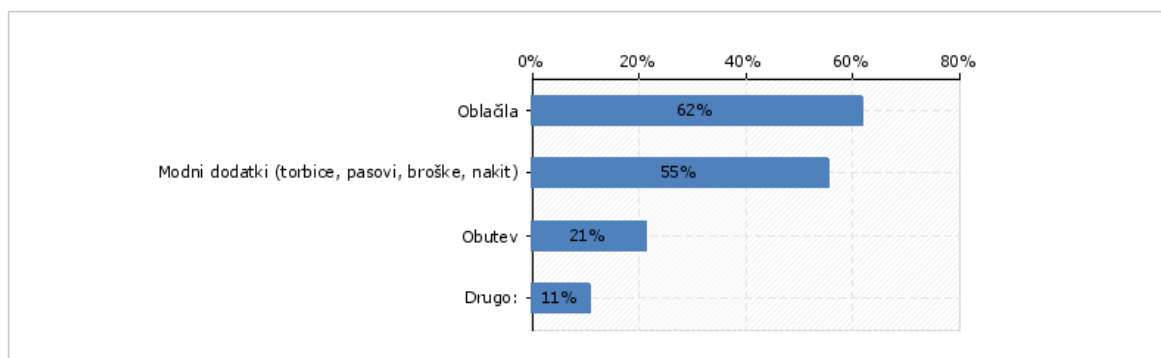
Graf 3.15: Kateri je glavni dejavnik, ki vas v največji meri odvrne od nakupa rabljenega blaga (oblačila/obutev/modni dodatki)? (n = 83)



Če to vprašanje povežemo z vprašanjem po vzroku nenakupovanja rabljenega (Graf 3.15), dobimo tri prevladujoče odgovore in kar nekaj odgovorov kot 'drugo'. Največ vprašanih (39 %) ne mara, da je stvar bila že predhodno uporabljena. Naslednji razlog, ki odvrača od nakupa rabljenega, je 'naklonjenost novim izdelkom' (22 %), tretji dejavnik, ki v skoraj enaki meri odvrača vprašane od nakupa rabljenega, pa je 'ker v bližini ni nobene prodajalne rabljenega blaga'. Ta dejavnik kaže na morebitno neseznanjenost s spletišči, ki ponujajo nakup rabljenega (Bolha.com, Podarimo.si, Mojbutik.si). 6 % vprašanih je mnenja, da je rabljeno blago, ki se prodaja, slabe kvalitete, enak odstotek vprašanih pa se ne strinja z razmerjem cena – kvaliteta. Zanimivi so tudi odgovori pod modaliteto 'drugo':

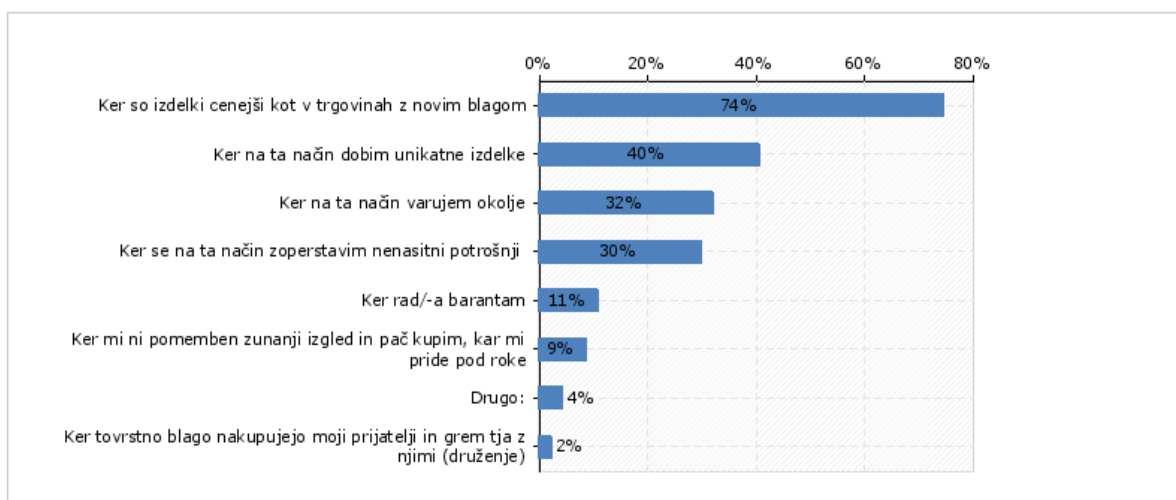
»Ne veš, kdo jo je nosil«, »Zaradi slabše izbire«, »Ni modno, je ponošeno, raztegnjeno, ponošenih čevljev se na da dobro očistiti, zato nosim izključno svoje čevlje«, »Ker bi se moralo rabljena oblačila darovati v dobrotne namene«, »Na ta račun nekateri prekomerno služijo« ter »Zaenkrat ni potrebe«. Pri zadnjem odgovoru se lahko predvideva, da se nakupovanje rabljenega dojema kot nuja, torej da se ga kupuje, če je to nujno potrebno – kot manjvredno blago. Glede na podane odgovore lahko slutimo zadržanost respondentov pri uporabi rabljenih izdelkov.

Graf 3.16: Katere od rabljenih izdelkov kupujete? (n = 47)
Možnih je več odgovorov



Nasprotno pa tisti, ki kupujejo rabljeno, Graf 3.16, kupujejo v večini oblačila (62 %) in modne dodatke (55 %), 'obutev' in 'drugo' pa v manjši meri. Pod 'drugo' so vprašani podali različne odgovore: »Rabljena kolesa«, »Športne rekvizite«, »Tehnične pripomočke«, »Računalniško opremo«, »Elektronska tehnika«. Vidimo, da so to izdelki, ki jih po večini kupujemo redkeje kot v možnih odgovorih naštetu blago.

Graf 3.17: Zakaj se odločate za nakupe rabljenega blaga (oblačila/obutev/modni dodatki)? (n = 47)
Možnih je več odgovorov



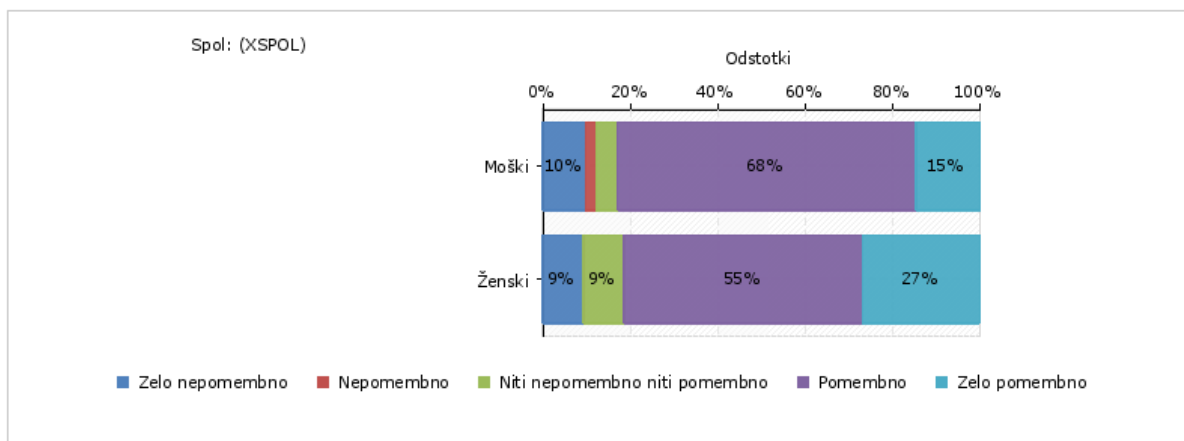
Naslednje vprašanje (Graf 3.17) je bilo vprašanje motivov, zaradi katerih se vprašani odločajo za nakupe rabljenega blaga. Dobili smo dokaj širok spekter odgovorov, večinoma vsi pričakovani. V največji meri, 74 %, velja materialni motiv – izdelki so cenejši kot enaki novi izdelki. Naslednji najpogostejši motiv nakupovanja rabljenega je unikatnost – vprašani kupujejo rabljeno, ker so tovrstni izdelki večinoma edinstveni (unikatni). Tudi motiv varovanja okolja stoji dokaj visoko na lestvici, 32 %, za petami mu je zoperstavljanje nenasitni potrošnji. Ostali odgovori so manj pomembni.

3.1.3 Kombinacija spremenljivk o varovanju okolja in nakupovanju rabljenega z demografskimi značilnostmi

a) Pomembnost varovanja okolja

Najprej smo vprašanje o pomembnosti varovanja okolja kombinirali s spolom. Rezultate ponazarja Graf 3.18.

Graf 3.18: Pomembnost varovanja okolja glede na spol

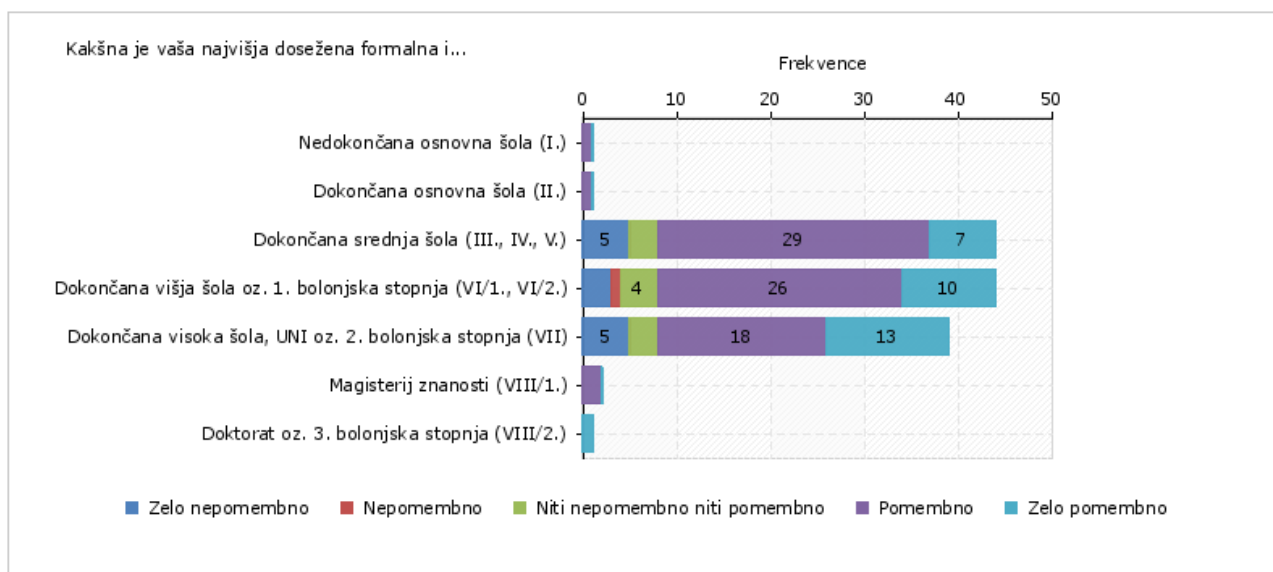


Značilne razlike odgovorov glede na spol niso opazne, saj so odgovori približno enakomerno razporejeni ne glede na spol vprašanih: 83 % moških in 82 % žensk meni, da jim je okolje pomembno oziroma zelo pomembno. Tudi odgovori o nepomembnosti okolja se bistveno ne razlikujejo. Spremenljivki torej nista povezani.

Naj opomnimo, da vzorec zajema neprimerljivo več žensk (68 %) kot moških (32 %).

Naslednja odvisna spremenljivka, ki smo jo kombinirali z vprašanjem pomembnosti okolja, je stopnja izobrazbe. Rezultat prikazuje Graf 3.19:

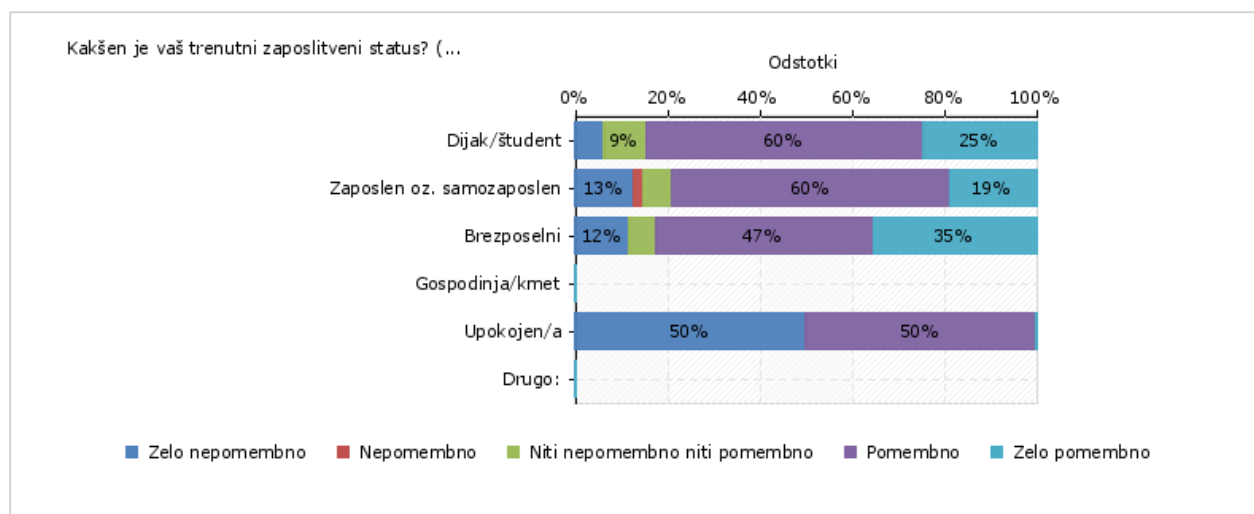
Graf 3.19: Pomembnost varovanja okolja glede na doseženo formalno izobrazbo



Tudi ti dve spremenljivki nista povezani, saj se glede na stopnjo dosežene izobrazbe bistvene razlike pri odgovorih ne kažejo. Največ vprašanih je končalo srednjo, višjo oziroma visoko šolo, delež pomembnosti okolja zanje pa se v večji meri ne razlikuje. Sicer smo pričakovali, da se z višanjem izobrazbe vprašanih tudi zavest o pomenu in varovanju okolja večja, kar pa se ni izkazalo za resnično.

Nadaljujemo z zaposlitvenim statusom vprašanih; Graf 3.20 prikazuje, da ni značilne povezave med obema spremenljivkama – vsem vprašanim je okolje večinoma (zelo) pomembno, ne glede na status. Le pri dveh upokojencih je razmerje pomembnosti 1 : 1, saj je enemu okolje zelo nepomembno, drugemu pa pomembno.

Graf 3.20: Pomembnost varovanja okolja glede na trenutni zaposlitveni status



Naslednji dejavnik, ki smo ga primerjali z obravnavano spremenljivko pomembnosti okolja, je kraj bivanja; kombinacija je predstavljena v Grafu 3.21.

Tabela 3.3: Pomembnost varovanja okolja glede na kraj bivanja

Kraj, kjer živite	Kako pomembno se vam zdi varovanje okolja v vašem vsakdanjem življenju? (Q5)					Skupaj
	Zelo nepomembno (1)	Nepomembno (2)	Niti nepomembno niti pomembno (3)	Pomembno (4)	Zelo pomembno (5)	
Lj					15 (22 %)	69
					2 (22 %)	9
M					3 (30 %)	10
Polenšak	0	0	0	1	0	1
Trbovlje	0	0	0	1	0	1
Fram	0	0	0	1	0	1
Mala Nedelja	0	0	0	1	0	1
Borovnica	0	0	0	1	0	1
Medvode	0	0	0	1	1	2
Domžale	0	0	0	1	0	1
Nova Gorica	0	0	0	1	0	1
Celje	0	0	0	3	0	3
Jesenice	0	0	0	1	0	1

Kidričevo	0	0	0	1	0	1
Kranj	0	0	0	1	0	1
Savci	1	0	0	1	0	2
Bohinjska Bistrica	0	0	0	1	0	1
Grosuplje	0	0	0	1	0	1
Trnovci	0	0	0	1	0	1
Lj					1	2
Nov					0	1
Ormož	0	0	0	0	1	1
Okolica Škofje Loke	0	0	0	0	1	1
Velenje	0	0	0	0	1	1
Gradišče	0	0	0	0	1	1
Brežice	0	0	0	0	1	1
Bresnica	0	0	0	0	1	1
Murska Sobota	0	0	0	0	1	1
Sv. Tomaž	1	0	0	0	0	1
Tržič	1	0	0	0	0	1
Sε					0	1
K					0	1
k					0	1
T					1	8
<i>Skupaj</i>	13	1	10	77	30	131

Kot smo ugotovili že pri pregledu demografskih značilnosti vzorca, največ vprašanih prihaja iz Ljubljane, sledita Maribor in Ptuj. Porazdelitev odgovorov je približno enaka za vsa tri večja mesta – okolje je vprašanim po večini (zelo) pomembno: 81 % vprašanim prebivalcem Ljubljane, 80 % Maribora ter 78 % Ptuja. Tudi ti spremenljivki, kot vidimo v Tabela 3.3, ne predstavljata medsebojne povezanosti. Lokacija bivanja torej ne vpliva na subjektivno oceno o pomembnosti okolja, saj so si podani odgovori med seboj podobni, večja odstopanja pa niso vidna.

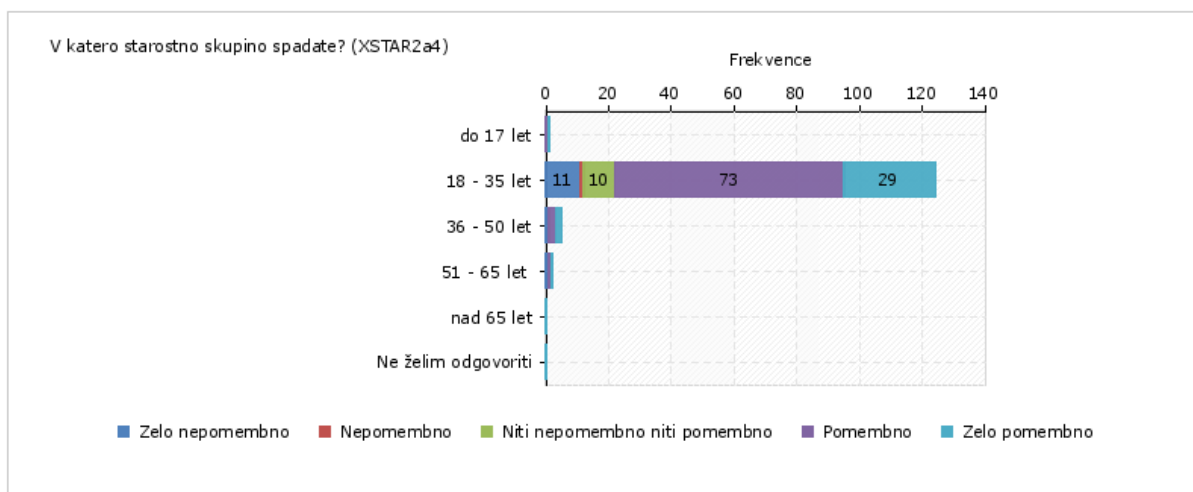
Za namene raziskave smo se odločili, da kot urbano okolje upoštevamo samo prestolnico države, medtem ko smo vse ostale kraje uvrstili v skupino manj razvitega območja Slovenije.

Porazdelitev prebivalcev je enakomerna; v Ljubljani biva 49 % vprašanih, v ostalih slovenskih območjih pa 45 %.⁴

Na podlagi te zastopanosti obeh skupin lahko naredimo preprosto primerjavo: kakšne so podobnosti oziroma razlike v pomembnosti varovanja okolja glede na kraj bivanja (torej urbano vs. ruralno oziroma prestolnica vs. manj razvita območja). 81 % vprašanih prebivalcev Ljubljane, prav tako pa 81 % vprašanih, ki prihajajo iz preostalih območij, je okolje pomembno ali zelo pomembno. Nepomembno ali zelo nepomembno je okolje 11 % vprašanim prebivalcem Ljubljane in 10 % vprašanim, ki prihajajo iz drugih območij Slovenije. Vidimo, da so si podatki zelo podobni za obe skupini glede na kraj bivanja. Spremenljivki nista povezani, tako da ne moremo reči, da obstajajo razlike me deležem pomembnosti okolja glede na kraj bivanja vprašanih.

Dejavnik starosti, ki smo ga prav tako kombinirali z obravnavano spremenljivko pomembnosti varovanja okolja, prav tako ne prinaša posebnih rezultatov, saj se je velika večina vprašanih uvrstila v starostno skupino 18–35 let. Starostne skupine med seboj niso primerljive, saj ne vsebujejo zadostnega števila respondentov.

Graf 3.22: Pomembnost varovanja okolja glede na starost



⁴ Ta informacija je bila predstavljena v podpoglavju 3.1.1.

Tabela 3.4: Pomembnost varovanja okolja glede na oceno socialnega statusa

Katera trditev velja za vas glede na vaš socialni status? (Q17)	Kako pomembno se vam zdi varovanje okolja v vašem vsakdanjem življenju? (Q5)					
	Zelo nepomembno (1)	Nepomembno (2)	Niti nepomembno niti pomembno (3)	Pomembno (4)	Zelo pomembno (5)	Skupaj
Živim zelo varčno (1)	3	0	1	1	0	5
Živim varčno (2)	0	0	1	21	14	36
Živim zmerno (3)	9	1	7	53	17	87
Živim razkošno (4)	1	0	1	2	0	4
Živim zelo razkošno (5)	0	0	0	0	0	0
Ne želim odgovoriti (6)	0	0	0	0	0	0
Skupaj	13	1	10	77	31	132

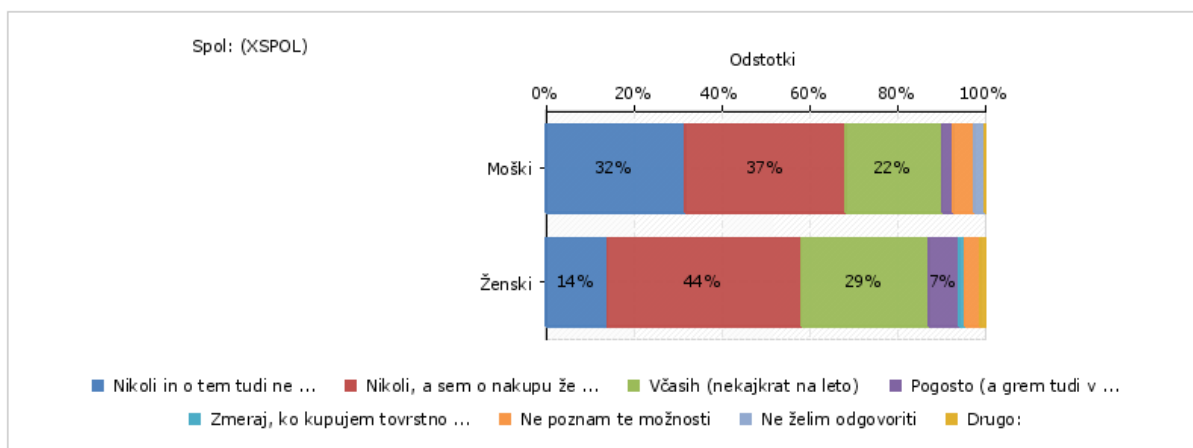
Tabela 3.4 prikazuje kombinacijo spremenljivk pomembnosti varovanja okolja in subjektivno oceno socialnega statusa. S to kombinacijo ugotavljamo, ali tisti, ki svoje življenje ocenjujejo kot bolj preprosto oziroma varčno, okolju dajejo večji pomen. Predvidevamo, da tistim, ki živijo bolj razkošno, okolje ni (zelo) pomembno. Večina respondentov pravi, da živi zmerno, le-tem pa je okolje (zelo) pomembno. Tisti, ki živijo varčno, prav tako dajejo okolju velik pomen. Tisti, ki živijo zelo varčno, pravijo, da jim okolje predstavlja zelo nepomemben vidik bivanja. Pri ostalih so odgovori razporejeni približno enakomerno.

Ponovno opozarjamo, da podatkov zaradi majhnega vzorca ne moremo posplošiti na večjo populacijo in da so ti podatki izključno informativne narave.

b) Nakupovanje rabljenega blaga

Naslednja spremenljivka, ki je pomembna za naše raziskovanje, je nakupovanje rabljenega blaga. Če pogostost nakupovanja rabljenega blaga kombiniramo s spremenljivko spol, vidimo, da prihaja do manjših razlik:

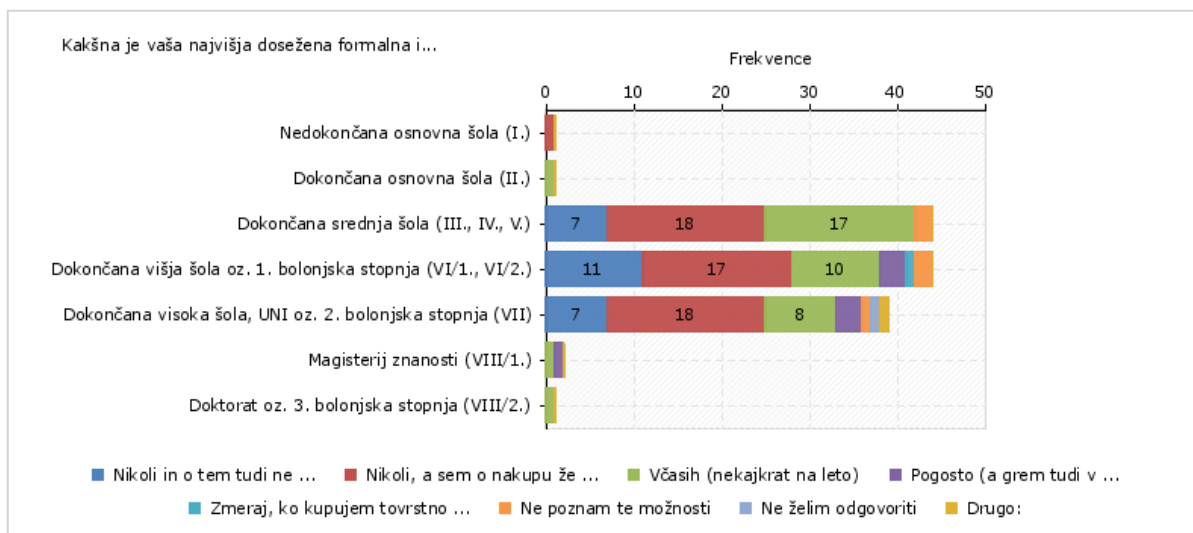
Graf 3.23: Pogostost nakupovanja rabljenega glede na spol



Graf 3.23 nam prikazuje, da je večji del moških, v primerjavi z ženskami, odgovorilo, da rabljenega blaga ne kupuje in o tem tudi ne razmišlja. To lahko povežemo z dejstvom, da prodajalne z rabljenim blagom v večji meri ponujajo blago za ženske – večjo izbiro oblačil najdemo za ženske, tudi čevljev in modnih dodatkov je več za ženske kot za moške. To pa verjetno izhaja iz splošno znanega dejstva, da so ženske tiste, ki so večji porabniki tovrstnega blaga. Nasprotno pa je več žensk, ki sicer rabljenega še niso nakupovale, a o tem razmišljajo. Prav tako so ženske tiste, ki v večji meri nakupujejo rabljeno blago – včasih, pogosto ali zmeraj. To vprašanje torej jasno kaže, da so v večini ženske tiste, ki so večje porabnice rabljenega blaga.

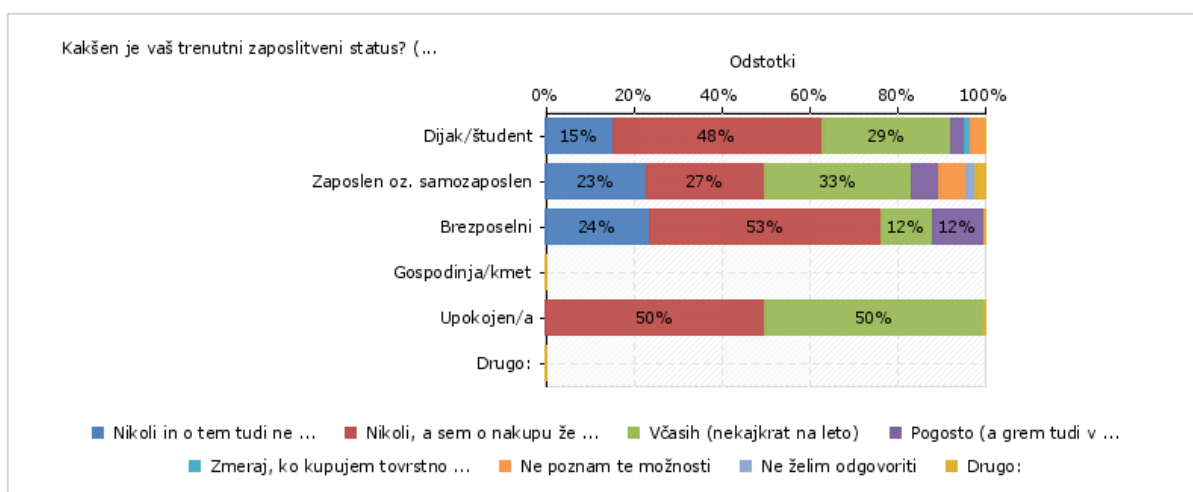
Nadalje smo spremenljivko pogostost nakupovanja rabljenega kombinirali z odvisno spremenljivko dosežene formalne izobrazbe. Kot je razvidno iz Grafa 3.24, se odgovori respondentov z različno stopnjo formalne izobrazbe ne razlikujejo – odgovori so približno enakomerno razporejeni med srednjo, višjo in visoko izobrazbo. Menimo, da izobrazba potemtakem ne vpliva na pogostost nakupovanja rabljenega blaga.

Graf 3.24: Pogostost nakupovanja rabljenega blaga glede na doseženo formalno izobrazbo



Naslednja spremenljivka, združena z obravnavano spremenljivko, je zaposlitveni status. Pričakovali bi lahko, da če je ekonomski razlog tisti, zaradi katerega vprašani kupujejo rabljeno, bodo v največji meri to blago kupovali brezposelni, ki imajo, predvidevamo, povprečno gledano najmanjši dohodek v primerjavi z ostalimi zaposlitvenimi statusi.

Graf 3.25: Pogostost nakupovanja rabljenega blaga glede na trenutni zaposlitveni status

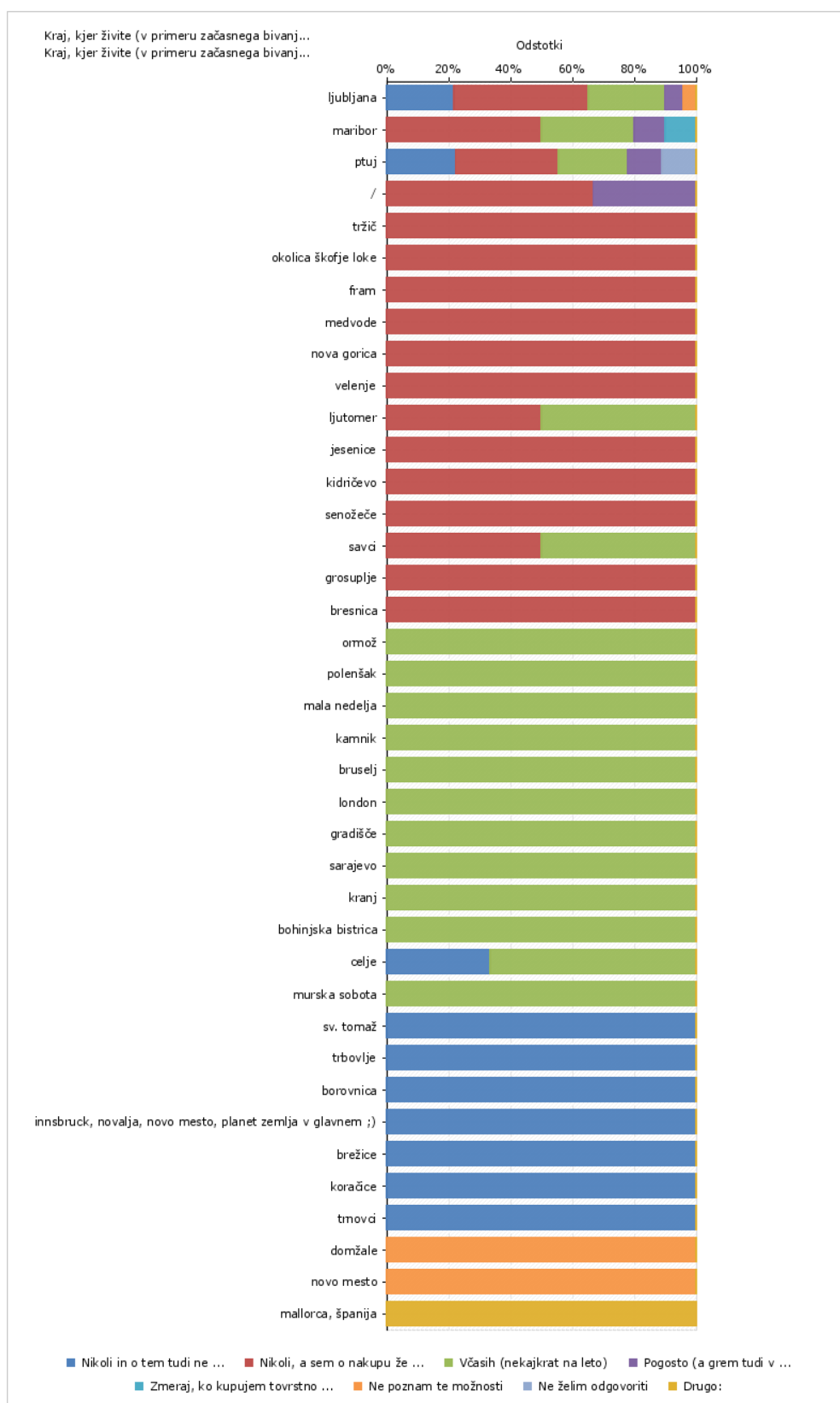


Graf 3.25 jasno ponazarja razporejenost odgovorov glede na zaposlitveni status, v odstotkih. Največ negativnih odgovorov (77 %), torej da nikoli ne kupujejo, smo dobili v skupini brezposelnih, kar je v skladu z našimi pričakovanji. Vendar pa smo največ pozitivnih odgovorov, torej da rabljeno kupujejo včasih, pogosto ali zmeraj, dobili s strani zaposlenih: 50 %. 50% pozitivnih odgovorov so nam dali tudi upokojenci, vendar ta podatek zaradi majhnega števila respondentov iz te skupine ($f=2$) ni relevanten. Zanimiv je tudi podatek, da

kar 63 % dijakov oziroma študentov nikoli ne kupuje rabljenega. Glede na trenutne modne smernice (*vintage* stil) bi bilo pričakovati večji delež mladih, ki se ravno zaradi sledenja modnim trendom poslužuje nakupovanja rabljenega blaga. Nasprotno je takšnih študentov oziroma dijakov samo 34 %. Naj se še dotaknemo statusa zaposlenih; 39 % zaposlenih kupuje rabljeno, 50 % pa ne – presenetljivo je, da so ti odstotki bolj v prid rabljenemu blagu kot pa podatki iz skupine študentov/dijakov.

Nadaljujemo s primerjavo obravnavane spremenljivke z dejavnikom kraja bivanja; glede na relativno veliko ponudbo rabljenega blaga v Ljubljani predvidevamo, da tisti, ki kupujejo rabljeno, večinoma prihajajo iz Ljubljane.

Graf 3.26: Pogostost nakupovanja rabljenega blaga glede na kraj bivanja



Na Grafu 3.26 so prikazane kombinacije kraja bivanja in pogostosti nakupovanja rabljenega blaga; zgoščene odgovore smo dobili za tri večja mesta: Ljubljana, Maribor, Ptuj. Največji odstotek tistih, ki rabljenega blaga ne kupujejo, je bil izkazan v Ljubljani (65 %), vendar sta ji Maribor (50 %) in Ptuj (55 %) blizu. Če pogledamo še nasprotni pol, tisti, ki rabljeno kupujejo (včasih, pogosto ali zmeraj), se 31 % nahaja v Ljubljani, 50 % v Mariboru in 33 % na Ptuj. Maribor torej, če primerjamo ta tri mesta, ki so dobila največje število zastopnikov, v največji meri kupuje rabljeno blago. Verjetno to izhaja iz dejstva, da je v Mariboru trgovina z rabljenim ne najbolj razširjena, ampak najbolj prilagojena profilu kupcev – razmerje med ceno in ponudbo je najboljše. Sicer je v Ljubljani več prodajaln rabljenega blaga, vendar so cene tega blaga v Ljubljani višje, saj je tudi blago, ki ga te prodajalne ponujajo, višje kakovosti oziroma bolj znane blagovne znamke. Naša predvidevanja so bila zmotna. Razlika med kraji obstaja tako v ponudbi blaga kot v ceni. Zato obstaja razlika tudi v profilu kupcev – v Mariboru nakupujejo večinoma domačini, medtem ko v Ljubljani v t. i. butikih rabljenega blaga, po besedah lastnikov prodajaln, nakupujejo tujci oziroma turisti.

Kombinacija obravnavane spremenljivke s starostjo (Graf 3.27) nam ne podaja posebnih rezultatov; večina respondentov se je uvrstilo v dve skupini: 18–35 let in 36–50 let. Odgovori znotraj teh dveh skupin so podobni, le da je v skupini 18–35 let več tistih, ki rabljeno blago kupujejo pogosto in zmeraj. Tukaj smo ponovno naleteli na problem pristranskega vzorca.

Graf 3.27: Pogostost nakupovanja rabljenega blaga glede na starost

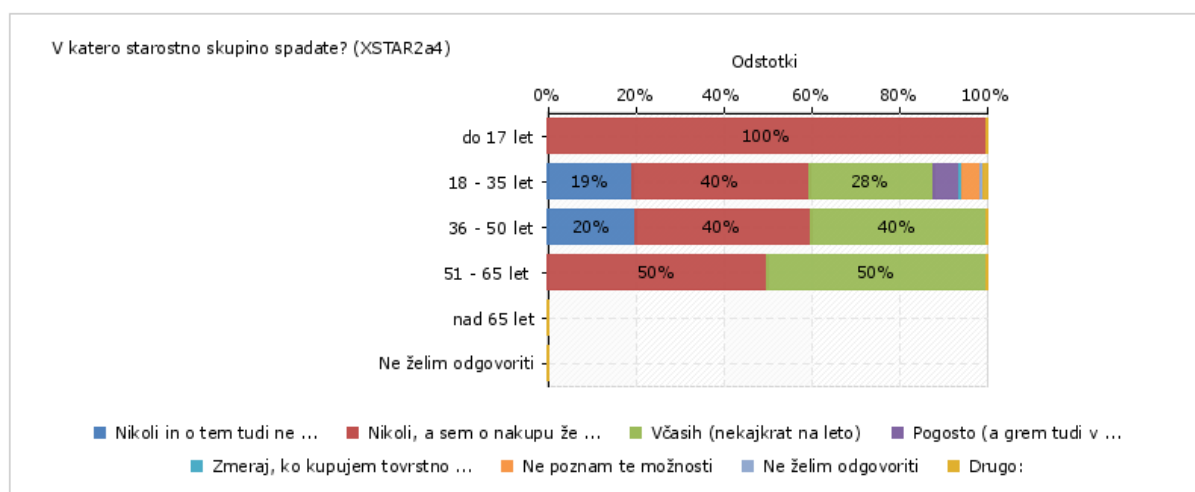


Tabela 3.5 ponazarja kombinacijo vprašanj o pogostosti uporabe rabljenega blaga s subjektivno oceno socialnega statusa.

Tabela 3.5: Pogostost nakupovanja rabljenega blaga glede na oceno socialnega statusa

Katera trditev velja za vas glede na vaš socialni status? (Q17)	Kako pogosto kupujete rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki)? (Q8)					
	Nikoli in o tem tudi ne razmišljam (1)	Nikoli, a sem o nakupu že razmišljal/-a (2)	Včasih (nekaj krat na leto) (3)	Včasih (nekaj krat na leto) (3)	Včasih (nekaj krat na leto) (3)	Skupaj
Živim zelo varčno (1)	0	2	3	0	0	5
Živim varčno (2)	1	18	10	4	1	34
Živim zmerno (3)	23	33	24	3	0	83
Živim razkošno (4)	1	1	1	0	0	3
Živim zelo razkošno (5)	0	0	0	0	0	0
Ne želim odgovoriti (6)	0	0	0	0	0	0
Skupaj	25	54	38	7	1	125

Največji odstotek respondentov, ki kupujejo rabljeno blago, se je uvrstilo v skupino, ki živi (zelo) varčno (od skupno 39 respondentov jih slaba polovica, 46 % ($f=18$;), nakupuje rabljeno). Nasprotno se je v skupino tistih, ki živijo zmerno, uvrstilo 83 respondentov, od njih jih 27 kupuje rabljeno (to je 31 % vseh iz te skupine). Predvidevali smo, da bo največ tistih, ki živijo varčno ali zelo varčno, kupovalo rabljeno, saj je ekonomski motiv po našem mnenju glavni motiv, ki kupce pripelje v prodajalne z rabljenim blagom. Na podlagi tega lahko vidimo, da to drži, saj si tisti, ki živijo zmerno, lahko privoščijo tudi novo blago (čeprav nekateri kupujejo tudi rabljeno). Menimo, da je ekonomski motiv tisti, ki kupce pripelje v prodajalne z rabljenim blagom. Vendar pa zaradi majhnega vzorca in lastne ocene ti podatki niso objektivno dejstvo.

3.2 KVALITATIVNA RAZISKAVA

3.2.1 Vzorec kvalitativne raziskave

Za namene kvalitativnega raziskovanja smo izvedli šest globinskih intervjujev, pri čemer sta dva intervjuja vključevala dve osebi. Celoten vzorec torej zajema mnenje osmih respondentov; sedmih žensk in enega moškega. Najmlajša respondentka je bila stara 21 let, najstarejša pa 69. Kot pregled celotnega vzorca nam služi Tabela 3.6:

Tabela 3.6: Podatki intervjuvancev

Intervjuvanec/-ka	Starost	Kraj bivanja	Kraj odraščanja	Status/Izobrazba
Intervjuvanka 1	26 let	Maribor	Okolica Ptuja	Študentka – absolventka/ Končana 1. Bolonjska Stopnja (VI/2)
Intervjuvanka 2	24 let	Maribor	Fram in Maribor	Študentka 2. Stopnje/ 1. Bolonjska Stopnja (VI/2)
Intervjuvanka 3	22 let	Ljubljana	Okolica Ljutomera	Zaposlena/Končana 1. Bolonjska Stopnja (VI/2)
Intervjuvanka 4	30 let	Ljubljana	Ljubljana	Zaposlena/Končana srednja šola (V.)
Intervjuvanka 5	31 let	Maribor	Okolica Ptuja	Študentka 2. Stopnje/ Končana 1. Bolonjska Stopnja (VI/2)
Intervjuvanec	28 let	Maribor	Okolica Bohinja	Zaposlen in študij ob delu/Končana UNI (VII.)
Intervjuvanka 6	69 let	Ljubljana	Ljubljana	Upokojenka/Končana srednja šola (V.)
Intervjuvanka 7	21 let	Ljubljana	Okolica Ptuja	Študentka 1. Bolonjske stopnje

Intervjuvance smo izbrali na podlagi predhodnega osebnega poznanstva, kar nam je omogočilo izbiro čimbolj raznovrstnih enot vzorca. Vendar pa je bilo pridobivanje vzorca omejeno, saj zaradi dolžine intervjuja ljudje pogosto niso bili pripravljeni sodelovati.

3.2.2 Analiza podatkov

Analiza primarnih podatkov, zbranih s kvalitativno raziskavo na podlagi globinskih intervjujev ter opazovanja z udeležbo, je potekala v več fazah:

- urejanje zbranih zapiskov s terena – opazovanje z udeležbo,
- transkripcija globinskih intervjujev,
- sortiranje, urejanje in kodiranje podatkov, pridobljenih z intervjuji,
- analiza podatkov in oblikovanje sklepov kvalitativne raziskave.

Zapiski s terena, pridobljeni na podlagi opazovanja z udeležbo, nam pomagajo k lažjemu razumevanju raziskovanega problema in nudijo dodatno podkrepitev ugotovitev, pridobljenih z intervjuji. V analizo jih bomo vključili sproti ter z njimi dodatno pojasnili izsledke intervjujev.

Kvalitativno raziskavo, izvedeno z globinskimi intervjuji, smo razdelili na tri vsebinske sklope:

- a) varovanje okolja;
- b) nakupovanje in kapitalizem;
- c) rabljeno blago.

Z intervjuji smo pridobili veliko količino neorganiziranih podatkov, ki jih je bilo treba analitično smiselno organizirati. Izpeljave tematske analize smo se lotili s pomočjo tematske mreže, ki nam kot vrsta kvalitativne analize na preprost in učinkovit način omogoča »metodično sistematizacijo pisnih podatkov« (Roblek 2009, 55–6). Smisel tovrstne analize je v formiranju skupka kategorij, v katere razvrščamo pridobljene podatke. Na ta način na podlagi dobljenih primarnih podatkov oblikujemo pomenske kode, ki jih uvrstimo v določene vsebinske teme.

Ključni proces analize predstavlja kodiranje podatkov, s katerim kompleksne kvalitativne podatke organiziramo v segmente oziroma jih povežemo »v vsebinsko in pomensko zaključene celote« (Roblek 2009, 57). Kode smo razdelili v že omenjene tri širše teme, ki predstavljajo posamezni skupek vsebinsko sorodnih si kod. Na podlagi te organizacije podatkov smo oblikovali tematske mreže; povezali smo širše teme ter tako oblikovali kratek pregled posameznih tem in idej iz nižjih ravni (Roblek 2009, 59). Na podlagi oblikovanih mrež, ki so nam služile kot orodje pri analizi, smo pripravili razlago in interpretacijo dobljenih podatkov. Tematske mreže naše kvalitativne raziskave so priložene v Prilogi Č.

Z induktivnim, odprtim kodiranjem prepisov intervjujev smo določili teme, ki smo jih v postopku urejanja pridobljenih podatkov zaznali kot pomembne in ki so se v intervjujih večkrat ponovile. Te teme predstavljamo *in vivo*, torej, kot razlaga Cresswell (2009), da zbrane podatke razdelimo v kategorije, ki jih poimenujemo z dejanskim izrazom respondenta:

- a) Ločevanje odpadkov, ponovna uporaba in varčevanje
- b) Kapitalizem – na dolgi rok to ne gre
- c) Prioritete nakupovanja: izgled in cena
- d) Rabljeno blago mi ni grozno, samo zdi se mi, da bi mi to mogoče morali biti
- e) Ljudje radi vzamejo rabljeno blago
- f) Urbani, ambiciozni, odprti, načelni
- g) Vse, kar je povezano z varovanjem okolja, se bo razvijalo

Tematske mreže, ki predstavljajo osnovni prikaz analize rezultatov kvalitativne raziskave, so priložene v Prilogi Č, interpretirano analizo po temah pa predstavljamo v naslednjem podpoglavju. Predstavljene teme in predstavljene izsledke raziskave smo podkrepili s konkretnimi pričevanji intervjuvancev. Poleg navedenih tem so intervjuvanci podali tudi dodatna mnenja in druge informacije, ki jih po potrebi omenjamo v sprotni analizi.

3.2.3 Rezultati raziskave

Rezultate raziskave predstavljamo v treh tematskih sklopih, v katere smo vsebinsko smiselno razporedili sedem prepoznanih ponavljajočih se tem (kod); povzemamo ključne izsledke raziskave in jih ilustriramo s konkretnimi izjavami vprašanih. Pomembne ugotovitve celotne raziskave, podkrepjene s teoretskimi deli, prikažemo v sklepu, ki celotno magistrsko delo povezuje v zaokroženo celoto.

a) Ločevanje odpadkov, ponovna uporaba in varčevanje

Izhodiščna tema vsakega posameznega pogovora je bil odnos do okolja ter njegovo varovanje. Vsi udeleženci raziskave, brez izjeme, so navedli, da jim je okolje pomembno. Gre za vidik kvalitete bivanja, saj je človek neposredno povezan z okoljem in je njegov obstoj celo odvisen od njega. V zadnjih letih, kot opaža Intervjuvanka 5, ena izmed udeleženk raziskave, je okolje odkrita tema družbenega ozaveščanja: »Včasih se to ni toliko ozaveščalo; ne, da nismo vedeli, ampak ni se ti zdelo pomembno«. Opaža torej povečanje zanimanja slovenske civilne družbe za varovanje okolja v zadnjih letih. Kljub temu pa izpostavi, kako aktivnost varovanja okolja v slovenskem prostoru zaostaja za drugimi državami: »Ampak, veš, zdaj smo še popolnoma na začetku s tem recikliranjem. Saj smo še komaj pri zbiranju zamaškov, mi smo še komaj pri ločevanju odpadkov. Saj smo še sto let za marsikom«. Tudi Intervjuvanka 2 se zaveda množičnega javnega ozaveščanja o varovanju okolja in to tudi podpira, Intervjuvanka 7 pa, na

primer, tudi sama z različnimi aktivnostmi prispeva k temu ozaveščanju: »/.../ zelo sem pomagala pri distribuciji teh košev za ločevanje. Zdaj mogoče ločuje pet družin več«.

Kot lahko vidimo že po teh navedbah, je bila prva asociacija vseh sogovornikov na temo varovanja okolja ločevanje odpadkov. Vsi sicer ločujejo odpadke, vendar noben popolnoma. Delno ločevanje je posledica neurejenega sistema ločevanja v Sloveniji; namreč, pomanjkanje kontejnerjev za določeno vrsto odpadkov v stanovanjskih naseljih. Intervjuvanka 1 celo izpostavi, da je ločevanje odpadkov bolj urejeno na deželi kot v mestu, čeprav bi bilo pričakovati obratno: »Na primer doma, čeprav smo na vasi doma, imamo vseeno kompost za biološke odpadke, posebno kanto imamo za papir, in vreče, v katere zbiramo plastiko. Pa je to vas. V nekem mestu bi se to bolj zbiralo, pa se ne. In mi je to res grozno, koliko tega vidim«.

Respondenti so podali prikrito kritiko splošnega sistema ločevanja odpadkov in nezaupanje vanj, najbolj neposredno pa je to izpostavil Intervjuvanec:

Problem je v tem, kaj se potem s temi odpadki zgodi. Če bi se to dejansko res vse predelalo in recikliralo, pa ločilo pa še enkrat uporabilo, bi bilo to /(ločevanje)/ smiselno delat. Tako pa, recimo, ti se nekaj trudiš, kaj pa potem ta podjetja naprej s tistimi odpadki naredijo, je pa druga stvar. Ja, pač ti narediš svoj del, ane. Ti se potrudiš, ločiš zadevo, naprej pa tako ali tako ti ne moreš vplivat na to, kaj potem naprej s temi odpadki naredijo.

Intervjuvanka 3 in Intervjuvanec poudarita, da kljub temu da slovenski sistem ločevanja odpadkov šepa, je pa to »en korak naprej; če ne drugo, se vsaj ljudje malo ozaveščamo. Ni pa to dovolj, bi lahko še malo bolj konkretno« ter »se mi zdi /.../ v redu, en korak naprej; če ne drugo, že sama promocija tega /recikliranja/«.

Prav tako so skoraj vsi navedli kritiko varovanja okolja s strani drugih ljudi: »Poleg tega me srce zaboli, ko grem mimo bioloških odpadkov, da nekdo meče notri nekaj drugega, kar ne spada tja. Ko nesem svoje biološke odpadke, si mislim, kako eni ljudje nosijo v nekih takih stvareh, ki se tako ali tako ne razgradijo« (Intervjuvanka 1). Intervjuvanka 5, poleg nekaterih ostalih, je dokaj zadovoljna s svojo aktivnostjo na področju varovanja okolja, se pa zaveda, da pa niso vsi ljudje tako: »Če bi se vsak toliko trudil, kot se eni trudimo, mogoče bi bilo vse skupaj veliko boljše«. Intervjuvanka 3 se zaveda, da bi k varovanju okolja lahko pripomogla v

večji meri: »/.../ se mi zdi, da za to naredim premalo. Lahko bi več, glede na to, da se vse začne pri posamezniku. Veliko stvari je, ki bi jih lahko več naredila, ampak jih ne, ker mi to otežuje bivanje«. Pri večini je torej prisotno zavedanje o možnosti (lastne) povečane aktivnosti v prid čistejšega okolja in varovanja narave.

Pomembna tema, ki smo jo, kot smo pravkar videli pri Intervjuvanki 3, pridobili sicer nenačrtovano in izluščili iz podanih odgovorov, je iniciativa posameznika; mnenja respondentov so deljena, saj nekateri menijo, da je posameznik tisti, ki ima moč, da spremeni stvari – da se sprememba začne pri enem človeku: »/.../ če si vsak zase misli, da se od enega ne bo nič poznalo, potem tako ali tako nihče ne bo. Masa /ljudi/ se nabere. Zato pa je tako slabo, ker vsi tako mislimo. Jaz pa vem, da lahko eden nekaj naredi. Včasih mi ljudje rečejo: Ja, kaj boš zdaj spremenila svet? Pač ne razumejo, da se pri enem začne sprememba«. Nasprotniki pa trdijo, da je posameznik nepomemben in nima vpliva oziroma možnosti za spremembo v primerjavi z množico: Sprememba se začne pri posamezniku, »ampak nasploh miselnost pa še ni tako daleč prišla. Lahko ti poskusiš in ti že začneš /.../, ampak preden se bo to tako uveljavilo, bo še trajalo nekaj časa« in, v povezavi z masovno potrošnjo, »/.../ da sam, kot eden, težko vplivaš na to. Lahko, ampak se to na masi ljudi, ki zraven tebe kupujejo, to ne pozna«.

Drugi načini, ki so jih vprašani v povezavi z varovanjem okolja še izpostavili, je skrb za čisto okolico; torej, neonesnaževanje okolice, ki jim je, kot smo posredno razumeli, skoraj samoumevna. Nadalje se poslužujejo ponovne uporabe ter varčevanja z naravnimi viri. Intervjuvanka 7 je svoje navade varčevanja naravnih virov (elektrike, vode) opisala kot »razumsko varčevanje«: z viri varčuje, vendar ne pretirava: »Torej, varčujem pri elektriki, ampak ne tako zelo, da pa ne bi gorele luči, če je temno« in »Ko si umivam zobe, vode seveda nimam prižgane, ampak ko se tuširam, se pa tuširam, ne pa, da bi stala pod vodo«. Podobno Intervjuvanka 4: »Rabiš, kolikor rabiš vodo, tudi nisi sto let pod tušem«.

Poleg navedenih načinov varovanja okolja, ki so bili neposredno izpostavljeni, smo ugotovili tudi druge, sicer manj pogoste načine ohranjanja okolja: ekološka čistila, ekološka hrana, ekološka kozmetika, uporaba izdelkov v razgradljivi embalaži, uporaba izdelkov brez odvečne embalaže.

Zanimivo je bilo spremljati, kako so se pogovori spontano razvijali, različno, glede na način razmišljanja sogovornika. Nekateri se nagibajo k iskanju rešitev problemov in to tudi jasno izražajo; prejeli smo nekaj konkretnih idej kako bi lahko izboljšali sistem varovanja okolja in pospešili razvoj le-tega; na primer:

- redarska služba za ločevanje odpadkov,
- javno sramotenje tistih, ki onesnažujejo,
- recikliranje embalaže v gradbene materiale,
- tekmovanje podjetij med seboj, katero je bolj eko,
- širjenje prakse ponovne uporabe rabljenega blaga ,
- bojkot izdelkov v neekološki embalaži,
- izključno kupovanje v eko prodajalnah,
- manjši izpust plinov (uporaba javnih prevozov),
- uporaba oblačil do konca in nakup le po potrebi.

Naslednja ugotovitev v pogovoru o varovanju okolja v povezavi z varčevanjem naravnih virov, ki se je pokazala spontano, je motiv za varčevanje naravnih virov, ki ni okoljski, temveč ekonomski: »Isto z elektriko, že iz ekonomskega vidika varčujemo. Če s tem še pomagamo okolju, zakaj pa ne« (Intervjuvanka 3); »Ja, /varčujemo/ že zaradi stroškov, pa tudi zakaj bi se to sploh porabljal, če ni treba« (Intervjuvanka 1). Na primer, iz pričevanja Intervjuvanka 6 ni bilo razbrati motiva za varčevanje, zato smo jo neposredno vprašali, ali je njen motiv za varčevanje bolj ekonomski ali bolj okoljski; oba motiva, pravi, obravnava enakovredno: »Mislim, da za oboje. Škoda se mi zdi, da gre ta voda, ko dež pada, /.../ kar tako v zemljo. To mi je škoda. S tem pa potem prihranim tudi pri porabi vode, pri računu za vodo«.

V pogovoru z udeleženci smo se dotaknili tudi teme o izvoru občutka za okolje; Intervjuvanka 6 meni, da je pozitiven odnos do okolja in občutek za varovanje okolja prirojen:

To mora biti v človeku; ali ima odnos do okolice in do narave ali pa ga nima. Težko je to enemu dopovedati. /.../ To je ne tako privzgojeno, ampak to je že v človeku. To ni, recimo, da bi mene mogla mama učiti, daj, to delaj, daj, to varčuj. Ne. To je iz mojega samega, iz mene. Pač, taki smo. Različni ljudje smo in jaz bi lahko kakšnemu ali pa

moji prijateljici še tako pripovedovala, naj varčuje, naj to, naj ono, naj špar;, ne da se, ne. Če en človek tega nima v sebi, ga ti ne moreš...

Nasprotno pa ostali pomen dajejo vzgoji: »/.../ tako v kakšnih organizacijah pač nisva, se pa pač malo kontroliraš, da poskusiš pustiti čim manj posledic na okolje. Tako smo bili vzgojeni. /.../ Ti lahko svoje otroke naučiš, pa mogoče boš še na koga vplivala, je pa res, da pa je to izbira posameznika. Eni že zdaj mečejo tam vse na tla, jaz pa od otroštva do zdaj pa nisem vrgel ene vrečke na tla. To je stvar vzgoje« (Intervjuvanec); »Me smo bile doma že tako vzgojene in če si tako vzgojen, se mi zdi, da to potem nekako tudi naprej preneseš« (Intervjuvanka 1).

b) Kapitalizem – na dolgi rok to ne gre

Naslednja tema, ki smo se je dotaknili v raziskavi, je dožemanje kapitalističnega sistema in odnos intervjuvancev do le-tega. Ta tema se nam zdi pomembna, da jo vključimo v raziskavo, saj trgovina z rabljenim blagom, ki je naša glavna tema raziskovanja, predstavlja alternativo modernemu potrošništvu, ki je ključno gonilo svetovnega kapitalističnega sistema.

V pogovoru z vsemi sogovorniki je bilo opaziti, da imajo izdelano mnenje oziroma so že poprej razmišljali o nakupovalnih navadah v kapitalističnem sistemu. Vsi se zavedajo množične potrošnje, ki spremlja kapitalistični sistem. Vendar pa to ne pomeni nujno, da se tudi aktivno trudijo kljubovati temu sistemu; glede tega so njihova mnenja in bivanjske navade različne.

Vendar pa je iz odgovorov vseh intervjuvancev bilo razbrati ostro kritiko vedenja ljudi, povezanega z nenasitnim in pretiranim nakupovanjem: »Zdi se mi, da nekateri pretiravajo v potrošnji. Preveč se obremenjujemo s tem, kako izgledamo, preveč časa preživimo v nakupovalnih središčih. Kot da nam je postalo glavno vodilo, da smo dobro oblečeni, pa da nekaj ni v redu z nami, če ničesar ne napravimo« (Intervjuvanka 2). »Ta potrošnja je stvar celega kapitalističnega sistema, ki, ne ravno, da te sili, noben ti s pištolo ne sili v glavo, da greš kupit nekaj, ampak toliko smo obdani s temi zadevami, pa reklamami, ane. Sam način življenja je pač tak, da moramo imeti te razne pripomočke in moraš it nekaj kupit, no« (Intervjuvanec).

Moderno potrošništvo je torej navada oziroma način življenja, ki, eno z drugim, potrošnikom domnevno zagotavljata udobje bivanja in ugodje, ki ga nudita nakupovanje in trošenje blaga. Sogovorniki se po večini zavedajo tega udobja; pri njih je prisotna zavest o udobju, ki ga kapitalistični sistem nudi potrošnikom. Vendar pa je prisotno tudi zavedanje o poslabšanju socialnega stanja nasploh; Intervjuvanka 6 na eni strani izpostavi današnje, »še težje /čase/, /... pa tudi taka brezposelnost je /.../. Potem, ti, ki gredo v pokoj, imajo nizke pokojnine, potem, tudi če imajo plače, imajo majhne plače, potem je ta neredna zaposlitev. /.../ zato, ker ljudje nimajo denarja«; po drugi strani pa ne razume tega udobja, ki ga sicer sistem nudi in ki si ga ljudje ne morejo privoščiti, a kljub temu trošijo po nepotrebem:

/T/o je nekaj čudnega. /.../ Danes, recimo, smo se slučajno srečali s temi sosedi v mestu, so pa rekli, oni grejo na kavo, jaz pa čaj, no, v redu in smo šli in smo ob dvanajstih komaj našli prost prostor /.../, to je bilo vse zasedeno. /.../ Danes je bilo vse polno, tako da jaz ne morem razumeti, sploh ne morem tega razumeti, da danes ljudje nimajo denarja, pa imajo avtomobile in toliko zapravijo za bencin pa za vse te servise po eni strani, po drugi strani pa jamrajo, da nimajo denarja. Jaz pa tega pa ne razumem. Čedalje bolj se vse draži in vidim, da tako, kot sem živela pred par leti, zdaj ne morem več.

Intervjuvanec sicer kapitalistični sistem zavrača: »Negativno bi ga ocenil, ker na dolgi rok to ne gre. Na dolgi rok sigurno, že če gledaš 'resource', ki so na zemlji, kdaj se bodo še Kitajci začeli v to spuščati; so se že, no. Amerika je tako ali tako že 100 let v temu, da je to masovna proizvodnja, Evropa tudi. Ne vem, no. Ne bo to šlo več tako naprej. Z reciklažo pa dejansko ne moreš predelati toliko materialov, kolikor jih mi porabimo. /.../ To ne gre skozi«. Ampak po drugi strani pa priznava »/.../ če bi moral izbirati, v katerem sistemu bi živel, nam je dejansko tukaj najlepše, konec koncev. Eden tam, kaj pa vem, v Severni Koreji... Saj so verjetno tudi srečni, ampak srečni so zato, ker drugega ne poznajo. Ti si enkrat v tem bil in bi pogrešal te zadeve«.

Zato Intervjuvanka 2 izpostavi pomen »zdravega kapitalizma«: podpira kapitalizem »koliko še je zdrav, ja. Sicer pa niti nimaš izbire, obleči se moraš. In če si ne znaš sam šivati, zna biti to problem«. Obenem se dotakne tudi širšega pogleda na kapitalistični sistem, torej s strani proizvajalcev oziroma prodajalcev:

Dejstvo je, da bo vsak, ki je lastnik neke firme, težil k dobičku. Če pa to preide v skrajnost, ko nakopiči to bogastvo in začne varčevati pri proizvodnji, pri razvoju tehnologije in pri delavcih, pa tega več ne odobravam. Sicer mi kot potrošniki ne moremo vedeti za vsakega proizvajalca, kakšen sistem ima. Pa tudi če bi hoteli, ne bi dobili vpogleda v realno stanje o podjetju. Bi pa bilo fajn, če bi podpirali domače proizvajalce. Res je, da so dražji, se pa pozna pri boljši kvaliteti.

Vprašani se tega zavedajo, a ne nujno tudi podpirajo; navajajo poceni in množično proizvodnjo kot problem kapitalizma; trije vprašani so eksplicitno navedli (Kitajska) izkoriščano delovno silo. »Je pa to /blago/ spodaj na Kitajskem proizvedeno; tam se tudi ve, kako so delavci plačani, in pravzaprav, kako je, in tudi ne moreš drugače« (Intervjuvanka 2); » /Kitajci delajo cele dneve/ za majhen denar, ja. Izkoriščana delovna sila je to« ter »/.../ kdaj se bodo še Kitajci začeli spuščati v to; so se že, no. Amerika je tako ali tako že 100 let v temu, da je to masovna proizvodnja, Evropa tudi«. Tudi Intervjuvanka 7 izpostavi ta problem: »Pa mi je prišlo na misel, o moj bog, kako grozno delamo na svetu s temi oblačili. Pa vse je tam narejeno v teh nerazvitih državah, kjer delavci niti niso plačani, pa v nemogočih razmerah delajo. Grozno.«

S tem je povezan komentar o odmiku od materialnega k duhovnemu in zavedanje o spremembi vrednot: » /.../ To je vedno tako: za ljudi bi tako ali tako bilo najboljše, da bi iskali svoje vrednote drugje. Da jih notranje lahko kaj drugega osrečuje, kot pa to, kar jim lahko samo to globalno potrošništvo nudi. So stvari, ki so v življenju veliko bolj pomembne kot to. Na primer, da poslušáš glasbo, ki te osrečuje, da se družiš s prijatelji, družino ... Mene zelo osreči, da imam svoj prostor, kjer lahko preberem dobro knjigo«. Tudi Intervjuvanka 7 se v pogovoru dotakne problema današnjih vrednot: »Ravno danes sva se s fantom pogovarjala o tem, da si mi uteho iščemo v materialnih stvareh. Tako da lahko v tem pogledu spremeniš to kapitalistično miselnost, da pač najdeš zadovoljstvo v drugih stvareh, na primer šport, kakšne duhovne stvari, da duhovno premagaš ta materializem«.

Vendar pa Intervjuvanec eksplicitno izpostavi dve prednosti kapitalističnega sistema, medtem ko se ostali osredotočajo predvsem na kritike in kapitalizem dojemajo negativno: »Poleg udobja, ki je glavna prednost tega, je recimo tudi konkurenca. In konkurenca ni slaba stvar.

Samo če bi začeli malo bolj poudarjat te eko zadeve, bi lahko podjetja med sabo tekmovala, kdo bo bolj eko.

Prav vsak od vprašanih se poslužuje vsaj enega načina potrošnje, ki predstavlja alternativo masovni potrošnji:

- podarjanje povrtnin, oblačil,
- *vintage* sejmi,
- nakup in uporaba steklene embalaže namesto plastične,
- ponovna uporaba embalaže,
- nakup in/ali uporaba rabljenega blaga,
- uporaba eko zelenjave,
- nošnja oblačil do konca oziroma uporaba odsluženih oblačil v gospodinjstvu,
- Naredi sam (ang. *Do It Yourself*).

c) Prioritete nakupovanja: izgled in cena

Splošnega načina nakupovanja smo se v raziskavi dotaknili na kratko, saj za naše raziskovanje ni zelo pomembno; je pa dovolj pomembno, da se ga dotaknemo, saj je neposredno povezan s temo raziskovanja – nakupovanje rabljenega blaga.

Dejavniki, ki vplivajo na izbiro blaga vprašanih, se med seboj razlikujejo. Zato prioritet, ki jih sogovorniki izpostavijo, ko gre za nakupovanje blaga nasploh, nismo povezali med seboj, saj so bili odgovori zelo različni: od izgleda preko cene do kvalitete oziroma porekla blaga. Menimo, da so ti različni dejavniki vezani na trenutne prioritete v življenju oziroma na trenutno življenjsko situacijo, v kateri se vprašani nahajajo. Na primer, Intervjuvanec pravi:

Cena (smeh). Trenutno cena. No, če bi pa imel malo več izbire, kar se financ tiče, da bi si lahko privoščil tudi kaj drugega, da cena ravno ne bi bila najbolj pomemben dejavnik ... Ja ne vem, kakovost izdelave verjetno. Ker si sit teh čevljev, ki ti razpadejo po enem mesecu. Pa dizajn. Saj, kdo si pa hoče grde čevlje kupiti ... Kaj pa je od tega bolj pomembno, hja, če bi bili grdi čevlji, pa dobro narejeni, pa eni lepi čevlji, pa malo manj dobro narejeni, bi si jaz verjetno lepe čevlje kupil. Pač, če bi si lahko to

privoščil. Trenutno mi je prioriteta cena, potem pa dizajn in kvaliteta sta pa nekje približno na istem mestu. Pri oblačilih isto.

Intervjuvanki 1 je na prvem mestu izgled:

Prvo kot prvo je najprej izged. To je tisto, kar najprej vidiš; mora ti neko oblačilo biti všeč in te mora pritegniti. Drugo, kar je, mi je tudi material zelo pomemben. /.../ In pa kvaliteta. Ja, seveda je pomembna pri tem. Če hočeš, če ti je iz prve nekaj zelo všeč, pa da vidiš, da ti bo čim bolj dolgo držala. Ne kupuješ si ti za kratek čas. Tako da, potem je vredno dati malo več denarja, ampak zdaj ne vem kakih oblek pa si seveda zdaj tudi ne bi mogla privoščiti – trenutno brez neke redne zaposlitve in redne, dovolj visoke redne plače...

Ne glede na njihove prioritete pri nakupovanju se pa vsi strinjajo, da ljudje s svojim potrošniškim vedenjem in nakupovanjem lahko vplivamo na okolje. Delno z manj porabe in posledično manj nakupovanja, delno s spremembo nakupovalnih navad (k bolj okolju prijaznim), največ pa s ponovno uporabo.

d) Rabljeno blago mi ni grozno, samo zdi se mi, da bi mi to mogoče moralo biti

Vsi sogovorniki so podali sicer pozitiven odnos do rabljenega blaga; menijo, da je ponovna uporaba dobra alternativa nenasitni potrošnji. V splošnem nimajo predsodkov pred uporabo rabljenega blaga; vendar so tri respondentke navedle svoje zadržke glede uporabe rabljenega blaga. Intervjuvanka 2 meni, da »včasih imamo ljudje ravno tisti nek predsodek, da je rabljeno«. Pravi, da jo moti, od kot blago prihaja: »To ja, kje je bilo, ne. Kako se je to pralo vse skupaj ... Ne vem, ne vem ... Tako malo ... Vseeno si raje neko novo, pa vem, da samo jaz nosim. Zdaj tako od družine, od sestre rada ne nosim. Mislim, si ne posojava tega. Tako pa že, vem, če si sposodi od mene, že potem malo manj rada nosim. Pač imam rada svoje stvari. Tako da, zdaj, če bi še od nekoga čisto xy nosila, mi je tako ... če že ne nosim od družine ...«.

Pri Intervjuvanki 2 torej zasledimo popoln zadržek glede uporabe rabljenih oblačil oziroma obutve, kljub temu pa podpira trgovino rabljenega blaga kot alternativo moderni potrošnji. Intervjuvanka 7 in Intervjuvanka 1 imata, recimo, zadržke do uporabe točno določenih izdelkov: spodnjega perila. »Potem sem razmišljala, če bi si jaz kdaj /rabljene/ kopalke kupila ... Kaj pa vem, kopalke imaš vseeno tako direkt na kožo in na teh intimnih predelih. To pa mi

je bilo tako malo nehigiensko, moram reči. Saj se opere, ampak to pa bi vseeno ostala pri teh reprodukcijah«. Tudi Intervjuvanka 7 navaja podobno:

Imam /predsodek/. Pred spodnjim perilom. Pa če bi zdaj tako mogla reči, pred majicami tudi, ampak kupila sem pa brez problema in nosim tudi. Zdi se mi samo, da bi lahko imela, da bi morala imeti predsodek pred tem. Saj mi ni grozno, samo zdi se mi, da bi mi to mogoče morali biti. Pred spodnjim perilom imam predsodek, ker ga vseeno nosimo na intimnih predelih. /.../ Predsodek imam, ker spodnje perilo jemljem zelo intimno in se mi ne bi zdelo v redu, da je že nekdo to nosil.

Kljub temu pa Intervjuvanka 7 nima zadržka, ko spodnje perilo posodi komu, ki ga pozna (sestri, prijateljici), v primeru, če le-ti pri njej prespita. Pravi: »Ja, to mi pa ni tako grozno, ker vem, kdo so«. Strinja se, da ji je pomembno, kdo to uporablja.

Na to Intervjuvanka 5 odgovarja: »Tako ali tako cunjo opereš, zlikaš. Kašno vezo ima, kdo jo je prej nosil, tudi če je imel uši. Glej, če je bilo oprano, zlikano, je vseeno«. Ta komentar Intervjuvanke 5 izraža racionalno interpretacijo rabljenega blaga, ki je popolnoma logična in razumljiva, vendar pa ni nujno, da le-ta lahko nadomesti iracionalno. Seveda se Intervjuvanka 7, Intervjuvanka 2 in Intervjuvanka 1, ki izražajo zadržke, zavedajo, da so rabljena oblačila oprana in čista (mogoče celo bolj čista od tistih, ki jih nova kupi v običajni prodajalni), vendar pa kljub temu tega zadrža ne morejo preseči.

Pri motivih za nakupovanje rabljenega tistih, ki rabljeno kupujejo (razen Intervjuvanke 6 in Intervjuvanke 2), smo zaznali kar nekaj motivov, ki vprašane pripeljejo do zanimanja in nakupovanja rabljenega blaga, dva sta pomembnejša in ju posebej izpostavljamo.

Prvi motiv, ko smo ga zaznali, je stil. Oseba ima razvit določen modni stil, ki je povezan z rabljenim oziroma *vintage* blagom. Intervjuvanka 3 pravi: »Meni je ta stil všeč. Pa še ceneje po navadi. /.../ Ta *vintage* stil se zdaj nosi, če je pa res staro, ima še pa toliko večjo vrednost«. Intervjuvanka 3 omeni tudi, da ima precej prijateljic, ki kupujejo rabljena oblačila in to zaradi stila. Tudi Intervjuvanka 7 priznava, da ima izoblikovan *vintage* modni slog:

Bolj je vintage /modni slog/, ja. Pa še boljše je, če so oblačila prav starinska. Ampak jaz si mogoče nisem toliko upala in sem si kakšen kos vseeno kupila novo, ampak starinsko mi je pa seveda super. Nisem si upala, da bi se v celoti oblekla starinsko, v

original. Da je vsaj nek kos, ki se vidi, da je kupljen v trgovini. Tako da ni preveč vintage in ne izgleda osladno. Tako se meni zdi, da boljše izgleda. /.../ Torej, če je iz druge roke, je veliko krat staro, original starinsko, in ja, to predstavlja moj stil.

Intervjuvanka 1 pravi, da *vintage* sicer ni njen način življenja: »Jaz se čisto normalno oblačim, ker v službi ne morem teh stvari imeti, ampak je pa to to, kar mi je bilo vedno všeč. In če bi imela veliko denarja, bi se definitivno tako oblačila. Ampak to je res povezano z nekimi zelo velikimi financami«.

Z modnim slogom je povezana tudi unikatnost rabljenih izdelkov. Intervjuvanka 1 primerja pretekle čase z današnjimi:

Drugače iz stvari ni bilo še takšne uniformiranosti, se mi zdi, razširjene, kot je danes. Ko vsaka peta punca ima že to isto stvar na sebi, če greš po ulici. Ja, seveda mi je unikatnost pomembna; da je nekaj posebnega, ampak mora mi biti všeč. Meni je zanimivo, ko si že tako bolj unikaten, ker nimamo nekih takih velemest, kjer bi lahko videl veliko takih različnih stilov, ki jih ljudje nosijo. Tam je vseeno ogromno ljudi, ki se na tak način oblačijo in ni tam nekaj posebnega. Pri nas pa še vseeno je bolj.

Tudi Intervjuvanka 7 pove podobno: »Meni je to nek čar. Ker nikoli ne veš, kaj boš v H&M-u dobil in to vsi dobijo, to imajo vsi lahko. Ti pa lahko ustvariš nekaj novega, najdeš nek v redu kos in ga dopolniš k svojemu stilu. /.../ Unikatnost, ja. Sicer moj namen ni, da sem posebna. Ampak s tem pač izražam stil«.

Intervjuvanka 7 in Intervjuvanka 1 približno enako dojemata rabljeno blago: obe imata občutek, da blago, ki je bilo že poprej rabljeno, v sebi nosi nek čar:

Neko dušo, se mi zdi, imajo ta oblačila. Nekaj čisto drugega. Si lahko predstavljaš, na primer to, da je tukaj (pokaže na spodnji rob obleke) gor zarobljeno. Veš, ali si je ona prejšnja lastnica prilagodila to dolžino. /.../ Lahko si zamišljaš kakšne zgodbe ... To se mi zdi tako intimno. Pa se mi zdi to fajn, ne. /.../ Tako da tista vintage original stvar ima tako ali tako nek svoj pozitivni pridih. Ker to je neko oblačilo, ko je iz pristnega časa, materiali so čisto drugačni, kvaliteta, se mi zdi, je veliko boljša.

Tudi Intervjuvanka 7 verjame v zgodbo, ki jo nosijo rabljene stvari: »Ampak, a ni zanimivo, da ima ta broška ali tista torba svojo zgodbo in jo nosi. In ti je ne boš nikoli vedel«.

Drug pomemben motiv za obisk prodajalne in nakup rabljenega blaga je cena:

Po navadi imajo v trgovini z rabljenim blagom cenejše stvari. Drugič pa, najdeš včasih kakšno zanimivo stvar, ki pa je pri novih nimaš. Enostavno greš pogledat, pa vidiš, če ti kaj odgovarja. Pa še v redu cene so. Mogoče je tudi kvaliteta boljša. So primeri, ko imaš blagovne znamke, ki jih lahko dobiš veliko ceneje kot pa novo. Po mojem mnenju najprej gledaš na ceno. Pa če greš pogledat v Second-hand, saj te nič ne stane, mogoče pa najdeš kaj zase. (Intervjuvanka 5)

Tudi Intervjuvanka 3 meni, da so rabljeni izdelki cenejši, Intervjuvanka 7 tudi eksplicitno to izpostavi: »Ja, zato, ker je pač finančna kriza in je rabljeno cenejše. Čeprav ni toliko ceneje, da bi bil to razlog za nakupe rabljenega. No, recimo, da je še vseeno ceneje. Ne sicer zelo, ampak vseeno. Čeprav glede na kvaliteto je poceni rabljeno blago. Ker staro je boljše kvalitete. Čeprav bi si človek pa mislil, da bo še ceneje, ker je vseeno rabljeno«.

Varovanja okolja smo se lotili že poprej, vendar ga tukaj predstavljamo kot motiv za nakupovanje rabljenega. Vprašani menijo, da za nakupe rabljenega blaga okoljski motiv ni primaren; svoje motive je Intervjuvanka 7 lepo predstavila: »V redu mi je, ker mi je nek čar, ker grem s sestro in se še poleg malo podružiš. Pa v redu mi je, ker bolj mojemu stilu pristaja. Ker je bolj kvalitetno, pa tudi zato, da ne bom rabila kupiti novih stvari in ne bodo rabili za mene proizvesti ene nove majice. Pač, vsega po malo. Je okoljski vidik tudi, ni pa primarno vodilo«. Tudi Intervjuvanka 6 se zaveda, da poceni, množično proizvedeno blago ni usluga okolju: »/.../ Tako da ljudje še nimajo...oni rajši hodijo po teh nakupovalnih centrih. To kitajsko robo, recimo, sploh pa ti mladi pa to, ki je tudi zelo poceni. In potem to kupujejo. In to potem pač nosijo eno sezono in potem zavržejo. Se pravi, ampak ne delajo pa s tem usluge, pač ekološko pa ni to, da kupuješ te poceni stvari pa jih potem zavržeš kar tako«.

Poleg teh pomembnih motivov smo zasledili še druge, obstranske motive:

- druženje,
- socialni vidik do drugih (v primeru podarjanja rabljenih stvari),

- boljša kvaliteta starih izdelkov.

e) Ljudje radi vzamejo rabljeno blago

Vsi razen ene vprašane, ki nima izkušenj z rabljenim blagom, so navedli svoje izkušnje:

Intervjuvanka 6 sicer občasno od koga vzame podarjeno rabljeno blago, a ga večkrat podari. Kupi pa rabljenega blaga ne. Obiskala je boljše sejme in prodajalne z rabljenim blagom, pri čemer je boljši sejem opisala bolj kot negativno izkušnjo, saj, kot pravi,

Pa na tistem boljšem trgu so pa zelo, ker tudi ena moja prijateljica, ene par jih je hodilo prodajat, zelo dosti prodajali. Za majhen denar. Tam je šlo pa bolj kot v teh trgovinah, ki so tukaj v mestu, na tistih 'bolšjakih' so šle pa zelo v promet. Oblačila. Sploh pa moška oblačila, ženska ne toliko. Sploh pa južnjaki pa to so zelo kupovali in za domov dol pošiljali. Ampak res je bila pa taka cena mizerna. /.../ Tudi tisti so denarno slabo stoječi, ki grejo to kupovat. Sigurno. Ampak tam je, mogoče, da ti ljudje niti... ker te trgovine, secondhand, te so bolj fini, ali pa kakšni taki komadi ali pa kosi, bolj tako, tukaj v Nebotičniku, recimo, bolj priznanih modnih kreatorjev, pa je mogoče malo višja cena. Tam na bolšjaku na Rudniku pa dobiš vse. Ne samo znamke. Pa res poceni. Ampak tam hodijo ljudje, ki si pač ne morejo kupiti pa potem grejo tja in tam kupijo.

»Če gledam konkretno, v te trgovine z rabljenim blagom zelo malo ljudi zahaja, kakor sem jaz videla, to je vse prazno«. Te prodajalne je obiskala, a ni nič kupila, ker ni našla ničesar, kar bi ji ugajalo. Pravi:

Šla sem pa že v trgovine, te secondhand, sem že hotela, da bi kakšno stvar kupila, ampak mi nobena stvar takrat ravno ni odgovarjala. Enkrat sem bila na Trubarjevi pa na Gosposki je tudi ena pa v pasaži Nebotičnika. Tudi to sem šla pogledat. Konkretno bolj za ples, to sem šla pa bolj za ples, za kakšno krilo ali kaj takega, kakšen zgornji del, ker bi mi to prav prišlo, ampak pač nisem dobila. Šla pa sem pogledat in bom tudi še šla. Sem tudi zainteresirana, če bom dobila, bom kupila.

Intervjuvanka 3 v izmenjavi rabljenega blaga sodeluje na različne načine: Vintage sejmi (Park Tabor, Ljubljana, kjer je imela izredno pozitivno izkušnjo); želela je podariti Karitasu, a je naletela na negativen odziv, saj zahtevajo vsa podarjena oblačila čiščena v čistilnici; boljši

sejem, za katerega pravi, da so prodajali samo 'odpad', samo neuporabne reči. Konkretno je izpostavila razliko med boljšimi sejmi in *vintage* sejmi:

Pa zadnjič sva bila v Park Tabor, tam so imeli večinoma oblačila. Mislim, da je vsako prvo soboto v mesecu. Tam so pa res lepe stvari bile, take res vintage. Pa tudi taki ljudje to prodajajo, na nivoju. Tam na boljšem sejmu pa, grdo rečeno, kot da Romi pridejo prodajat svoje stvari, ki niso več uporabne. Tega ne prodajajo, ker bi se jim zdeli v redu, da to nekdo ponovno uporabi. To prodajajo, ker pač potrebujejo denar. Velike razlike so med obema vrstama sejma.

Intervjuvanka 4 je kot otrok s starši kupovala rabljeno smučarsko opremo, kar je bilo zanjo pozitivna izkušnja. Pozitivno izkušnjo je doživela tudi v prodajalni z rabljenimi oblačili za otroke. Zase rabljenega še ni kupila nič, je pa vzela, če je od koga kaj dobila. Prav tako je prispevala za zavetišče živali, preko pasjega foruma – za dobrodelne namene.

Intervjuvanka 7 ima izkušnje v prodajalnah z rabljenim blagom, izredno pozitivne; obenem pa je že od malih nog prejemale rabljena oblačila od sorodnikov in jih nosila.

Intervjuvanka 1 rabljeno nakupuje preko slovenske spletne strani Mojbutik.com ter tuje Etsy.com, kjer ima pozitivne izkušnje; prav tako si sama predela kakšno oblačilo. Bila je tudi v več prodajalnah z rabljenim blagom, kjer pa je doživela tako pozitivno izkušnjo kot negativno: »Tam mi je bilo grozno. Tam se mi je zdelo, kot da /so/ iz ene stare babičine omare in res niso bile privlačne«.

Intervjuvanka 5 si je že od malih nog oblačila in obutev izmenjevala v družini in jih dobila od sorodnikov. Prav tako je obiskala dve prodajalni z rabljenim blagom v Mariboru, kjer je pridobila v večini pozitivne izkušnje.

Intervjuvanec rabljeno blago velikokrat vzame od sorodnikov in ponosi, z nakupom pa izkušenj nima.

Intervjuvanka 2 še rabljenega ni kupila, tudi od družine ni dobila ničesar rabljenega oziroma ni nosila, če je dobila.

Nobeden vprašani, ki nakupuje rabljeno v slovenskih prodajalnah, s ponudbo rabljenega blaga ni zadovoljen: »Jaz nimam ničesar dovolj v Sloveniji, meni je grozno! (smeh) Vedno, ko grem

kam v tujino še vedno malo na internetu preverim, če imajo kakšne *vintage* prodajalne ali *secondhand*« (Intervjuvanka 1). Tudi Intervjuvanka 3 je podobnega mnenja: »Ne, mi je premalo. Ne najdem stvari, ki bi si jih želela«. Intervjuvanka 7 pa pri rabljenih oblačilih izpostavi problem konfekcijskih števil: »Včasih bi si želela več števil oziroma večji rang števil, ker ta oblačila od starejših je kar veliko oblačil v velikih številkah«.

Ravnokar smo se že dotaknili negativnih kritik slovenskih prodajaln z rabljenim blagom: preslaba ponudba in pomanjkanje konfekcijskih števil. Slednje je pri rabljenem blagu težko rešljiv problem, saj je ravno to delno tudi smisel rabljenega blaga: unikatnost. Gre za rabljene izdelke, ki so edinstveni, saj, prvič, v preteklosti množična proizvodnja ni bila v tolikšnem obsegu kot danes, in drugič, tudi če je kakšen izdelek obstajal v različnih velikostih, se je čez čas to ali uničilo ali porazgubilo.

Naslednja kritika vprašanih se dotika obiskanosti prodajaln z rabljenim blagom: respondenti menijo, da so prodajalne prazne, prav tako pa tudi navajajo neangažiranost ljudi za nakupe kot posledica neopaznosti prodajaln z rabljenim blagom. To je povezano z negativno kritiko oglaševanja, ki jo je lepo strnil Intervjuvanec: »Medtem ko pa, če pa govorimo o teh *secondhand* trgovinah z oblačili, te bi imele možnost, se mi pa zdi, da se to nič ne oglašuje, nič se ne ve o tem, ni jih veliko. Ne vem, marketing jim zelo šepa, če mene vprašaš. /.../ Tako da to se mi zdi res čudno, zakaj ne uvedejo malo bolj konkretnega marketinga«.

Intervjuvanka 5 je tudi omenila kritiko, da nekateri poslovni subjekti, ki poslujejo z rabljenim blagom, oblačila dobivajo oziroma odkupujejo od organizacij, ki so ljudem predstavljene kot 'dobrodelne': »Meni je tam, kjer je druga trgovina, gospa rekla, ker sem šla vprašat, če tudi odkupujejo oblačila, je rekla da ne, da gredo na Humano in si tam poberejo oblačila. Da si sami izberejo, kaj bodo vzeli. Na Humani. Oblačila dejansko odkupijo od Humane. Saj ni čudno, da so takšna oblačila ... Ker v Humano pa res ljudje dajejo bolj ko ne odpad«.

Vprašani so se glede ene prodajalne z rabljenim blagom v Ljubljani strinjali tudi, da prodaja slabo blago, da je v njej čuden vonj po starih oblačilih in da jim je bil obisk tega lokala izredno slaba izkušnja.

Pozitivna kritika vprašanih pa se nanaša na same izdelke v ponudbi v določenih prodajalnah, češ da so bolj 'fini' (Intervjuvanka 6) artikli, torej izdelki bolj priznanih blagovnih znamk.

Tudi ohranjenost izdelkov je bila navedena kot pomembna pozitivna kritika: »/.../ skoraj sploh ne veš, da so rabljene stvari« (Intervjuvanka 5). Ena respondentka je podala tudi pozitivno kritiko Centrov ponovne uporabe, ki so se v obliki socialnih podjetij začela pojavljati po celotni Sloveniji in kjer interesi lahko kupijo različne izdelke: oblačila, izdelke za dom, pohištvo.

V povezavi z rabljenim blagom so dobili tudi dve konkretni ideji za izboljšanje stanja rabljenega blaga:

- da se rabljeno promovira kot 'fino' blago oziroma izmenjava tovrstnega blaga kot 'fina' storitev: »Po mojem bi morali ljudem promovirati na način, da je to dejansko dobra, 'noble' zadeva. Zdaj dojemamo to kot, če nimaš denarja za novo, greš tja« (Intervjuvanka 3);
- da se lotimo organiziranega zbiranja rabljenega blaga – oblačil – v Sloveniji in v tej branži postanemo samozadostni.

V pogovorih smo opazili tudi splošno opazko, da se v prodajalnah rabljenega blaga veliko kupuje zaradi finančne krize. Intervjuvanka 6 je eksplicitno izpostavila 'te čase', s čimer je imela v mislih težke čase z visoko brezposelnostjo, nizke pokojnine in neredno zaposlitev z nizkimi plačami ter posledično manjšo sposobnostjo trošenja. Zato Intervjuvanka 6 meni, da so alternativne vrste trošenja, predvsem posluževanje uporabe rabljenega blaga, posledica težkih socialnih razmer. Tudi Intervjuvanec in Intervjuvanka 5 posredno uporabo rabljenega blaga povežeta s situacijo 'imeti manj denarja'. Sicer opazamo, da je težko materialno stanje v Sloveniji v intervjujih bilo omenjeno in ga je bilo čutiti v določenih pogovorih, vendar pa to še zdaleč ne predstavlja pomembnega dejavnika za uporabo poprej že rabljenega blaga.

f) Urbani, ambiciozni, odprti, načelni

V pogovorih smo se s sodelujočimi dotaknili tudi njihovega mnenja in predvidevanja o drugih ljudeh; vprašali smo jih, kakšni so, po njihovem mnenju, ljudje, ki kupujejo oziroma uporabljajo rabljeno blago. S tem smo želeli dobiti splošen vpogled v dožemanje drugih v povezavi s prakso rabljenega. Odgovori so bili različni; samo pri eni vprašani je bil glavni

razlog za uporabo rabljenega socialen – zaradi težkih socialnih časov ljudje iščejo poceni izdelke in radi vzamejo rabljeno blago.

Drugi so izpostavili več lastnosti, ki smo jih povezali v eno: lastnost 'drugačnosti'. Druge ljudi, ki se poslužujejo alternativ potrošniški praksi, so opisali kot »imajo svoj stil« (*vintage*), »urbani«, »ambiciozni«, »študenti«, »načelni«, »z izoblikovanim mišljenjem«, »odprti za nove stvari«, »brez predsodkov«, »ki razmišljajo s svojo glavo«, »ki se zavedajo pozitivnih učinkov uporabe rabljenega«, tudi premožnejši (ker so rabljeni izdelki drugačni izdelki, ki jih ne dobiš v ponudbi novega blaga). Tako iz lastne izkušnje kot tudi iz pričevanja vprašanih smo oblikovali sklep, da v prodajalnah rabljenih oblačil kupujejo tudi ljudje srednjih let in ne samo mladi, kot bi bilo glede na trenutne modne smernice in materialne razloge pričakovati. Sicer se prodajalne s ponudbo rabljenega blaga med seboj razlikujejo; naša opažanja so že bila predstavljena, podrobneje pa so predstavljena skupaj z našo izkušnjo s terena v Prilogi E.

g) Vse, kar je povezano z varovanjem okolja, se bo razvijalo

Zadnja tema, ki smo se je lotili v pogovorih, in zaključna tema, ki jo predstavljamo v naši raziskavi, je prihodnost, ki se obeta alternativam moderni potrošnji. Mnenje sodelujočih se razlikuje, zato ni bilo mogoče potegniti vzporednic med njihovimi odgovori. Iz tega razloga na kratko predstavljamo vse ideje in vsa mnenja, ki smo jih pridobili.

Vsi vprašani se strinjajo, da alternativno potrošnjo čaka svetla prihodnost in da je nadaljnji razvoj samo še vprašanje časa. Dobili smo štiri glavne teme, ki predstavljajo razlog oziroma vzroke, zaradi katerih se bodo, po mnenju vprašanih, te prakse razvijale in se bo njihova uporaba širila.

Trenutno ljudje naj še ne bi bili pripravljeni na zmanjšanje potrošnje v prid okolja, saj nam je udobje, ki ga nudi potrošništvo in današnji način življenja, pomembnejši. Miselnost ljudi naj še ne bi bila tako 'daleč', da bi se začeli množično zavedati negativnih vplivov, ki jih ima množično potrošništvo na okolje. Vendar pa se bo, glede na začetke ozaveščanja o okolju, slej ko prej v večji meri začelo razvijati vse, kar je povezano z ohranjanjem okolja. Vendar pa bo tudi ponudba izdelkov in storitev, ki jih alternativne prakse nudijo, morale zadostiti potrebam potrošnikov. Poleg tega je tudi 'finančna kriza' tista, ki bi lahko vzpodbudila razvoj alternativne potrošnje, saj so, če se navežemo na uporabo rabljenih izdelkov, le-ti v primerjavi

z novimi, primerljivimi izdelki, cenejši. Vendar pa ne smemo pozabiti tudi dejstva, da so novi, sicer nekvalitetni, izdelki tudi zelo poceni – to pa zaradi blagovne prenasičenosti in poceni proizvodnje v nerazvitih ali razvijajočih se državah. Prav tako imajo ljudje v tem trenutku najbrž še vedno predsodke o rabljenem, češ da je 'umazano'. To je ena izmed zavor, ki pa se ga lahko z izdelanim marketingom premaga.

V očeh vprašanih je razvoj alternativnih praks v prihodnje možen, če ne celo zagotovljen; očitno se, kot smo lahko posredno izluščili iz njihovih odgovorov in razmišljanj, obeta 'okoljska revolucija', ki jo bodo spremljale spremenjene bivanjske in življenjske navade potrošnikov, s poudarkom na praksah varovanja okolja.

4 SKLEP

Naša študija trgovine z rabljenim blagom bazira na vprašanju motivov za nakup tovrstnega blaga. Z raziskavo smo ugotovili, da ne glede na to, kako velika ali majhna je raziskovana družba – in slovenska družba je majhna –, le stežka natančno določimo razloge za določeno vedenje posameznikov, saj gre za ekstremno kompleksen pojav. V naši raziskavi smo se lotili samo motivov za nakupovanje rabljenega, nismo pa obravnavali dejavnikov, ki na motive vplivajo, saj bi bila naloga v tem primeru preobširna.

Narava izbranega raziskovalnega problema je takšna, da v večji meri zahteva kvalitativno raziskavo in manj kvantitativno, zato bo preverba hipotez in raziskovalnega vprašanja temeljila predvsem na podatkih, pridobljenih s kvalitativno raziskavo.

Razlogi za nakupovanje rabljenega blaga so se na podlagi našega vzorca fiksirali na dva motiva: stil in ceno. To sta tudi dva glavna motiva, na podlagi katerih bi lahko oblikovali tipe profilov kupcev rabljenega blaga: tisti, ki kupujejo rabljeno zaradi modnega sloga in unikatnosti, ter oni, ki ga kupujejo iz materialnih razlogov, torej, ker je rabljeno blago cenejše. Seveda sta v večini primerov oba motiva prepletena, vendar pa eden zmeraj prevladuje.

Pri teh, ki rabljeno kupujejo zaradi unikatnosti in stila, se pojavlja mnenje, da imajo rabljena oblačila neko zgodbo, dušo, ki jo nosijo v sebi. Blago ima, tako kot ljudje, socialno življenje. Kot je razlagal že Simmel (v Appadurai 1988, 3), vrednost predmetov ni njihova naravna lastnost, temveč razumevanje teh predmetov s strani ljudi daje predmetom njihovo vrednost. Ljudje so torej tisti, ki predmetom pripišejo vrednost.

Ljudje, ki kupujejo rabljeno blago v prestolnici, so 'drugačni': »imajo svoj stil«, so »urbani«, »ambiciozni«, »študenti«, »načelni«, »z izoblikovanim mišljenjem«, »odprti za nove stvari«, »brez predsodkov«, »ki razmišljajo s svojo glavo«, »ki se zavedajo pozitivnih učinkov uporabe rabljenega«, tudi premožnejši. S tem se strinja tudi okoljska strokovnjakinja dr. Marinka Volk (Val 202 2012), ki omeni tudi Centre ponovne uporabe, ki ponujajo rabljeno pohištvo; največ kupcev tovrstnega blaga je, pravi, dobro situiranih in izobraženih, saj so le-ti odprti in brez predsodkov. Kot ugotavlja tudi Williams (2003), je sodelovanje v alternativnih potrošniških praksah pogosto prostovoljno izbrano, vendar samo s strani relativno premožnih udeležencev, medtem ko relativno prikrajšana populacija v teh oblikah nakupuje zaradi ekonomske nuje. Potrošniki pogosto zavestno izberejo, da ne želijo biti del (potrošniškega)

sistema in sebe izberejo kot nasprotnika dominantne potrošniške kulture, katere obstoj in vpliv je izven dosega njihovega nadzora (Dobscha v Cherrier 2009, 182). Odpor proti dominaciji, torej v našem primeru množični potrošnji, izvajajo posamezniki, ki so neodvisni ustvarjalci in njihov odpor ni proces pridobivanja moči nad dominantnim, temveč notranji proces samo-presoje in samo-izražanja (Bordieu v Cherrier 2009, 182).

Tako iz lastne izkušnje kot tudi iz pričevanja vprašanih smo oblikovali sklep, da v prodajalnah rabljenih oblačil kupujejo tudi ljudje srednjih let in ne samo mladi, kot bi bilo glede na trenutne modne smernice in materialne razloge pričakovati. Z drugo zastavljeno hipotezo smo preverjali, ali v *razvitem delu Slovenije mladi do 35 let kupujejo rabljeno blago predvsem zaradi originalnosti in možnosti izražanja sebe*. Tisti mladi, ki se nakupovanja rabljenega blaga poslužujejo v Ljubljani, so »urban/i/, ambiciozn/i/, študirajo, z nekimi svojimi načeli, ambicijami, ki jim sledijo. Pa tudi z izoblikovanim mišljenjem« (Intervjuvanka 3). Tudi v kvantitativni raziskavi se je pokazalo podobno: tisti mladi, ki rabljeno blago nakupujejo v Ljubljani, so v 72 % navedli, da je njihov razlog nakupovanja rabljenega unikatnost, s katero oblikujejo ali dopolnjujejo svoj stil.

Ljubljana kot prestolnica privablja turiste, ki iz tujine prinesejo nove trende in nove navade, ki se ali obdržijo ali ne. V tujini je trgovina z rabljenim blagom zelo razširjena in velja za priljubljen modni trend, kar se je preneslo tudi v Ljubljano, od koder se širi naprej v manj razvita območja. Ljubljana pa ni samo slovenska prestolnica mode, ampak tudi študija, preko katerega se mladi bodoči intelektualci osebno razvijajo in si oblikujejo svoj stil, s katerim želijo izstopati. To pa dosežejo z unikatnostjo, ki je, kot smo že ugotovili, glavni motiv mladih za nakup rabljenega blaga.

Unikatnost izdelkov je bila zmeraj dodana vrednost izdelkov, saj so bili izdelani ročno, iz posebnih materialov ali na poseben način, zato so se tovrstni edinstveni izdelki zmeraj gibali v cenovno višjih razredih. Zaradi težke dostopnosti edinstvenih izdelkov so se pojavile ideje o samoprodukciji, kjer so si posamezniki na svoj način izdelali ali predelali blago. V zadnjem času se je zelo razmahnila tudi ideja Naredi sam (ang. *Do It Yourself*), ki pa po ugodnih cenah omogoča edinstvenost, saj si posamezniki izdelke izdelujejo sami.

Z analizo podatkov raziskave smo ugotovili, da imajo vprašani večinoma pozitiven odnos do rabljenega blaga, se pa kljub temu pojavlja en predsodek: higienski. Kljub temu da se

posameznik zaveda svojega (neutemeljenega) predsodka, pa pogosto racionalna razlaga in interpretacija ne nadomesti iracionalne. Gre za kompleksne psihološke zadržke, ki jih je tudi z razumskimi razlagami težko premagati.

Na tem mestu naj se dotaknemo drugega dela raziskovalnega vprašanja, ki zadeva *motive ljudi, ki jih od nakupa rabljenega blaga odvrnejo*. To vprašanje je jasno prišlo do izraza v kvantitativni raziskavi, kjer smo v analizi vzorca 75 ljudi ugotovili, da jih največ (41 %) od nakupa rabljenega odvrne predsodek; torej, da je bil izdelek poprej že uporabljen.

V intervjuju za Petkovo izvidnico Vala 202 je okoljska strokovnjakinja dr. Marinka Volk razložila, da so predsodki do odpadkov, pa tudi do rabljenega blaga, vezani na vrsto predmeta in izobrazbo ljudi (Val 202 2012); kot je njene besede lepo povzela Klančar (2012, 18): »Bolj ko so potrošniki izobraženi, višje so uvrščeni na finančni lestvici, manj predsodkov imajo«. Sodelujoči v naši raziskavi menijo, da se Slovencev držijo še nekateri predsodki in strahovi, kar izdaja slovensko 'tradicionalnost' ali celo 'konservativnost'. Volkova meni, da je s predsodki ljudi povezana identiteta, saj veliko ljudi še vedno izraža negativen odnos do rabljenega in meni, da jih rabljeno blago identificira. Potrošnik s porabo določenega blaga ta predmet vključuje v svojo osebno in družbeno identiteto (Gell 1988, 112) in tako predmeti, ki jih potrošnik (up)porablja, 'determinirajo' njegovo identiteto in s tem ustvarjajo njegovo podobo. Materialno blago na sploh (ang. *material goods*) ima kulturni pomen in je pomembno znamenje družbenih odnosov; ponazarja torej pomemben dejavnik družbene razporeditve oziroma razvrstitve ljudi. Predstavlja družbeno identiteto posameznikov, saj dejansko uporabnost predmeta nadgradi s simboličnim pomenom komunikacije posameznikov med seboj kot znakov pripadnosti določeni družbeni skupini (Lury 2011).

Vendar pa vedno več mladih tudi v Sloveniji rabljeno blago izkoristi za gradnjo svojega modnega stila; Volkova to poveže z izgradnjo pozitivne identitete (Val 202 2012) in tako potrdi ugotovitve naše raziskave, da nakupovanje rabljenega blaga ni nujno povezano samo s socialno šibkejšimi, ampak ga nekateri uporabijo za oblikovanje svoje identitete.

Druga skupina kupcev rabljenega blaga se nakupovanja le-tega poslužuje zaradi materialne nuje oziroma ker so rabljeni izdelki cenejši. V raziskavi smo naleteli na mnenje, da se rabljeno blago veliko kupuje zaradi finančne krize, ker ljudje 'nimajo denarja'. Matej Gjurin, direktor prodajalne z rabljenim blagom Gvant, je za Val 202 povedal, da je svojo prodajalno

odprl v času krize in da le-ta na prodajo naj ne bi vplivala (Švalj 2012). Eurostat (v Bratanič 2014) je z analizo raziskave pokazal, da je v letu 2008 v prodaji rabljenega blaga bilo dejavnih 0,84 % evropskih podjetij, v Sloveniji je ta delež dosegel 0,15 %. Kot na podlagi raziskave Eurostata navaja Bratanič (2014), se »v/ treh letih krize /.../ deleži niso drastično spremenili«. Do leta 2011 je na področju prodaje rabljenega blaga delež evropskih pravnih oseb narasel na 1 %, slovenskih podjetij pa na 0,19 %. Ta delež trgovine z rabljenim blagom v Sloveniji predstavlja 0,006 % vseh prihodkov, ustvarjenih s trgovsko dejavnostjo (prav tam).

Podhipoteza o trgovini z rabljenim blagom v Sloveniji, ki naj bi se, kot smo predvidevali, *pojavi kot odziv na svetovno ekonomsko krizo po letu 2008*, smo delno preverili skozi empirično, delno pa skozi teoretsko analizo. Na podlagi kvalitativne analize smo lahko posredno povezali informacije, pomembne za preverjanje te podhipoteze: nekateri kupci rabljenega blaga le-to kupujejo zaradi ekonomskih razlogov, saj je rabljeno blago v primerjavi z novim cenejše. Ljudje se tega poslužujejo, saj si nekateri novih izdelkov ne morejo privoščiti, nekateri si jih pa ob védenju, da jih lahko dobijo ceneje, ne želijo 'privoščiti'. Sodelujoči v raziskavi so večkrat omenili težko finančno situacijo slovenskega gospodarstva in posledično tudi potrošnikov. Sklepamo, da se je finančno stanje Slovencev od začetka finančne krize pa do danes poslabšalo in to poslabšanje finančne situacije gospodinjstev bi lahko pripeljalo do večjega povpraševanja po rabljenem blagu v primerjavi s časom pred krizo. Seveda pa ni nujno, da je to edini razlog za pojav in vedno večji razmah trgovine z rabljenim blagom na slovenskem trgu.

Vendar pa glede na dejstvo, da se je finančna kriza začela leta 2008 v Združenih državah in da je bil takrat zaradi začetega negativizma o gospodarstvu zabeležen tudi porast prodaje in povpraševanja po rabljenem blagu, menimo, da Slovenija temu v letu 2008 še ni sledila, saj gre za kompleksne družbene pojave, ki za uveljavitev zahtevajo čas (Moore v Klančar 2012, 8).

S krajevno primerjavo prodajaln in izjavami intervjuvancev smo ugotovili, da je cena najpomembnejši dejavnik kupcev, ki prihajajo iz manj razvitih slovenskih območij. Ponudba izdelkov je temu tudi prilagojena, saj v prodajalnah z rabljenim blagom v Mariboru, na primer, najdemo običajne izdelke srednjega in nižjega cenovnega razreda, ki stilsko niso posebni. Zato je tudi cena izdelkov zelo nizka. *Ekonomski motiv* v večini primerov torej je

prevladujoč razlog za odločitev o nakupu rabljenega blaga pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije.

Vendar pa je vidna razlika tako v obsegu kot v odnosu do blaga med manj razvitimi območji in Ljubljano, ki kot slovenska prestolnica ponuja rabljene izdelke višjega cenovnega razreda in posebne kose. Tukaj ni toliko v ospredju materialni vidik, ampak že sama ponudba rabljenih oblačil izdaja profil kupcev, ki gradijo na svojem stilu. Direktor prodajalne z rabljenim blagom Matej Gjurin pravi, da v njegovo prodajalno prihajajo ljudje vseh starosti in slojev, »p/redvsem /pa/ tisti, ki ne gledajo samo na ceno, ampak tisti, ki iščejo nekaj drugačnega – in kakovost« (Švalj 2012).

Še vedno pa, kot je povedala lastnica ene *vintage* prodajalne v Ljubljani, njeno prodajalno večinoma obiskujejo tujci (turisti). Vprašani iz naše raziskave ugotavljajo, da trgovina z rabljenim blagom v Sloveniji še ni zelo razvita, da so prodajalne z rabljenim blagom prazne, prav tako pa tudi navajajo neangažiranost ljudi za nakupe kot posledico neopaznosti lokalov s ponudbo rabljenega blaga. Res je sicer, da trgovina z rabljenim blagom v slovenskem prostoru še vedno zaostaja za tujino, je pa Ljubljana v primerjavi z drugimi območji Slovenije za odtenek bolj odprta; kot za Val 202 ugotavlja Tjaša Gračner, ena izmed organizatork *Vintage* Vikenda, so »v/časih /.../ imeli ljudje še zadržke pred stvarmi 'iz druge roke', zdaj pa se je ta trend iz evropskih prestolnic prenesel tudi v Ljubljano« (v Švalj 2012). Volkova razlaga, da v tujini, v Evropi in zlasti v Združenih državah, trgovina z rabljenim blagom strmo narašča, predvsem zato, ker naj bi ljudje dojemali, »da ni smisel v materializaciji« (Val 202 2012); pri nas pa, ugotavlja, smo nenasitni in materialnim dobrinam dajemo veliko pozornosti (prav tam).

Množična potrošnja je pri Slovencih kljub 'krizi' še vedno prisotna, kar se odraža v ljudi polnih nakupovalnih centrov in hierarhiji, bazirani na materialnih dobrinah. Pridobivanje dobička sicer je, kot je ugotovil že Weber (2002), bistvo kapitalizma, ki je tudi način življenja, vendar obsega svoje dolžnosti in etiko. S kapitalizmom močno povezan asketizem oziroma puritanizem, ki ga Weber v svoji Protestanstki etiki in duhu kapitalizma (prav tam) razlaga, sta vezana na z etiko povezane vrednote, ki pa se v modernem kapitalizmu izgublja.

Moderna potrošnja daleč prestopa meje zadovoljevanja osnovnih človekovih potreb (Kurdija 2000), na katerih je temeljil Webrov kapitalizem. Želja je tisti pojem, ki označuje novo dobo potrošnje, saj je želja tisti bistveni, osnovni stimulus, ki potrošnika vodi v nakupovanje, ne da

bi bila vezana na sam objekt poželenja. Sodobna potrošnja torej ni vezana na dobrine same, temveč na željo, ki se v novi obliki pojavlja vedno znova. Porabništvo tako postaja »poglavitni način identitetne komunikacije, življenjski stil pa znakovni mehanizem družbenega povezovanja in razlikovanja. Identitete fiksiramo v proizvodih, ki jih kupujemo in jih nato uporabljamo kot identitetne znake, kot znake razločevanja in solidarnosti /.../« (Rener 1998, 18).

Alternativne potrošniške prakse so, menimo, način za vrnitev h kapitalizmu, kot ga je dojemal Weber, saj te prakse s svojo racionalnostjo peljejo kupce nazaj k bistvu: uporabnosti. Trgovina z rabljenim blagom, konkretno, napeljuje k ponovnemu osmišljanju še uporabnih predmetov, kar izraža razumsko in logično dožemanje materialnih dobrin.

Okolje smatra za pomembno zelo velika večina sodelujočih v obeh naših izvedenih raziskavah. Vedno bolj se družbeno ozavešča pomen okolja za človeka in s tem pridobiva na rednosti tudi t. i. etična potrošnja. Ta omogoča potrošnikom, da se prepoznajo kot sestavni del globalne trgovine in potrošniške družbe, torej kot potrošniški subjekti ter obenem kot nosilci odgovornosti za (ne)podporo izdelkom ter posredno kot potencialni aktivisti (Clarke in drugi 2007). Etični potrošnik je jasno določena identiteta, ki vključuje preudarno uporabo informacij o pravični trgovini oziroma o atipičnih rešitvah, ter sprejema tehtne odločitve o svojih nakupih in porabi (Fraj in Martinez 2007). Dr. Marinka Volk, ki se z okoljskimi vidiki porabe ukvarja več kot 15 let, je izpostavila, da v zadnjem času opažajo porast rabljenega blaga tudi zaradi ozaveščenosti o varovanju okolja (Val 202 2012). Izvedena raziskava, ki jo predstavlja dr. Volkova (prav tam), je pokazala, da je okrog 15 % ljudi, ki bi jih bilo sram kupovati rabljeno blago, 7 % pa bi bilo nerodno. To je skupno petina vseh vprašanih, ostali glede rabljenega blaga nimajo zadržkov (prav tam).

Zadnja hipoteza je bila, da je v *razvitem delu Slovenije pri kupcih rabljenega blaga okoljski motiv za nakup rabljenega blaga verjetnejši kot pri kupcih iz manj razvitih območij Slovenije*.

Dr. Volkova se je v intervjuju posredno dotaknila te teme in povedala, da je okoljska zavest pomemben dejavnik za nakupovanje rabljenega, poleg tega pa izražanje naklonjenosti okolju prepoznavna kot način izražanja osebne identitete (Val 202 2012).

Ne trdimo, da na manj razvitih območjih okoljska zavest ne obstaja, smo pa mnenja, da v velikih mestih obstaja večja verjetnost onesnaževanja, saj je za mesta značilna večja gostota prebivalstva; možnost za promocijo varovanja okolja in potreba zanjo je zato večja in, kot je omenila že Volkova, so kupci rabljenega blaga večinoma dobro situirani in bolj izobraženi, ki so tudi bolj dovzetni za dobrobit okolja. Sicer na zelo majhnem vzorcu, pa vendar je tudi naša kvantitativna raziskava pokazala, da je v primerjavi z manj razvitimi območji več sodelujočih iz Ljubljane, ki so kot razlog za nakup rabljenega med drugim omenili tudi okoljski motiv.

Okoljski motiv za nakupe rabljenega blaga ni primaren razlog, ki kupce pripelje v tovrstne prodajalne. Sodelujoči so mnenja, da ljudje trenutno še niso pripravljeni na zmanjšanje potrošnje v prid okolja, saj jim je udobje, ki ga nudi potrošništvo, pomembnejše.

Raziskovanje teme, ki je bila v Sloveniji predhodno le malo raziskana, je velika prednost, saj nam je tuja teoretična in praktična osnova po eni strani predstavljala osnovo za pisanje in raziskovanje, po drugi strani pa gre za študijo, ki v slovenskem prostoru še ni bila izvedena. Izvesti raziskavo na celotni slovenski populaciji je bila naša začetna želja, vendar kot taka preobsežna za tovrstno akademsko delo. Zato je bilo nujno, da se osredinimo na manjši vzorec in z danimi sredstvi poskušamo priti do za nadaljnjo raziskovanje čim bolj uporabnih zaključkov.

5 LITERATURA

- Albinsson, Pia A. in B. Yasanthi Perera. 2012. Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour* 11 (4): 303–315.
- Appadurai, Arjun. 1988. Introduction: commodities and the politics of value. V *The social life of things: commodities in cultural perspective*, ur. Arjun Appadurai, 3–63. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Bauman, Zygmunt. 1998. *Work, consumerism and the new poor*. Buckingham: Open University Press.
- Black, Iain R. in Helene Cherrier. 2010. Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: Daily practices, contextual motivations and subjective values. *Journal of Consumer Behaviour* 9 (6): 437–453.
- Bratanič, Jan. 2014. Prodaja rabljenih oblačil ostaja nišna dejavnost. *Dnevnik*, 17. marec.. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/posel/novice/prodaja-rabljenih-oblacil-ostaja-nisna-dejavnost> (18. november 2014).
- Campbell, Colin. 1998. Skrivnost in moralnost modernega potrošništva. *Družboslovne razprave* 14 (27/28): 11–25.
- 2001. *Romantična etika in duh sodobnega porabništva*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Cayseele, P. Van. 1993. Lemons, Peaches and Creampuffs: the Economics of a Second-Hand Market. *Tijdschnft voor Economie en Management* 38 (1): 73–85.
- Creswell, John W. in Vicki L. Plano Clark. 2007. *Designing and Conducting Mixed Method Research*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Cherrier, Helene. 2009. Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. *Journal of Business Research* 62 (2) 181–190.
- Clarke, Nick, Clive Barnett, Paul Cloke in Alice Malpass. 2007. Globalising the consumer: Doing politics in an ethical register. *Political Geography* 26 (3): 231–249.

Edwards, Tim. 2000. *Contradictions of consumption: concepts, practices, and politics in consumer society*. Buckingham (UK); Philadelphia: Open University Press.

Farrant, Laura, Stig Irving Olsen in Arne Wangel. 2010. Environmental benefits from reusing clothes. *The International Journal of Life Cycle Assessment* 15 (7): 726–736.

Fox, Arthur H. 1957. A Theory of Second-Hand Markets. *Economica* 24 (94): 99–115.

Fraj, Elena in Eva Martinez. 2007. Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *International Journal of Consumer Studies* 31 (1): 26–33.

Gell, Alfred. 1988. Newcomers to the world of goods: the Muria Gonds. V *The social life of things: commodities in cultural perspective*, ur. Arjun Appadurai, 110–38. Cambridge; New York: Cambridge University Press.

Gregson, Nicky in Louise Crewe. 1998. Dusting down Second Hand Rose: Gendered identities and the world of second hand goods in the space of the car boot sale. *Gender, Place and Culture* 5 (1): 77–100.

--- 2003. *Second-hand cultures*. Oxford, New York: Berg.

Haralambos, Michael in Martin Holborn. 2001. *Sociologija: Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.

Klančar, Anamarija. 2012. *Trgovina z rabljenimi oblačili nekdanj in danes: diplomsko delo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Kos, Drago. 1995. Globalizacija "netrajnostne" potrošnje. V *Osamosvajanje in povezovanje v evropskem prostoru*, ur. Zdravko Mlinar, 252–291. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 1998. Genealogija potrošnje. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 26 (189): 21–30.

Kurdija, Slavko. 2000. *Družbene identitete in pomen potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kurdija, Slavko in Samo Uhan. 2002. Med družbeno in zasebno razsežnostjo potrošnje. *Družboslovne razprave* 18 (39): 129–149.

Lobe, Bojana. 2006. Združevanje kvalitativnih in kvantitativnih metod – stara praksa v novi preobleki? *Družboslovne razprave* 22 (53): 55–73.

Lury, Celia. 2011. *Consumer culture*. Cambridge, Malden: Polity.

Mesec, Blaž. 1998. *Uvod v kvalitativno raziskovanje v socialnem delu*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.

Ottman, Jacquelyn A. 1992. Industry's Response to Green Consumerism. *Journal of Business Strategy* 13 (4): 3–7.

Ragin, Charles C. 2007. *Družboslovno raziskovanje: enotnost in raznolikost metode*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Renner, Tanja. 1998. Identitete in porabništvo - stara pravila, nove igre. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 26 (189): 13–19.

Roblek, Vasja. 2009. *Primer izpeljave analize besedila v kvalitativni raziskavi*. Dostopno prek: http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/4_053-069.pdf (31. oktober 2014).

Sassatelli, Roberta. 2011. Alternative Consumption. V *Encyclopedia of consumer culture*, ur. Dale Southerton, 35–8. Los Angeles: SAGE Publications.

Sheth, Jagdish N., Nirmal K. Sethia in Shanthi Srinivas. 2011. Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science* 39 (1): 21–39.

Slater, Don. 2005. *Consumer culture and modernity*. Cambridge: Polity Press.

Solomon, Michael R. 2011. *Consumer behaviour: buying, having, and being*. Boston: Prentice Hall.

Statistični urad Republike Slovenije. 2006. *Prodajne zmogljivosti v trgovini na drobno, Slovenija, 2005*. Dostopno prek: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=562 (17. november 2014).

Švalj, Miha. 2012. Tudi rabljeno blago je lahko kakovostno. *VAL 202 Petkova izvidnica*, 13. januar. Dostopno prek: <http://val202.rtvsto.si/2012/01/tudi-rabljen-je-lahko-kvalitetno/> (18. november 2014).

Toš, Niko in Mitja Hafner-Fink. 1998. *Metode družboslovnega raziskovanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Tranberg Hansen, Karen 2004. Helping or hindering? Controversies around the international second-hand clothing trade. *Anthropology Today* 20 (4): 3–9.

Turner, Daniel W. III. 2010a. Qualitative Interview Design: A Practical Guide for Novice Investigators. *The Qualitative Report* 15 (3): 754–760.

--- 2010b. Qualitative Interview Design: A Practical Guide for Novice Investigators. *The Weekly Qualitative Report* 3 (2). Dostopno prek: <http://www.nova.edu/ssss/QR/WQR/qid.pdf> (31. oktober 2014).

Udell, Jon G. 1964. A New Approach to Consumer Motivation. *Journal of Retailing* 40 (4): 6–10.

Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Val 202. 2012. *Petkova izvidnica: Second hand trgovine (radijska oddaja)*. Ljubljana, 13. januar.

Veblen, Thorstein. 1994. *The Theory of the Leisure Class*. New York: Penguin Books.

Weber, Max. 2002. *Protestantska etika in duh kapitalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Williams, Colin. 2003. Participation in alternative retail channels: a choice or necessity? *International Journal of Retail & Distribution Management* 31 (4/5): 235–243.

Williams, Colin C. in Christopher Paddock. 2003. The meaning of alternative consumption practices. *Cities* 20 (5): 311–319.

Williams, Colin C. in Jan Windebank. 2005. Why do households use alternative consumption practices? Some lessons from Leicester. *Community, Work and Family* 8 (3): 301–320.

Zupančič, Boštjan M. 2002. O kvaliteti življenja. *2000: revija za krščanstvo in kulturo* 148/149/150: 111–152.

PRILOGE

Priloga A: Anketni vprašalnik

Moje ime je Simona Munda, v okviru magistrske naloge opravljam raziskavo o potrošniških navadah Slovencev v povezavi z rabljenim blagom in varovanjem okolja.

Anketa je preprosta in vam bo vzela približno 6 minut. Vaše mnenje je pomembno, zato vas prosim za iskrene odgovore. Vsi odgovori so anonimni.

Prosim, da pri svojih odgovorih upoštevate, da se vsa vprašanja nanašajo na nakupovanje OBLAČIL/ OBUTVE/ MODNIH DODATKOV (torbice, pasovi, broške, nakit). Vprašanja vključujejo tudi nakupovanje preko spleta.

Rabljeno blago so vsi predmeti, ki so bili predhodno že uporabljeni in katerih cena je ob nakupu običajno nižja, kot je vrednost enakih novih predmetov.

Z izpolnjevanjem ankete pričnete s klikom na "Naslednja stran".

Q1 - Kako pogosto opravljate nakupe oblačil/obutve/modnih dodatkov?

- ☐ 1-krat na teden ali pogosteje
- ☐ Nekajkrat na mesec
- ☐ Enkrat na mesec ali dva
- ☐ Nekajkrat na leto
- ☐ Manj kot 1-krat na leto

Q2 - Kako pomembni so naslednji dejavniki pri vašem nakupu oblačil/obutve/modnih dodatkov?

	Zelo nepomembno	Nepomembno	Niti nepomembno niti pomembno	Pomembno	Zelo pomembno	Ne vem
Kvaliteta	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cena	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Skladnost z modnimi trendi	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uglednost blagovne znamke	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Q3 - Kakšen je najpogostejši vzrok za vaše nakupovanje?

Možnih je več odgovorov.

- ☐ Ker potrebujem novo stvar, saj je stara dotrajala
- ☐ Ker si želim novo stvar
- ☐ Ker mi je dolgčas
- ☐ Ker sem slabe volje in se želim razvedriti
- ☐ Ker sem osamljen/-a in mi nakupovanje predstavlja možnost socialne interakcije
- ☐ Kot nagrada za dosežen cilj
- ☐ Ker me zanima, kakšna je trenutna ponudba oziroma trenutni modni trendi
- ☐ Da dobim kakšno novo idejo, navdih

- ☐ Kot vrsta rekreacije
- ☐ Drugo:

Q4 - Kako bi opisali svoj slog oblačenja/modni slog?

- ☐ Športni
- ☐ Elegantni
- ☐ Retro/*Vintage*
- ☐ Metalski, Punkovski
- ☐ Brez posebnega stila (tudi Easy/Casual)
- ☐ Drugo:
- ☐ Ne želim odgovoriti

Q5 - Kako pomembno se vam zdi varovanje okolja v vašem vsakdanjem življenju?

- ☐ Zelo nepomembno
- ☐ Nepomembno
- ☐ Niti nepomembno niti pomembno
- ☐ Pomembno
- ☐ Zelo pomembno

Q6 - Na katerega od naslednjih načinov pripomorete k varovanju okolja?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Varčujem z električno energijo
- ☐ Varčujem z vodo
- ☐ Varčujem z ogrevanjem stanovanja
- ☐ Ločujem odpadke
- ☐ Izogibam se trgovinam, ki ne poslujejo po okolju prijaznih načelih
- ☐ Odpovedujem se pogosti uporabi motornih vozil
- ☐ Omejujem porabo izdelkov/materiala
- ☐ Ponovno uporabim (ali dlje uporabljam) določene izdelke, ki to omogočajo (tudi rabljeno blago)
- ☐ Sposojam si določene izdelke, namesto da kupim lastne
- ☐ Zamenjam okolju škodljive izdelke z okolju prijaznimi (npr. ekološki detergenti, nakupovalne vrečke iz blaga itd.)
- ☐ Aktivno podpiram obnavljanje narave (sajenje dreves, širjenje zelenih površin)
- ☐ Uporabljam ekološko pridelano hrano
- ☐ Skrbim za čisto okolico
- ☐ Drugo:

Q7 - Koliko se strinjate s prodajo in uporabo rabljenega blaga?

- ☐ Sploh se ne strinjam
- ☐ Se ne strinjam
- ☐ Niti se ne strinjam niti se strinjam
- ☐ Se strinjam
- ☐ Se popolnoma strinjam

☐ Ne želim odgovoriti

Q8 - Kako pogosto kupujete rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki) ?

- ☐ Nikoli in o tem tudi ne razmišljam
- ☐ Nikoli, a sem o nakupu že razmišljal/-a
- ☐ Včasih (nekajkrat na leto)
- ☐ Pogosto (a grem tudi v običajne prodajalne z novimi izdelki)
- ☐ Zmeraj, ko kupujem tovrstno blago
- ☐ Ne poznam te možnosti
- ☐ Ne želim odgovoriti
- ☐ Drugo:

IF (4) Q8 = [1, 2]

Q9 - Kateri je glavni dejavnik, ki vas v največji meri odvrne od nakupa rabljenega blaga (oblačila/obutev/modni dodatki)?

- ☐ ker me je sram nakupovati rabljeno blago (zaradi socialnega statusa)
- ☐ ker menim, da je to blago slabe kvalitete (je uničeno)
- ☐ ker ne maram, da je stvar bila že predhodno uporabljena
- ☐ ker rad/-a grem v običajne prodajalne in kupujem običajne (nove) izdelke
- ☐ ker je razmerje med ceno in kvaliteto rabljenega blaga (pre)slabo (previsoka cena za to, kar dobiš)
- ☐ ker v bližini ni nobene prodajalne z rabljenim blagom
- ☐ Drugo:

IF (5) Q8 = [3, 4, 5]

Q10 - Katere od rabljenih izdelkov kupujete?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Oblačila
- ☐ Obutev
- ☐ Modni dodatki (torbice, pasovi, broške, nakit)
- ☐ Drugo:

IF (5) Q8 = [3, 4, 5]

Q11 – Zakaj se odločate za nakupe rabljenega blaga (oblačila/obutev/modni dodatki)?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Ker so izdelki cenejši kot v trgovinah z novim blagom
- ☐ Ker rad/-a barantom
- ☐ Ker na ta način dobim unikatne izdelke
- ☐ Ker tovrstno blago nakupujejo moji prijatelji in grem tja z njimi (druženje)
- ☐ Ker se na ta način zoperstavim nenasitni potrošnji
- ☐ Ker na ta način varujem okolje
- ☐ Ker mi ni pomemben zunanji izgled in pač kupim, kar mi pride pod roke
- ☐ Drugo:

IF (5) Q8 = [3, 4, 5]

Q12 - Kraj, v katerem najpogosteje nakupujete rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki):

IF (5) Q8 = [3, 4, 5]

Q13 - Ali rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki) dobite tudi od sorodnikov, znancev in ga ponovno uporabite?

- ☐ Da
☐ Ne
☐ Drugo:

Q14 - Kakšno je vaše mnenje o kapitalističnem (splošnem nakupovalnem) sistemu?

- ☐ Z njim se sploh ne strinjam
☐ Z njim se ne strinjam
☐ Niti se ne strinjam, niti se strinjam
☐ Z njim se strinjam
☐ Z njim se popolnoma strinjam
☐ Ne želim odgovoriti

Q15 - Prosim, obrazložite vaše mnenje o kapitalističnem (splošnem nakupovalnem) sistemu - zakaj se z njim (ne) strinjate?

XSPOL - Spol:

- ☐ Moški
☐ Ženski

XIZ1a2 - Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- ☐ Nedokončana osnovna šola (I.)
☐ Dokončana osnovna šola (II.)
☐ Dokončana srednja šola (III., IV., V.)
☐ Dokončana višja šola oziroma 1. bolonjska stopnja (VI/1., VI/2.)
☐ Dokončana visoka šola, UNI oziroma 2. bolonjska stopnja (VII)
☐ Magisterij znanosti (VIII/1.)
☐ Doktorat oziroma 3. bolonjska stopnja (VIII/2.)

XDS2a4 - Kakšen je vaš trenutni zaposlitveni status?

- ☐ Dijak/študent

- ☐ Zaposlen oziroma samozaposlen
- ☐ Brezposelni
- ☐ Gospodinja/kmet
- ☐ Upokojen/a
- ☐ Drugo:

Q16 - Kraj, kjer živite (v primeru začasnega bivanja navedite kraj, kjer preživite veččasa):

XSTAR2a4 - V katero starostno skupino spadate?

- ☐ do 17 let
- ☐ 18–35 let
- ☐ 36–50 let
- ☐ 51–65 let
- ☐ nad 65 let
- ☐ Ne želim odgovoriti

Q17 – Katera trditev velja za vas glede na vaš socialni status?

- ☐ Živim zelo varčno
- ☐ Živim varčno
- ☐ Živim zmerno
- ☐ Živim razkošno
- ☐ Živim zelo razkošno
- ☐ Ne želim odgovoriti

Q18 – V katero skupino bi uvrstili neto mesečni dohodek celotnega gospodinjstva v preteklem mesecu?

- ☐ Brez dohodka
- ☐ Do 500 EUR
- ☐ Od 500 do 1000 EUR
- ☐ Od 1000 do 1500 EUR
- ☐ Od 1500 do 2000 EUR
- ☐ Nad 2000 EUR
- ☐ Ne želim odgovoriti

Q19 – Velikost gospodinjstva:

- ☐ Samski/-a
- ☐ 2-člansko
- ☐ 3-člansko
- ☐ 4-člansko
- ☐ 5-člansko in več
- ☐ Ne želim odgovoriti

Priloga B: Sumarnik odgovorov ankete

ANALIZA

-

Sumarnik

Q1	Kako pogosto opravljate nakupe oblačil/obutve/modnih dodatkov?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (1-krat na teden ali pogosteje)	3	2 %	2 %	2 %
	2 (Nekajkrat na mesec)	19	14 %	14 %	16 %
	3 (Enkrat na mesec ali dva)	42	30 %	30 %	46 %
	4 (Nekajkrat na leto)	72	51 %	51 %	97 %
	5 (Manj kot 1-krat na leto)	4	3 %	3 %	100 %
Veljavni	Skupaj	140	100 %	100 %	

Povprečje	3.4	Std. Odklon	0.8
-----------	-----	-------------	-----

Q2	Kako pomembni so naslednji dejavniki pri vašem nakupu oblačil/obutve/modnih dodatkov?											
	Podvprašanja	Odgovori							Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. Odklon
		Zelo nepomembno	Nepomembno	Niti nepomembno niti pomembno	Pomembno	Zelo pomembno	Ne vem	Skupaj				
Q2a	Kvaliteta	6 (4 %)	1 (1 %)	13 (9 %)	75 (54 %)	44 (31 %)	1 (1 %)	140 (100 %)	140	140	4.1	0.9
Q2b	Cena	3 (2 %)	0 (0 %)	5 (4 %)	70 (50 %)	62 (44 %)	0 (0 %)	140 (100 %)	140	140	4.3	0.7
Q2c	Skladnost z modnimi trendi	13 (9 %)	32 (23 %)	43 (31 %)	42 (30 %)	9 (6 %)	1 (1 %)	140 (100 %)	140	140	3.0	1.1
Q2d	Uglednost blagovne znamke	29 (21 %)	40 (29 %)	48 (34 %)	19 (14 %)	4 (3 %)	0 (0 %)	140 (100 %)	140	140	2.5	1.1

Q3	Kakšen je najpogostejši vzrok za vaše nakupovanje?											
----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q3a	Ker potrebujem novo stvar, saj je stara dotrajala	114	140	81 %	140	81 %	114	41 %
Q3b	Ker si želim novo stvar	80	140	57 %	140	57 %	80	29 %
Q3c	Ker mi je dolgčas	8	140	6 %	140	6 %	8	3 %
Q3d	Ker sem slabe volje in se želim razvedriti	14	140	10 %	140	10 %	14	5 %
Q3e	Ker sem osamljen/-a in mi nakupovanje predstavlja možnost socialne interakcije	0	140	0 %	140	0 %	0	0 %
Q3f	Kot nagrada za dosežen cilj	21	140	15 %	140	15 %	21	8 %
Q3g	Ker me zanima, kakšna je trenutna ponudba oziroma trenutni modni trendi	16	140	11 %	140	11 %	16	6 %
Q3h	Da dobim kakšno novo idejo, navdih	21	140	15 %	140	15 %	21	8 %
Q3i	Kot vrsta rekreacije	2	140	1 %	140	1 %	2	1 %
Q3j	Drugo:	2	140	1 %	140	1 %	2	1 %
	SKUPAJ		140		140		278	100 %

Q3j_text	Q3 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ker zelim izgledati lepo, spremeniti stil, presenetiti	1	1 %	100 %	100 %
Veljavni	Skupaj	1	1 %	100 %	

Q4	Kako bi opisali svoj slog oblačenja/modni slog?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Športni)	23	16 %	16 %	16 %
	2 (Elegantni)	11	8 %	8 %	24 %
	3 (Retro/Vintage)	4	3 %	3 %	27 %

	4 (Metalski, Punkovski)	3	2 %	2 %	29 %
	5 (Brez posebnega stila (tudi Easy/Casual))	88	63 %	63 %	92 %
	6 (Drugo:)	10	7 %	7 %	99 %
	7 (Ne želim odgovoriti)	1	1 %	1 %	100 %
Veljavni	Skupaj	140	100 %	100 %	

Povprečje	4.1	Std. Odklon	1.7
-----------	-----	-------------	-----

Q4_6_text	Q4 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	športno elegantni slog	1	1 %	10 %	10 %
	športno - eleganten	1	1 %	10 %	20 %
	športna eleganca	1	1 %	10 %	30 %
	sluzba-casual elegantno, prosti cas-casual, mladostno	1	1 %	10 %	40 %
	vse po malem	1	1 %	10 %	50 %
	odvisno kaj mi zapaše :)	1	1 %	10 %	60 %
	utility (d	1	1 %	10 %	70 %
	kombiniram več slogov (za prosti čas, službeni itd.)	1	1 %	10 %	80 %
	trendovski	1	1 %	10 %	90 %
	mešanica vsega zgoraj naštetega	1	1 %	10 %	100 %
Veljavni	Skupaj	10	7 %	100 %	

Q5	Kako pomembno se vam zdi varovanje okolja v vašem vsakdanjem življenju?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Zelo nepomembno)	13	9 %	9 %	9 %

	2 (Nepomembno)	1	1 %	1 %	10 %
	3 (Niti nepomembno niti pomembno)	11	8 %	8 %	18 %
	4 (Pomembno)	80	57 %	58 %	76 %
	5 (Zelo pomembno)	33	24 %	24 %	100 %
Veljavni	Skupaj	138	99 %	100 %	

Povprečje	3.9	Std. Odklon	1.1
-----------	-----	-------------	-----

Q6	Na katerega od naslednjih načinov pripomorete k varovanju okolja?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q6a	Varčujem z električno energijo	96	138	70 %	140	69 %	96	12 %
Q6b	Varčujem z vodo	92	138	67 %	140	66 %	92	12 %
Q6c	Varčujem z ogrevanjem stanovanja	67	138	49 %	140	48 %	67	9 %
Q6d	Ločujem odpadke	119	138	86 %	140	85 %	119	15 %
Q6e	Izogibam se trgovinam, ki ne poslujejo po okolju prijaznih načelih	8	138	6 %	140	6 %	8	1 %
Q6f	Odpovedujem se pogosti uporabi motornih vozil	42	138	30 %	140	30 %	42	5 %
Q6g	Omejujem porabo izdelkov/materiala	37	138	27 %	140	26 %	37	5 %
Q6h	Ponovno uporabim (ali dlje uporabljam) določene izdelke, ki to omogočajo (tudi rabljeno blago)	75	138	54 %	140	54 %	75	10 %
Q6i	Sposojam si določene izdelke, namesto da kupim lastne	24	138	17 %	140	17 %	24	3 %
Q6j	Zamenjam okolju škodljive izdelke z okolju prijaznimi (npr. ekološki detergenti,	54	138	39 %	140	39 %	54	7 %

	nakupovalne vrečke iz blaga (itd.)							
Q6k	Aktivno podpiram obnavljanje narave (sajenje dreves, širjenje zelenih površin)	31	138	22 %	140	22 %	31	4 %
Q6l	Uporabljam ekološko pridelano hrano	40	138	29 %	140	29 %	40	5 %
Q6m	Skrbim za čisto okolico	94	138	68 %	140	67 %	94	12 %
Q6n	Drugo:	1	138	1 %	140	1 %	1	0 %
	SKUPAJ		138		140		780	100 %

Q6n_text	Q6 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	isključno vozim samo kolo	1	1 %	100 %	100 %
Veljavni	Skupaj	1	1 %	100 %	

Q7	Koliko se strinjate s prodajo in uporabo rabljenega blaga?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Sploh se ne strinjam)	0	0 %	0 %	0 %
	2 (Se ne strinjam)	1	1 %	1 %	1 %
	3 (Niti se ne strinjam niti se strinjam)	18	13 %	13 %	14 %
	4 (Se strinjam)	62	44 %	45 %	59 %
	5 (Se popolnoma strinjam)	57	41 %	41 %	100 %
	6 (Ne želim odgovoriti)	0	0 %	0 %	100 %
Veljavni	Skupaj	138	99 %	100 %	

Povprečje	4.3	Std. Odklon	0.7
-----------	-----	-------------	-----

Q8	Kako pogosto kupujete rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki) ?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Nikoli in o tem tudi ne razmišljam)	29	21 %	21 %	21 %

	2 (Nikoli, a sem o nakupu že razmišljal/-a)	54	39 %	39 %	60 %
	3 (Včasih (nekajkrat na leto))	39	28 %	28 %	88 %
	4 (Pogosto (a grem tudi v običajne trgovine z novimi izdelki))	8	6 %	6 %	94 %
	5 (Zmeraj, ko kupujem tovrstno blago)	1	1 %	1 %	95 %
	6 (Ne poznam te možnosti)	5	4 %	4 %	99 %
	7 (Ne želim odgovoriti)	1	1 %	1 %	99 %
	8 (Drugo:)	1	1 %	1 %	100 %
Veljavni	Skupaj	138	99 %	100 %	

Povprečje	2.4	Std. Odsklon	1.3
-----------	-----	--------------	-----

Q8_8_text	Q8 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	kupujem zaenkrat še ne, vendar pa vzamem kak kos nošenega oblačila, če mi ga kdo podari	1	1 %	100 %	100 %
Veljavni	Skupaj	1	1 %	100 %	

Q9	Kateri je glavni dejavnik, ki vas v največji meri odvrne od nakupa rabljenega blaga (oblačila/obutev/modni dodatki)?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (ker me je sram nakupovati rabljeno blago (zaradi socialnega statusa))	0	0 %	0 %	0 %
	2 (ker menim, da je to blago slabe kvalitete (je uničeno))	5	4 %	6 %	6 %
	3 (ker ne maram, da je stvar bila že predhodno uporabljena)	32	23 %	39 %	45 %
	4 (ker rad/-a grem v običajne trgovine in kupujem običajne (nove) izdelke)	18	13 %	22 %	66 %
	5 (ker je razmerje med ceno in kvaliteto rabljenega blaga (pre)slabo (previsoka cena za to, kar dobiš))	5	4 %	6 %	72 %
	6 (ker v bližini ni nobene prodajalne z rabljenim blagom)	17	12 %	20 %	93 %
	7 (Drugo:)	6	4 %	7 %	100 %
Veljavni	Skupaj	83	59 %	100 %	

Povprečje	4.2	Std. Odklon	1.5
-----------	-----	-------------	-----

Q9_7_text	Q9 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ne češ kdo jo je nosil	1	1 %	17 %	17 %
	ker v bližini ni nobene prodajalne z rabljenim blagom in zaradi slabše izbire	1	1 %	17 %	33 %
	ni modno, ponoseno, raztegnjeno, ponosenih cevlev se na da dobro ocistiti, zato nosim izključno svoje cevle	1	1 %	17 %	50 %
	ker bi se morale rabljena oblačila darovati v dobrodelne namene	1	1 %	17 %	67 %
	na ta račun nekateri prekomerno služijo .. humana	1	1 %	17 %	83 %
	zaenkrat ni potrebe	1	1 %	17 %	100 %
Veljavni	Skupaj	6	4 %	100 %	

Q10	Katere od rabljenih izdelkov kupujete?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q10a	Oblačila	29	47	62%	140	21%	29	41%
Q10b	Obutev	10	47	21%	140	7%	10	14%
Q10c	Modni dodatki (torbice, pasovi, broške, nakit)	26	47	55%	140	19%	26	37%
Q10d	Drugo:	5	47	11%	140	4%	5	7%
	SKUPAJ		47		140		70	100%

Q10d_text	Q10 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	rabljena kolesa	1	1 %	20 %	20 %
	športne rekvizite	1	1 %	20 %	40 %
	tehnične pripomočke	1	1 %	20 %	60 %
	računalniško opremo	1	1 %	20 %	80 %

	elektronska tehnika	1	1 %	20 %	100 %
Veljavni	Skupaj	5	4 %	100 %	

Q11	Zakaj se odločate za nakupe rabljenega blaga (oblačila/obutev/modni dodatki)?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q11a	Ker so izdelki cenejši kot v trgovinah z novim blagom	35	47	74 %	140	25 %	35	37 %
Q11b	Ker rad/-a barantom	5	47	11 %	140	4 %	5	5 %
Q11c	Ker na ta način dobim unikatne izdelke	19	47	40 %	140	14 %	19	20 %
Q11d	Ker tovrstno blago nakupujejo moji prijatelji in grem tja z njimi (druženje)	1	47	2 %	140	1 %	1	1 %
Q11e	Ker se na ta način zoperstavim nenasitni potrošnji	14	47	30 %	140	10 %	14	15 %
Q11f	Ker na ta način varujem okolje	15	47	32 %	140	11 %	15	16 %
Q11g	Ker mi ni pomemben zunanji izgled in pač kupim, kar mi pride pod roke	4	47	9 %	140	3 %	4	4 %
Q11h	Drugo:	2	47	4 %	140	1 %	2	2 %
	SKUPAJ		47		140		95	100 %

Q11h_text	Q11 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ker otroci hitro prerastejo vsa oblačila in jih niti nimajo časa uničiti	1	1 %	100 %	100 %
Veljavni	Skupaj	1	1 %	100 %	

Q12	Kraj, v katerem najpogosteje nakupujete rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki):				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ptuj	3	2 %	8 %	8 %
	tujina	1	1 %	3 %	10 %
	internet, boljši sejni	1	1 %	3 %	13 %

	second hand shop	1	1 %	3 %	15 %
	spletna stran moj butik	1	1 %	3 %	18 %
	ljutomer	1	1 %	3 %	20 %
	celje	2	1 %	5 %	25 %
	povsod	1	1 %	3 %	28 %
	kako kdaj	1	1 %	3 %	30 %
	splet	1	1 %	3 %	33 %
Veljavni	Skupaj	40	29 %	100 %	

Q13	Ali rabljeno blago (oblačila/obutev/modni dodatki) dobite tudi od sorodnikov, znancev in ga ponovno uporabite?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	37	26 %	79 %	79 %
	2 (Ne)	10	7 %	21 %	100 %
	3 (Drugo:)	0	0 %	0 %	100 %
Veljavni	Skupaj	47	34 %	100 %	

Povprečje	1.2	Std. Odklon	0.4
-----------	-----	-------------	-----

Q13_3_text	Q13 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

Q14	Kakšno je vaše mnenje o kapitalističnem (splošnem nakupovalnem) sistemu?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Z njim se sploh ne strinjam)	15	11 %	11 %	11 %
	2 (Z njim se ne strinjam)	45	32 %	34 %	45 %
	3 (Niti se ne strinjam, niti se strinjam)	44	31 %	33 %	78 %
	4 (Z njim se strinjam)	16	11 %	12 %	90 %
	5 (Z njim se popolnoma strinjam)	7	5 %	5 %	95 %
	6 (Ne želim odgovoriti)	6	4 %	5 %	100 %

Veljavni	Skupaj	133	95 %	100 %	
----------	--------	-----	------	-------	--

Povprečje	2.8	Std. Odklon	1.2
-----------	-----	-------------	-----

Q15	Prosim, obrazložite vaše mnenje o kapitalističnem (splošnem nakupovalnem) sistemu - zakaj se z njim (ne) strinjate?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ker je kapitalističen..... denar, popusti, masovno...	1	1 %	1 %	1 %
	sistem spodbuja, da kupimo nekaj, kar je trend, a v bistvu sploh ne potrebujemo...	1	1 %	1 %	2 %
	strinjam se, ker ne vidim boljše alternative. oziroma obstajajo boljše alternative, ampak po mojem mnenju samo v teoriji. v praksi pa menim, da ne bi uspele.	1	1 %	1 %	2 %
	prevelika potrošnja brez potrebe	1	1 %	1 %	3 %
	ljudje so od nekdaj nakupovali vec, kot so potrebovali/ bili zmozni. koliko zgrešenih nakupov leži v omarah in koliko hrane, ki ji preteče rok, zgine .. se vrže proč. nekateri so prisiljeni v to, da za vsako stvar 3x premislijo, ce jo resnično potrebujejo in, če si jo sploh lahko privoščijo. več ljudi bi lahko tako razmišljalo- na splošno, ne samo zaradi finančnega stanja	1	1 %	1 %	4 %
	kakšne so pa alternative? kapitalistični nakupovalni sistem je najbolj naraven, cena se oblikuje glede na ponudbo in povpraševanje.	1	1 %	1 %	5 %
	preveč poudarka samo na rasti dobička in premalo na osebni in trajnostni rasti	1	1 %	1 %	5 %
	nimam posebnega mnenja oziroma se ne poglobljam ravno v to	1	1 %	1 %	6 %
	ker je množična proizvodnja nekvalitetna in pogosto plačujemo le ime znamke, ne pa njene kvalitete.	1	1 %	1 %	7 %
	preveč potrošniško je naravnan, posledica so razni socialni pritiski na posameznika.	1	1 %	1 %	8 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

XSPOL	Spol:				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Moški)	41	29 %	32 %	32 %
	2 (Ženski)	86	61 %	68 %	100 %
Veljavni	Skupaj	127	91 %	100 %	

Povprečje	1.7	Std. Odklon	0.5
-----------	-----	-------------	-----

XIZ1a2	Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Nedokončana osnovna šola (I.))	1	1 %	1 %	1 %
	2 (Dokončana osnovna šola (II.))	1	1 %	1 %	2 %
	3 (Dokončana srednja šola (III., IV., V.))	44	31 %	33 %	35 %
	4 (Dokončana višja šola oziroma 1. bolonjska stopnja (VI/1., VI/2.))	44	31 %	33 %	68 %
	5 (Dokončana visoka šola, UNI oziroma 2. bolonjska stopnja (VII))	39	28 %	30 %	98 %
	6 (Magisterij znanosti (VIII/1.))	2	1 %	2 %	99 %
	7 (Doktorat oziroma 3. bolonjska stopnja (VIII/2.))	1	1 %	1 %	100 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

Povprečje	4.0	Std. Odklon	0.9
-----------	-----	-------------	-----

XDS2a4	Kakšen je vaš trenutni zaposlitveni status?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Dijak/študent)	65	46 %	49 %	49 %
	2 (Zaposlen oziroma samozaposlen)	47	34 %	36 %	85 %
	3 (Brezposelni)	17	12 %	13 %	98 %
	4 (Gospodinja/kmet)	0	0 %	0 %	98 %
	5 (Upokojen/a)	2	1 %	2 %	99 %
	6 (Drugo:)	1	1 %	1 %	100 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

Povprečje	1.7	Std. Odklon	0.9
-----------	-----	-------------	-----

XDS2a4_6	XDS2a4 (Drugo:)
-----------------	-------------------------

_text					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	varnostnik	1	1 %	100 %	100 %
Veljavni	Skupaj	1	1 %	100 %	

Q16	Kraj, kjer živite (v primeru začasnega bivanja navedite kraj, kjer preživite več časa):				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	maribor	9	6 %	7 %	7 %
	murska sobota	1	1 %	1 %	8 %
	tržič	1	1 %	1 %	8 %
	ptuj	9	6 %	7 %	15 %
	savci	2	1 %	2 %	17 %
	v stanovanju	1	1 %	1 %	18 %
	lj	5	4 %	4 %	21 %
	sv. tomaž	1	1 %	1 %	22 %
	bruselj	1	1 %	1 %	23 %
	mala nedelja	1	1 %	1 %	24 %
Veljavni	Skupaj	131	94 %	100 %	

XSTAR2a4	V katero starostno skupino spadate?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (do 17 let)	1	1 %	1 %	1 %
	2 (18–35 let)	124	89 %	94 %	95 %
	3 (36–50 let)	5	4 %	4 %	98 %
	4 (51–65 let)	2	1 %	2 %	100 %
	5 (nad 65 let)	0	0 %	0 %	100 %
	6 (Ne želim odgovoriti)	0	0 %	0 %	100 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

Povprečje	2.1	Std. Odklon	0.3
-----------	-----	-------------	-----

Q17	Katera trditev velja za vas glede na vaš socialni status?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Živim zelo varčno)	5	4 %	4 %	4 %
	2 (Živim varčno)	36	26 %	27 %	31 %
	3 (Živim zmerno)	87	62 %	66 %	97 %
	4 (Živim razkošno)	4	3 %	3 %	100 %
	5 (Živim zelo razkošno)	0	0 %	0 %	100 %
	6 (Ne želim odgovoriti)	0	0 %	0 %	100 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

Povprečje	2.7	Std. Odklon	0.6
-----------	-----	-------------	-----

Q18	V katero skupino bi uvrstili neto mesečni dohodek celotnega gospodinjstva v preteklem mesecu?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Brez dohodka)	5	4 %	4 %	4 %
	2 (Do 500 EUR)	17	12 %	13 %	17 %
	3 (Od 500 do 1000 EUR)	32	23 %	24 %	41 %
	4 (Od 1000 do 1500 EUR)	33	24 %	25 %	66 %
	5 (Od 1500 do 2000 EUR)	11	8 %	8 %	74 %
	6 (Nad 2000 EUR)	17	12 %	13 %	87 %
	7 (Ne želim odgovoriti)	17	12 %	13 %	100 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

Povprečje	4.1	Std. Odklon	1.7
-----------	-----	-------------	-----

Q19	Velikost gospodinjstva:				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

	1 (Samski/-a)	24	17 %	18 %	18 %
	2 (2-člansko)	45	32 %	34 %	52 %
	3 (3-člansko)	15	11 %	11 %	64 %
	4 (4-člansko)	23	16 %	17 %	81 %
	5 (5-člansko in več)	14	10 %	11 %	92 %
	6 (Ne želim odgovoriti)	11	8 %	8 %	100 %
Veljavni	Skupaj	132	94 %	100 %	

Povprečje	2.9	Std. Odklon	1.6
-----------	-----	-------------	-----

Priloga C: Transkript intervjujev

Intervjuvanka 1, 26 let, živi v Mariboru, doma iz predmestja Ptuja. Absolventka.

Povej mi, kako dojemaš okolje? Kako si vezana nanj? Ti je pomembno?

Okolje, kjer živim, mi je pomembno, iz vidika kvalitete bivanja. Že od svojega stanovanja naprej, na primer, jaz živim v mestu in mi ni vrede. Prvo kot prvo, jaz imam zelo rada živali, pa imam lahko tukaj samo ruskega hrčka. Saj ga imam zelo rada, ampak jaz neko žival moram imeti. Zdaj trenutno v tem stanovanju s fantom nimava balkona in mi ne odgovarja, ker mi veliko pomeni, da greš lahko malo ven na zrak, da nisi tako zaprt notri. To mi je zelo pomembno, da imaš nekaj naravnega in da lahko nekam greš. Sicer mi je v redu, ker sem imela blizu fakulteto in nimava avtomobila in mi je fino, da lahko greš vsepovsod peš. Drugače bi si pa želela bolj v stiku z naravo živeti. Manjka mi tudi to, da si ne morem gojiti svoje zelenjave. Gledam na to, da uživam ekološko pridelano hrano in tudi kozmetiko ekološko, to mi je pomembno. Vsaj da bi imela kakšen peteršilj ali paradižnik. Da imaš lahko to, četudi si v mestu. Tako da to mi je pri okolju zelo pomembno.

Kaj pa varovanje okolja?

Absolutno se strinjam s tem, grozno mi je, da v teh blokih, kjer smo mi, pri svojem bloku nimamo niti posebnega kontejnerja za papir. In zato moramo papir metati med ostale odpadke, čeprav ga ne želim, ampak nimam ga kam drugam za uvrstiti. Res je grozno. Veš, kako imamo samo: steklo, biološke odpadke in pa še ostale odpadke. Poleg tega me srce zaboli, ko grem mimo bioloških odpadkov, da nekdo meče notri nekaj drugega, kar na spada tja. Ko nesem svoje biološke odpadke, si mislim, ko eni ljudje nosijo v nekih takih stvareh, ki se tako ali tako ne razgradijo. Kako potem to ločijo, tiste biološke odpadke in tisti kompost? Na primer doma, čeprav smo na vasi doma, imamo vseeno kompost za biološke odpadke, posebno kanto imamo za papir, in vreče, v katere zbiramo plastiko. Pa je to vas. V nekem mestu bi se to bolj zbiralo, pa se ne. In mi je to res grozno, koliko tega vidim. Ali pa tudi, ko se pelješ mimo kakih gozdov, pa ljudje kar tam odmetavajo smeti. Babica hodi redno na te čistilne akcije, ko se pobirajo smeti, pa je res grozno, koliko se še tega najde. Tako da, moralo bi biti, se mi zdi, bolj ozaveščeno.

Ti si pa sama tud pridna glede tega, varčuješ. Čistil agresivnih ne uporabljam, meni včasih kar slabo postane, se mi kar motit začne, mislim, da je to za človeka škodljivo, tako da bog ne daj, da ti razmišljaš, da to gre vse v podtalnico pa kaj se potem dogaja. To gre potem v zemljo, se tam prečisti, potem pa mi v bistvu to jemo. Tako da, to je res problem.

Kaj pa varčevanje?

Ja, to že zaradi stroškov, pa tudi zakaj bi se to sploh porabljal, če ni treba. Me smo bile doma že tako vzgojene in če si tako vzgojen, se mi zdi, da je to potem nekako tudi naprej preneseš. Pa moja mama je bila zmeraj bolj kreativne sorte pa je veliko stvari tudi sama delala. Recimo, stare steklenice je vse porisala, in jih porabila, ali pa skodelice ali kaj takega. Jaz si pa shranim kakšne stare posodice, ker si včasih sama doma naredim svojo kozmetiko. Da veš, kaj uporabljaš. Pa se da to res fino porabiti, da ne grem kupovat novih plastičnih stvari. Zmeraj sem tudi dala na stran steklene kozarce od vložene zelenjave, pa se potem doma spet vlaga notri. Zdaj veliko stvari si tudi ne shranjujem, za ne vem koliko let naprej, ker jih nimam kje shranjevati, ker imava res majhno stanovanje. Trudimo se pač po svojih močeh.

Misliš, da je to dovolj, kako ti varuješ okolje?

Trenutno, glede na to, kako živim, se mi zdi to v redu. Drugače pa, če imaš neko hišo potem enkrat, to ti pa da ogromno več možnosti.

Misliš, da lahko tudi z načinom našega nakupovanja vplivamo na okolje?

Ja. Delam v Intimissimi prodajalni in mi zbiramo stara oblačila, ki jih ljudje vržejo v koš drugače. To imamo vsako leto večkrat, po obdobjih, zdaj na primer septembra, oktobra, novembra. To imamo sklenjeno pogodbo z nekim nemškim podjetjem, ki potem to dalje reciklira in se lahko ti materiali ponovno uporabijo. Ker če nekdo vrže to v koš, nima več kaj s tem. Če je to mokro, umazano, več ne more. Čist, oprane stvari se da pa vse uporabiti. Zbiramo spodnje perilo, pa tudi vrhnja oblačila.

Kako bi pa ti osebno opisala svoje nakupovanje?

Mene pri nakupovanju oblačil pritegne to, kar je meni všeč. Ali to, kakšen je vzorec na oblačilu ali pa kroj. Privlačijo me bolj *vintage* stil do tistega starega Hollywoodskega glamurja. Pri nas se takšna oblačila dobijo zelo težko, od teh reprodukcij pa jih tudi nisem veliko našla. Drugače pa je za take stvari tudi Mojbutik.si zelo v redu. Ker sem tudi neke bolere iskala, pa ni bilo v nobeni trgovini nič. Tam gor pa sem jih videla nekaj. Tako da bom mogoče kakšno punco kontaktirala. Do zdaj sem tam samo enkrat eno punco nagovorila za nakup, ampak si ne upam samo kar tako naročiti, ker traja, da ti pošilja, pa mogoče ti ne pristaja. Zato se rajši dogovorim z nekom, ki je iz okolice doma, da lahko jaz to poskusim, ne. Da vidim, če je res v redu. Tako sem se v bistvu z eno punco iz Maribora dogovorila, pa mi je prinesla dve obleki, pa ena ni bila v redu, ena pa je bila, pa sem potem tisto vzela. Pa mislim, da je bila 8 EUR, pa mislim, da je bila tudi zelo ugodna. Malo še moram razmisliti, kako bi jo predelala. Nekak jo bom že predelala. Zdaj meni v Sloveniji zelo manjka to, da takih stvari jaz tu ne morem kupiti, ki so meni všeč. Niti novih, ker po nekih velikih nakupih niti ne hodim. Niti *vintage* originalov pa sploh ni. Tako da tista *vintage* original stvar ima tako ali tako nek svoj pozitivni pridih. Ker to je neko oblačilo, ko je iz pristnega časa, materiali so čisto drugačni, kvaliteta, se mi zdi, je veliko boljša. Če ti pogledaš, da je to oblačilo že pred leti preživelo. Na primer, ta obleka je na primer iz '70ih, pa se mi zdi še zelo dobro ohranjena. **Ja, če je stara 40 let.** Ja, ja. Drugače iz stvari ni bilo še takšne uniformiranosti, se mi zdi, razširjene, kot je danes. Ko vsaka peta punca ima že to isto stvar na sebi, če greš po ulici. **Torej ti je unikatnost pomembna?** Ja, seveda mi je unikatnost pomembna; da je nekaj posebnega, ampak mora mi biti všeč. Meni je zanimivo, ko si že tako bolj unikaten, ker nimamo nekih takih velemest, kjer bi lahko videl veliko takih različnih stilov, ki jih ljudje nosijo. Tam je vseeno ogromno ljudi, ki se na tak način oblačijo in ni tam nekaj posebnega. Pri nas pa še vseeno je bolj. Pa četudi bi bilo to zelo naravno, bi meni to bilo še zmeraj všeč, tako da jaz bi to vseeno uporabljala. Neko dušo, se mi zdi, imajo ta oblačila. Nekaj čisto drugega. Si lahko predstavljaš, na primer to, da je tukaj (*pokaže na spodnji rob obleke*) gor zarobljeno. Veš, ali si je ona prejšnja lastnica prilagodila to dolžino, ampak jaz sem zdaj zadovoljna s to dolžino in sem to obdržala, tako kot je bilo prej. Ampak, če bi hotela, bi si lahko še 10 cm tudi dol spustila, da bi bilo tako, kot je ona verjetno kupila takrat. Lahko si zamišljaš, kakšne zgodbe...to se mi zdi tako intimno. Pa se mi zdi to fajn, ne.

Torej, ti ko kupiš obleko, jo kupiš zaradi izgleda? Ne po kakovosti ali čem drugim? To je vse pomembno. Prvo kot prvo je najprej izgled. To je tisto, kar najprej vidiš; mora ti neko oblačilo biti všeč in te mora pritegniti. Drugo, kar je, mi je tudi material zelo pomemben. Dobro, ta je sicer iz umetnih materialov, drugače imam rajši, če je bolj iz takih naravnih materialov. Zato, ker že koža boljše diha v tistem, ne potimo se tako, je že za nošenje veliko bolj primerno. Ti umetni materiali so sicer cenejši, ampak niso tako fajn za nositi. Tako da, to je tudi pomembno. In pa kvaliteta. Ja, seveda je pomembna pri tem. Če hočeš, če ti je iz prve nekaj zelo všeč, pa da vidiš, da ti bo čim bolj dolgo držala. Ne kupuješ si ti za kratek čas. Tako da, potem je vredno dati malo več denarja, ampak zdaj ne vem kakih oblek pa si seveda zdaj tudi ne bi mogla privoščiti – trenutno brez neke redne zaposlitve in redne, dovolj visoke redne plače... Drugače pa je to tisto, kar je pomembno, absolutno. Ne bi si pa zdaj kupila neke obleke samo zato, ker bi bila kvalitetno narejena in v redu material. Drugače pa se mi zdi, ja, res lahko najdeš kaj takega v teh *Second-hand* trgovinah, tudi takih, ki niso zdaj samo *vintage* tematiko. Ker, na primer, v tej mariborski, jaz tu blizu živim in sem morala iti pogledat in sem si tudi vzela dve stvari, ena je bila v bistvu srajca, bluza. Meni je zelo dobra in jo zelo veliko krat nosim. Pa še vedno je v redu, nobenih napak ni imela, ko sem jo kupila. Tako sem dala 8 EUR za njo samo. Potem pa sem si vzela še nek tak pleten brezrokavnik, je bil od *Only* znamke, ampak je bil tako v redu, ko se da lepo nositi na karkoli; v jeseni ali pozimi. Pa 6 EUR se mi je zdelo v redu, za nekaj takega. Ja, prednost je, ker si res lahko greš poskusit; videl si, kaj ti je všeč, vidiš, kakšno je stanje oblek in potem ni problem nakup.

Danes imajo akcijo drugače, če te zanima. Vse po 3 EUR. Včasih so že imeli po 1 EUR. Samo jaz sem samo takrat naletela, ko ni bilo nobene akcije (smeh). Tako se mi zdi, takrat, ko je gneče, meni ni fajn hoditi. Jaz grem rajši, ko ni takšne gneče. Rajši grem ko ni take gneče, grem mogoče malo bolj pozno, preden že zapirajo. Ker se ne počutim prijetno, da tam brca skupaj med 1000 ljudmi. Zato ne hodim na razprodaje. Ko so tisti kupi oblačil, potem pa vsaka hoče, se grebejo za tista oblačila... Ne da se mi, v bistvu tudi. Nima niti nekega svojega čara, da bi zdaj tam moral brskati pa čakati še pol ure, da boš prišel v kabino. Potem pa še na blagajni... Po njih takih izgubiš malo volje, ne.

Kako pa je sploh prišlo do tega, da si se ti navdušila za ta stil ali pa za rabljeno blago nasploh?

Ne vem, ta stil mi je od vedno bil všeč, ampak nikoli nisem o tem razmišljala, ker mi je to zmeraj bilo tako nedosegljivo. Tako da sem samo z občudovanjem gledala na te ženske, ki so se tako oblačile. V bistvu sem imela

predsodek; mislila sem, da meni obleke ne pristajajo. Tako sem se počutila, ker vedno, ko sem bila v trgovini, pa sem si kakšno obleko poskusila, ni v redu stala na meni. Takšni kroji, kot so bili modemi takrat, pač niso za mene, mi ne pristajajo in si seveda tega ne kupujem. Potem sem nek čas pridobila mnenje, da pač jaz nisem za obleke in da pač imam samo hlače. Saj hlače so mi v redu, ampak obleke so mi ljubše. Bilo je tisto obdobje, ko so bile moderne spet te stvari in sem poskusila in mi je bila zelo v redu, potem sem ugotovila, kateri kroji meni odgovarjajo, in to je sovpadalo s tem, kar je meni zmeraj bilo všeč. Meni je tudi glasba iz tistega obdobja, je moja najljubša glasba. To poslušam, ker mi je zelo v redu. **Jazz in Blues?** Ja, pa take bolj swing varijante. Mene ta glasba res osrečuje. Sem zelo vesela, ko to glasbo poslušam in tisti takt na sploh se mi zdi... Če bi jaz takrat živela, bi bila zelo zelo srečna, ker, kamorkoli bi šla, bi vrteli glasbo, ki je meni všeč, take obleke bi bile takrat popularne in bi bile na voljo, in bi bili taki kroji, ki jih jaz obožujem in mi odgovarjajo in bi mi bile všeč. Tako da se mi zdi po eni strani fajn, da se sploh začne to oživljati in da to nekak prijahja nazaj, pa vseeno spoštujem tudi te znamke, ki imajo te reprodukcije, zato ker vseeno si lahko pa tam kupiš. Če na primer živiš v kakšni takšni državi, da nimaš dostopa do nekih *vintage* trgovin, kjer bi si lahko kupil stvari; ali pa imaš breme z nakupovanja preko spletnih strani, kot je na primer Etsy.com. Tam je večinoma vse iz Amerike, ko je potem carina problem, pa poštnine so zelo drage. Potem pa še niti ne veš, ali ti sploh pristaja ali boš sploh lahko kaj iz nje naredil, če ne bo v redu. Tako da je veliko bolj tvegano.

Torej je v bistvu to tvoj način življenja?

No, v bistvu ne. Jaz se čisto normalno oblačim, ker v službi ne morem teh stvari imeti, ampak je pa to to, kar mi je bilo vedno všeč. In če bi imela veliko denarja, bi se definitivno tako oblačila. Ampak to je res povezano z nekimi zelo velikimi financami. Kajti te blagovne znamke, ki prodajajo reprodukcije teh oblek, imajo zelo visoke cene – neke nad 100 eur pridejo te obleke. In to mi je res veliko.

Pa ti bi hotela dejansko imeti reprodukcije? Ne bi želela originalov?

Ja. Original bi seveda tudi hotela imeti, ampak originali so še dražji.

Jaz sem veliko takšnih stvari našla v Moje Tvoje trgovini. Jaz sem v Gvantu bila, tam sem si eno vzela, pa še tisto bi si morala nekako predelati, a ne vem kako. Kje pa je še kaj drugega? Nisi bila v nobeni drugi trgovini z rabljenim blagom?

Ne. Tam v eni v centru Ljubljane, v bližini Kongresnega trga, blizu optike. Tam mi je bilo grozno. Tam se mi je zdelo, kot da iz ene stare babičine omare in res niso bile privlačne. No, vidiš, zdaj mi lahko ti svetuješ. Jaz nisem zdaj že 3 leta več v Ljubljani in nimam več možnosti.

Aja, ker to so pa trgovine zdaj bolj na novo. Glede na povedano predvidevam, da znotraj slovenskega trga zate ni dovolj ponudbe?

Jaz nimam ničesar dovolj v Sloveniji, meni je grozno! (*smeh*) Vedno, ko grem kam v tujino, še vedno malo na internetu preverim, če imajo kakšne *vintage* trgovine ali second-hand. Potem vedno to naštudiram, da bi lahko potem šla pogledat. Tako da, v prihodnjih potovanjih, ko bom kam šla, si v določenih državah shranim kakšne te trgovine; ko sem tam, jih zelo spremljam. Jaz, na primer, zelo spremljam tudi te ženske, t.i. moderne pin-up punce, ki v bistvu živijo s tem stilom in se tako zmeraj oblačijo. Tam tudi lahko dobim veliko idej, kje si one dobijo te stvari, res, veliko takšnih koristnih podatkov. Če greš kdaj tja, kjer živijo, lahko tudi tiste trgovine obiščeš.

Torej se boš verjetno v bližnji prihodnosti prelevila v pin-up punco? (*smeh*) Bomo videli. Na primer, v Londonu je veliko tega, sestra je bila tam in mi je kupila v trgovini z *vintage* reproduction znamko, in mi je kupila patty coat. To sem iskala že 100 let, ono podkrilo za pod obleke. Tisti, ki je res najboljši, stane 90 eur in meni je to zelo veliko in si tega ne morem privoščiti. Pa tudi ne vem, če bi res na meni v redu stal. Sicer lahko te obleke nosiš brez podkril, ampak ne stojijo tako v redu in nimajo neke svoje podloge, ker niso mišljene tako. In potem se lepijo na nogavice in se potem tudi ni tako prijetno premikati v tem.

Koliko pa potem imaš teh *vintage* oblek? *Vintage* obleki imam samo dve, reprodukcij imam pa veliko več. Ker originale je težko najti, jaz jih skos iščem. Na Etsy.com. Na primer, ta obleka (*pokaže na obleko, ki jo nosi*) mi je takoj v oči padla. Prave obleke iz 40ih, 50ih so zelo drage, ker so zelo stare. Pozoren moraš biti na to, da so res *vintage*. Tiste obleke, ko je bil čas 80's go 50's, takrat je bilo to popularno. Ljudje objavljajo, kako moraš biti

pozoren na to, da imaš res neko tisto pristno, prav iz tistega obdobja. Pozoren moraš biti na izdelavo, na primer, takrat so imeli samo še kovinske zadrge. Če bi hotel imeti res samo iz tistega časa.

Torej tebi to rabljeno blago veliko pomeni?

Ja, seveda mi veliko pomeni.

Pa poznaš še koga drugega, ki kupuje rabljeno?

Nikogar, ki bi bil tako zelo navdušen nad tem. Recimo, pet let nazaj, ko sem bila na Finskem na enem mladinskem taboru, je bila ena punca, ki je rekla, da si ona samo tam kupuje. Vse, kar je imela na sebi, si te tam kupovala. In ona je imela zelo dober stil, mi smo jo vsi občudovali. Imela je res tako posebne stvari, take kose, ki jih nikjer drugje nisi dobil. Zelo dobro je znala to tudi kombinirati. Ni imela teh *vintage* stvari, ki mene privlačijo, ampak je imela nekak svoj stil in je zelo dobro izpadlo. In je rekla, da drugam sploh več ne gre, da tam si vedno kaj najde in tam so tako ali tako imeli veliko izbiro teh trgovin.

Verjetno imaš v glavi ustvarjeno kakšno sliko o drugih ljudeh, ki kupujejo rabljeno. Kaj misliš, kakšni ljudje kupujejo rabljeno?

To kar jaz spremljam, so ljudje, ki jih pač bolj te *vintage* stvari privlačijo. Na primer, ena ženska, ona ima svoje kolegice in njej vsi iščejo te obleke in vedno, ko se kaj pojavi, ona to mora imeti. Ali pa torbice. Ona je ena blogerka, osebno je ne poznam, iz Kanade je drugače doma in ona to prav res kopiči in ima zelo dobre zadeve. Od torbic do vsega drugega dalje. Na primer, zadnjič mi je bilo zelo zanimivo, ko je svoje prve *vintage* kopalke kupila. Res so dobre. Potem sem razmišljala, če bi si jaz kdaj kopalke kupila...Kaj pa vem, kopalke imaš vseeno tako direkt na kožo in na teh intimnih predelih. To pa mi je bilo tako malo nehigiensko, moram reči. Saj se opere, ampak to pa bi vseeno ostala pri teh reprodukcijah. Ona je res nek drug level.

Kaj pa v slovenskem prostoru?

V slovenskem prostoru pa nikogar tako ne poznam.

Aha, torej nimaš slike ustvarjene. Ampak recimo, če greš tukaj v trgovino z rabljenim blagom, kaj bi rekla, kakšni so ljudje?

Mislim, da veliko ljudi, sploh te mariborske trgovine, dejansko tja hodi zato, ker so stvari cenovno bolj ugodne. Sploh, ko imajo te akcije, kot na primer zdaj, zdaj je veliko več ljudi kot pa drugače. Tako da je jim bolj spleča. Zdaj je vseeno obdobje krize, in se mi zdi, da vseeno hodijo zaradi tega – en del populacije. Drugi del populacije pa se mi zdi, da so kake take punce, mogoče tudi fantje, ne vem, ki želijo biti nekaj posebnega, nekaj unikatnega in želijo imeti nek svoj stil. Ali ne najdejo v teh trgovinah, ki so na voljo, ali pa želijo imeti nekaj takega, kar drugi nimajo, da so posebni in ustvarijo nek svoj stil. Nekako ti dve skupini bi navedla. Kaj pa vem, ljudi imam vseeno nekako bolj starejše, da bi zaradi cenovne ugodnosti hodili. Pa ne vidim tudi ne spet toliko starejših ljudi.

Kaj pa recimo na ulici v Mariboru... Če bi zdaj nekoga videla, ne bi mogla reči, da je to second hand, nikoli. Na primer, za ta tvoj pulover (pokaže na moj original *vintage* pulover) nebi mogla nikoli reči, kako pa bi jaz to vedela... Da bi predeli neko oblačilo, in bi rekel, ja, to pa je sigurno *vintage*. Saj pa ne moreš vedet, od kod je. Mogoče zato, ker imam v glavi, da tukaj pri nas ni nič takega prisotnega, kar jaz iščem in mogoče vedno prej pomislim, da si je to kdo v tujini kupil. Mogoče je to samo moja predstava, ampak vem, da v tujini imaš to vse...po moje bi si lahko dala tudi nov tak pulover, kot ga imaš ti. Nasploh, koliko spremljam, kar se v tujini dogaja, in če primerjam s tem slovenskim trgov, imam vedno to predstavo v glavi, da je pa to verjetno iz tujine. Ne vem, tudi čevlje lahko tukaj gledam, vedno je moja prva misel, mogoče je pa iz tujine. Jaz si veliko stvari naročam iz tujine, določene stvari so veliko ceneje kot v Sloveniji.

Kakšna je pa, po tvojem mnenju, prihodnost teh second-hand prodajaln?

Upam, da se bodo malo bolj razširili, se mi zdi, da so se že začele širiti. Enkrat sem bila tudi na Ptuj v nekem second-hand shopu. Ampak je tam bilo res grozno, tako kot tam na Kongresnem trgu. Vedno bolj postaja to 'in' na nek način. Tudi v Ljubljani se veliko več ljudi tako oblači in si tudi tam kupuje stvari.

Čeprav, ne boš verjela, prazne so te trgovine. Sem se z lastniki teh trgovin pogovarjala, pa pravijo, da nimajo veliko posla, in tisto, kar pa imajo posla, so pa večinoma turisti.

Res? To si pa nisem mislila. Na Facebook-u imam dodane te trgovine in me zanima, kaj se dogaja in vedno objavljajo, če dobijo kaj novega. In ko dobijo nova oblačila, si veliko ljudi to rezervira, da bodo prišli poskusit. In po tem sem nekako dobila občutek, da pa je tam to mogoče veliko bolj razširjeno.

Dejansko v praksi pa ne. Tudi sama sem bila šokirana. To pa je res zanimivo. Tudi mene je šokiralo. Ker preko tega, kolikor jaz to virtualno spremljam, sem dobila tak občutek, da tam pa je očitno to veliko bolj. Se mi pa zdi zelo dobra ideja, ko so se začeli razširjati ti centri ponovne uporabe. Ker me zanima, ne samo nakit, tudi torbice bi želela imeti tudi original *vintage*. Takšen stil, kot si jaz želim imeti, s tem nekim posebnim pridihom. Čevlje še tu in tam najdeš, ker je trenutno to kar moderno. Vem, da ima babica ene take, pa so mi bili tako lepi, da sem si jih še sama šla iskat. Pa mi recimo k tej obleki zelo lepo pristajajo.

Torej, kolikor razumem, misliš, da se bo to rabljeno blago v prihodnje še bolj razvijalo?

Jaz mislim in tudi srčno upam, da se bo. Res bi bila zelo vesela, da bi lahko šla v mesto in dejansko šla v neko tako trgovino. In nekaj takega tudi našla.

Meni je to res nekaj posebnega. Vsak si želi, da bi bil oblečen tako, kot si želi. In je pač škoda, da nima take možnosti. Saj so te stvari, se jih da iz tujine naročiti, ampak je problem.

Ena redkih si, ki si tako navdušena. Moja sestra je tudi taka, ampak ona ima pač svoj stil ampak tri četrte vseh ljudi pa nas je pač, ker ti je všeč, si pač tisto oblečeš. Jaz recimo nimam, da bi rekla, prav posebno svojega stila. Oblečem to, kar mi je všeč, to kar mi zapaše. Nimam neke posebne strasti. Pri tebi pa prav vidim, da žariš, ko govoriš o tem. (smeh)

Tako bom rekla. To je moja neka strast, ampak ne moram pa živeti te strasti vsakodnevno. Jaz imam tudi zelo veliko takih običajnih oblačil. Ni to nek moj življenjski stil zaenkrat, ampak si želim, da bi postal in upam, da mi bo to v prihodnosti omogočeno. Celostno me to navdušuje, ne sam obleke, tudi glasba, pa tudi notranji dekor. Zelo mi je všeč, pa ne vem, ali čisto slučajno, ker je to vse povezano ali... Je mi pa všeč, vse, kar je takega. Tudi, ko se bom poročila, če se bom kdaj, upam, da bom imela možnost imeti poroko v *vintage* stilu. To je tudi ena izmed mojih velikih želja.

Kaj pa tvoj partner pravi na to?

Ja, njemu je to v redu. Včasih je imel kar predsodke, se mi zdi, glede tega. Včasih mi je rekel, joj, pa ne moreš tega imeti oblečenega, to lahko ima samo za pusta. Pa ni mislil nič slabega s tem. On pač ni tak. Ampak jaz to ne vzamem kot slabo. Po moje se marsikomu tudi fajn zdi, ali pa če jaz koga vidim, da ima tak stil, da to ni moj stil, ampak je vseeno zelo zanimivo, koga takega pogledat, ker je nekaj drugačnega. Pa si misliš, o, zelo dobro, ta ima pa ful dober nek svoj stil, neko svojo osebnost. Pa tudi se mi zdi, da se taka oseba zdi malo bolj zanimiva, že če jo tako vidiš na ulici. Pa si misliš, da bi bilo zanimivo se tudi s takim človekom pogovarjati. Vprašanje, kaj ti lahko vse pove. Moj fant se je mogoče bolj kot jaz obremenjeval s tem, joj, kaj pa si bodo ljudje zdaj mislili. Po moje, za vse, ki jih to veseli, lahko imajo veliko podpore pri teh blogerkah, veliko o tem pišejo, veliko je tudi takih, ki niso ravno zelo suhe, z idealno postavbo, zelo suhe, da bi jim že nasploh vse odgovarjalo, kar je pač trenutno moderno. In kar vzbujajo novim puncam neko samozavest, tudi glede postavb, ki niso zdaj zelo suhe z nekimi postavbami, kot jih ima današnja modna industrija za idealne. Ker nekoč, to je bil čas, ko so bile obline cenjene. Takrat je bil to nek luksuz in takrat so ženske tudi želele tako izgledati. Takrat je bil pač to nek ideal, v baroku pač obilnost, danes pa suhost.

Kakšen imaš pa ti, če mi na kratko opišeš, še odnos do modernega potrošništva?

Kaj pa vem. To je vedno tako: za ljudi bi tako ali tako bilo najboljšo, da bi iskali svoje vrednote drugje. Da jih notranje lahko kaj drugega osrečuje, kot pa to, kar jim lahko samo to globalno potrošništvo nudi. So stvari, ki so v življenju veliko bolj pomembne kot to. Na primer, da poslušáš glasbo, ki te osrečuje, da se družiš s prijatelji, družino... Mene zelo osreči, da imam svoj prostor, kjer lahko preberem dobro knjigo.

Intervjuvanka 2, 24 let, študentka arhitekture, živi v Mariboru, prihaja iz Framu.

Tema moje magistrske naloge je okolje v povezavi z nakupovanjem in z rabljenim blagom. No, pa začniva. Kakšen je tvoj odnos do okolja? Kako ga dojemaš? Ti je pomembno, skrbiš zanj?

Ja. Imamo vikend in vse življenje hodimo vsak teden tja z družino, tako da sem seznanjena z okoljem v mestu in na deželi.

Kaj pa varovanje okolja? Ti je kaj poznano?

Ja. Doma recikliram odpadke: plastiko, papir, oblačila, embalažo, steklo. To vse ločujem. Tako da ja, sem za ohranjanje okolja. Čim bolj "zeleno", čim bolj energetsko obnovljivi viri, čim manj porabe, sprotno ugašanje luči, televizije ponoči ...

Z ljudmi se pogovarjate kaj o tem?

Doma se pogovarjamo o tem, ja. Načeloma sem jaz tista gonilna sila, ki skuša dopovedati, da ni vseeno, če vržeš odpadke v vse mešane odpadke, da voda ugasneš, ko si umivaš zobe; skratka, da varčuješ.

Na vašem faksu je tudi veliko govora o trajnostni arhitekturi, kajne?

Ja, ja.

To mi je že malo od sestre znano.

Če prestopiva zdaj na nakupovanje. Misliš, da lahko z našimi odločitvami o nakupovanju vplivamo na okolje?

Ja, gotovo.

Kaj misliš o tem?

Če na primer kupuješ rabljena oblačila, se toliko ne gre v proizvodnjo novih, če ločuješ odpadke, se potem reciklirajo. Pa da gledaš tudi na material oblačil, da je čimveč iz bombaža, bambusa in čimmanj iz sintetičnih vlaken, čeprav je včasih to težko, ker se pozna tudi razlika pri ceni, tako da poskušamo najti nek kompromis.

Če se osredotočiva na nakupovanje oblačil, obutve in modnih dodatkov, kako bi opisala svoje nakupovanje?

Pri oblačilih gledam predvsem na to, da je izdelek iz bombaža, pri obutvi pa, če se le da, da je slovenski. To je sicer vedno težje, ker zdaj že Alpina proizvaja na Kitajskem. Gledam na to, da je izdelek predvsem iz naravnih materialov, potem pa skušam najti nek kompromis s ceno. Včasih ravno ne morem kupiti vsega naravnega ali pa teh oblačil iz bio bombaža in bio bambusa. Določene stvari, predvsem spodnje perilo, kupim bombažno, da ni sintetika, prav tako tudi ostalo, ki je v direktnem stiku s kožo, na primer majice. Jopice pa so lahko v kombinaciji s sintetiko.

Kako pogosto pa nakupuješ te stvari?

Nakupujem po potrebi. Če so znižanja ali je res ugodno, vzamem še kaj za zraven. Nimam na primer 20 majic z dolgimi rokavi, imam jih nekje 5 za preobleči in potem jih dokupujem. po potrebi.

Torej če bi nekje ocenili, greš par krat na leto po nakupih?

Ja.

Organizirano.

Ja, organizirano.

Pri blagu torej bolj gledaš na kakovost kot na ceno.

Ja.

Kako pa gledaš na današnjo potrošnjo?

Zdi se mi, da nekateri pretiravajo v potrošnji. Preveč se obremenjujemo s tem, kako izgledamo, preveč časa preživimo v nakupovalnih središčih. Kot da nam je postalo glavno vodilo, da smo dobro oblečeni, pa da nekaj ni v redu z nami, če ničesar ne napravimo. Skoraj vsak najbrž kdaj dobi tak občutek.

Pa se strinjaš s tem potrošnim, kapitalističnim sistemom, s tem, na čem stoji?

Z nekim zdravim kapitalizmom recimo da ja. Dejstvo je, da bo vsak, ki je lastnik neke firme, težil k dobičku. Če pa to preide v skrajnost, ko nakopiči to bogastvo in začne varčevati pri proizvodnji, pri razvoju tehnologije in pri delavcih, pa tega več ne odobravam. Sicer mi kot potrošniki ne moremo vedeti zavsakegaproizvajalca, kakšen

sistem ima. Pa tudi če bi hoteli, ne bi dobili vpogleda v realno stanje o podjetju. Bi pa bilo fajn, če bi podpirali domače proizvajalce. Res je, da so dražji, se pa pozna pri boljši kakovosti.

Misliš?

Ja, vsekakor.

Koliko sem razbrala, ti torej podpiraš kapitalizem?

Ja, koliko še je zdrav, ja. Sicer pa niti nimaš izbire, obleči se moraš. In če si ne znaš sam šivati, zna biti to problem. Če pa bi znala sama šivati, pa bi si že zašila kakšen kos posebej, tak bolj specifičen, ampak v primeru teh navadnih majic s kratkimi in dolgimi rokavi in puloverji, ki se nosijo, pa te pride dražje, če kupiš blago in jih daš šivati, kot pa če kupiš v trgovini. Nekako tako. Je pa to spodaj na Kitajskem proizvedeno; tam se tudi ve, kako so delavci plačani in pravzaprav, kako je in tudi ne moreš drugače. To so že takšne korporacije, da sam, kot eden, težko vplivaš na to. Lahko, ampak se to na masi ljudi, ki zraven tebe vseeno kupujejo, se to ne pozna.

A vseeno misliš, da se ne začne vse skupaj pri posamezniku?

Začne se, ampak nasploh miselnost še ni tako daleč prišla. Lahko ti poskusiš in ti že začneš pa greš s sorodniki, ampak preden se bo to tako uveljavilo, bo še trajalo nekaj časa. So pa začetki. Je pa v redu, da se je začelo to ozaveščati in da so se te prodajalne, ki prodajajo pravzaprav rabljena oblačila, ampak jih študentje teh tekstilij v neke nove malo bolj v visoko modo spremenijo, pa je to v redu. Ne moreš pa res vseh oblačil tako spremeniti.

Omenila si predelavo oblačil; so ti poznane te alternativne potrošniške prakse? Se jih tudi sama poslužuješ?

Ja, so mi znane. Sama ne grem. Včasih grem tako pogledat, če je kaj, pa če imajo mogoče kaj, kar me zamika, da bi kupila, nisem pa še nič takega našla.

Kje si pa bila?

Tukaj v Mariboru, kjer imajo te Second-hand in tudi v Ljubljani imajo eno prodajalno s temi oblačili. Ampak načeloma še nisem tam kupovala.

Kako pa to, da ne?

Včasih imamo ljudje ravno tisti nek predsodek, da je rabljeno. Dobro, zdaj oblačila... ne vem... kaj pa vem...

Te moti, da je bilo že prej nošeno in da ne veš, od kod prihaja?

Malo, ja. To ja, kje je bilo, ne. Kako se je to pralo vse skupaj... Ne vem, ne vem... Tako malo... Vseeno si raje neko novo, pa vem, da samo jaz nosim. Zdaj tako od družine, od sestre, rada ne nosim. Mislim, si ne posojava tega. Tako pa že, vem, če si sposodi od mene, že potem malo manj rada nosim. Pač imam rada svoje stvari. Tako da, zdaj, če bi še od nekoga čisto xy nosila, mi je tako... če že ne nosim od družine...

Pa si kdaj mogoče dobila od koga kaj takega? Si včasih sorodniki med samo dajejo, pa dobiš od koga kaj, če si preveliko kupijo, ali pa jim ni več všeč...

Mislim, da nisem dobila. Če pa sem že, pa mislim, da nisem nosila tega. Nekkao nisem mogla te ovire premagati.

Pa poznaš koga, ki kupuje rabljeno?

Ne, noben.

Zdaj pa, če še samo malo pogledava v prihodnost; misliš, da se bodo te alternativne potrošniške prakse, pa zdaj ne govoriva samo o ponovni uporabi oblačil, ampak mogoče tudi o predelavi, ponovni uporabi drugega materiala (plastenk, embalaž, ali pa gradbenih materialov, na vse zadnje...); misliš, da se bo v prihodnje to razvijalo?

V gradbenih materialih je že potencial, že uporabljajo rabljene materiale za 3D printanje teh raznih talnih oblog in stavb nasploh, že uporabljajo ta odpadni material, ko se zgradbe rušijo; To, ko so renovacije starih objektov, se mogoče del poruši, del tistega materiala pa se ohrani in se mogoče v nekem novem elementu uporabi. Drugače pa plastika, papir in to pa se mi zdi, da s tem kurjenjem, ko imajo tudi v Avstriji v Gradcu te tovarne za izkoriščanje toplotne energije, in potem tudi posledično pridobivanje elektrike, mislim, da bo to vedno več. Ker

zmanjkuje prostora praktično za skladiščenje teh odpadkov. Verjetno se zaostrejuje tudi ti pogoji, da lahko sploh ti skladiščiš te odpadke (že smrad). Mislim, da bo vedno več tega.

Torej, če prav razumem, ti govoriš o kurjenju na splošno. Uničevanju.

Kurjenju, ja. Mislim del odpadkov, ki se ne da več reciklirati. Sicer lahko je plastika, ampak tista plastika, ki se ne da več reciklirati, ali pa da je embalaže že tako uničena, da ni več primerna za to, to se načeloma potem skuri. Tisto, kar pa se da reciklirati, da še pač je uporabno za reciklažo, tisto se pa reciklira. Tam imajo tako; tisti del, ki se da reciklirati, ger v reciklažo za ponovno uporabo, tisti del odpadne embalaže, ki pa se ne more, pa se skuri. Tako da se praktično ves odpad, mogoče odpade kakih par odstotkov, to je res minimalno, se praktično vse uporabi. Če že ne ra reciklažo za nove izdelke, se pa za električno oziroma za pridobivanje energije uporabi. Tako da na splošno, iz teh vseh odpadkov, tudi iz tega odpadnega blaga in tega, vem, da se šiva razna polnila ali pa se kakšne lutke delajo. V glavnem, vedno več je tega. Pa tudi bo, po moje.

Pa ti sama tudi uporabljaš te reciklirane stvari? Zdaj oblačil ne, to sva predelali, ampak...

Gledam, da je pač embalaža razgradljiva, vem, ene šampone uporabljam, ki imajo embalažo biološko razgradljivo. Potem gledam, ko se kupujejo izdelki, da imajo tisti značek gor, da se da reciklirati. Pa čim manj nekih izdelkov z odvečno embalažo.

Pa tiste izdelke, ki jih pa kupiš v embalaži, si kdaj ponovno uporabila embalažo?

Plastičnih vrečk za trgovino več ne uporabljam, uporabljamo te bombažne, razen če res nenapovedano grem v trgovino potem pač vzamem to plastično vrečko, drugače pa te plastične vrečke mi načeloma, včasih, če je kakšna že tako malo rabljena potem namesto nove za smeti namenjene, pač to uporabimo. Pa potem to zavržemo med smeti. Ne ostane tako, da bi kar tako plastična vrečko od trgovine vrgla tako v smeti, ampak se pač notri smeti dajo, v glavnem. Ali pa te stvari, ko staro garderobo praznim, recimo, pa jo dam v to vrečko iz trgovine, pa dam potem v ta keson. Tako da nekako skušamo večkrat uporabiti.

Super. Pa uporabiš ponovno kdaj tudi te plastične embalaže, za kakšno shranjevanje stvari?

Uporabljam vsekakor škatlo od čevljev, to uporabljam, če imam kakšne drobnarije, pa se to notri da. Načeloma, kar se da pač uporabiti. Mogoče steklenico plastično, vem, da zdaj imam eno, ko imam notri vedno vodo za rastline, za gnojila; ne kupim zdaj namenoma neke plastične steklenice, da bom mela zdaj jaz notri gnojilo, pač uporabim tisto staro od doma. Pa potem, dokler še je v redu, jo uporabljam, ko pa je že tako malo bolj preperela pa pač zamenjam z drugo.

Zakaj pa, po tvojem mnenju, se ljudje poslužujejo alternativnih potrošniških praks? Na splošno gledava. Kaj misliš?

Nekaj je v tem, da je to nekaj novega in da je to zdaj popularno tudi. Zdaj, če to ne bi bilo tako popularno, da ne bi tega zdaj vsi delali, da ne bi bilo 'in', po moje tega toliko ne bi bilo. Zdaj pa je to 'in' in se vedno to poudarja in vedno več ljudi o tem govori, več ni to takšen tabu tema. In verjetno tudi ljudje potem, kako bi temu rekla, mogoče ponosni na sebe, da lahko nekaj naredijo in da smo nekaj dobrega naredili, če že se pač vsak dan vozijo z avtomobilom, recimo sami v službo. Mogoče se tu nekako hočejo oddolžiti za to pač, koliko pač s tem prevozom škodujejo.

Torej misliš, da so ljudje že malo bolj ekološko oziroma okoljsko osveščeni?

Tudi. Vedno več je tega in vedno več se tega poudarja in če vsak teden najmanj enkrat na televiziji ni, potem... Nekako se skuša, zdaj se ta električna vozila promovira in te poskusne, vožnje... In že tako, po ulici, ko greš, te vedno neki plakati opozarjajo: Ločuj. Že reklame... V glavnem, neko propagando se gremo.

Intervjuvanka 3, 22 let, živi v Ljubljani, doma iz Ljutomera. Intervjuvanka 4, 30 let, iz Ljubljane, bodoča mamica.

Kakšno je vajino mnenje o varovanju okolja? Vama je okolje pomembno? Kakšen imata pogled na to, v kakšnem okolju živita?

I3: Jaz se smatram za osebo, ki ji je okolje pomembno. Ampak se mi zdi, da za to naredim premalo. Lahko bi več, glede na to, da se vse začne pri posamezniku. Veliko stvari je, ki bi jih lahko več naredila, ampak jih ne, ker mi to otežuje bivanje. Saj ločujem, kar imamo pred blokom, papir, biološke odpadke in ostalo. To ločujem. Steklo, na primer, za katerega nimamo posebej kontejnerja, kar je steklenega, ne nesem 1 km stran v kontejner. Pač ne ločim. Drugače se mi zdi pomembno, ampak je verjetno v posameznikih problem, saj si misliš, saj pri enem se začne, si misliš, kaj bom jaz naredila. Kar je načeloma globalni problem.

I4: Pri meni je stvar podobna, ločujem, sicer bioloških odpadkov ne, imam pa embalažo posebej, papir. Pazim, da ne mečem kar po tleh.

Kaj pa kakšni drugi načini?

I3: Ja, ne odlagam odpadkov povsod, so pa še verjetno kakšni drugi načini, ki se jih pa ne poslužujemo.

I4: Pa z avtobusom se vozimo.

I3: Pa uporaba prevozov, midva, zmeraj ko greva v naše kraje, objaviva prosta mesta. Zdaj je pa tu vprašanje, ali je to ekonomski razlog ali... Prvotni razlog verjetno ni, da varčujemo okolje.

Kaj pa varčevanje z vodo, elektriko, ogrevanjem...

I4: Mnogi so zobe umivajo tako, da voda skos teče. Jaz sem na to zelo občutljiva. Rabiš, kolikor rabiš vodo, tudi nisi 100 let pod tušem.

I3: Isto z elektriko, že iz ekonomskega vidika, varčujemo. Če s tem še pomagamo okolju, zakaj pa ne.

Če povežemo okolje in nakupovanje, mislita, da lahko z načinom nakupovanja vplivamo na okolje?

I4: Ja, seveda. Ravno zdaj imam, ker otroka pričakujem, sem na Bolha.org za 50 EUR kupila 50 oblekic. Noro, res. In to oblekice, ki so bile nošene samo pri enem otroku. Tako res nove oblekice in je škoda, da bi novo kupoval, ko je ena sama takoj 5 EUR.

In boš potem, ko bo tvoj otrok prerasel, verjetno dala naprej. I4: Naprej, seveda.

I3: Jaz bi se tudi tega poslužila. Zdaj sem videla, H&M uvaja reciklirane materiale. Tako da, zakaj ne bi kupila?

Pa verjameš temu, da je to dejansko reciklirano? Ali je to samo stvar reklame oziroma ker je moderna reciklaža in tako privabijo stranke?

I3: Nisem se poglobljala, tisto sem prebrala, kar je bilo na vrečki, pa se mi je zdelo fino. Zdaj ne bom kupila tistega izdelka, ker je recikliran, ampak se mi pa zdi v redu, en korak naprej. Če ne drugo, že sama promocija tega.

I4: Tudi nakupovalne vrečke, recimo, jaz uporabljam eno in isto dokler se ne strga. Ali pa uporabljam tisto platneno.

I3: Jaz tudi imam vse doma platnene, 4 imava tudi v avtu, tako da nikoli ne vzamem nove na blagajni.

I4: Ali pa kupiš reciklirano.

Kaj pa nasploh, če nakupujeta, recimo oblačila, pa čevlje pa modne dodatke, kaj vama je pri izdelkih pomembno? Kaj je tisto, zaradi česar kupita izdelek?

I4: Meni izgled, po pravici povedano.

I3: Ja, izgled, to, kar paše k tebi, k tvojemu osebnemu stilu. Potem je cena.

I4: Potem je cena, potem pa kvaliteta.

I3: Odvisno, kaj kupuješ in za koliko časa.

I4: Ja, če so to zimski škornji, daš malo več, če so to pa poletne superge, je pa vseeno, če so 20 eur.

I3: Za kakšne modne dodatke pa, midva sva zelo veliko krat šla na kakšne sejme, na katerih prodajajo blago, ki je že rabljeno. Meni je ta stil všeč. Pa še ceneje po navadi.

I3, ti so omenila te *vintage* sejme, to je alternativa modernemu potrošništvu. S še posluži kakšnih drugih?

I4: Ja, jaz ko gledam zdaj tole za otroka, je na Celovski cesti ena trgovina z rabljenimi otroškimi zadevami. Maš vse, od oblačil, do vozičkov, do vsega živega. Po naključju sem šla tja, nisem še sicer kupovala, ampak vse je rabljeno. Pa tudi cene napišejo, za koliko kaj vzamejo. Fajn zadeva, zelo dobra.

Kaj pa kakšne druge oblike alternativ? Recimo ponovna uporaba kakšnih izdelkov iz gospodinjstva (na primer plastenke).

I4: Ja, jaz jih imam veliko za vodo. V plastenko si vodo nalijem. Potem pa imam ene dva dni vodo, ker mi nekak ni, da bi dolgo imela tisto vodo v eni in isti plastenki.

I3: še boljša alternativa plastenkam pa je Flaška, ta steklena. Pa imaš eno in jo skos uporabljaš. Drugače pa moja mama dela iz platenk vaze, svečnike in druge podobne stvari. Meni se zdi zelo dobra ta uporaba stvari. Pa iz časopisa dela. Jaz osebno pa ne, samo koristim mamine izdelke (smeh).

I3, ti si že omenila, da z rabljenim blagom imaš izkušnje, pa ti, I4, si kupovala že kdaj rabljeno?

I4: Ne. Novo kupim ali pa če od koga dobim, pa da mi je všeč, vzamem. Teh nosečniških oblek sem zdaj veliko dobila, je škoda kupovati.

Torej glede rabljenega blaga nimata nekih predsodkov?

I3, I4: Ne.

I3: Čeprav jaz sem za Karitas enkrat poskusila dati naprej, in zahtevajo iz čistilnice oblačila. Jaz si želim dati, pa nisem umazana in če jaz lahko vzamem od nekoga, zakaj nekdo ne bi mojega opranega...

Poznata še koda drugega, ki kupuje rabljeno oziroma ki se navdušuje nad tem?

I3: Precej prijateljic, zaradi stila. Ta *vintage* stil se zdaj nosi, če je pa res staro, ima še pa toliko večjo vrednost.

I4: Jaz pa ne poznam.

I3, če pomisliš na te prijateljice, bi lahko potegnili eno črto osebnostnih lastnosti čeznje? Poteze, ki so jim skupne?

I3: Ja, vse so take urbane, ambiciozne, študirajo, z nekimi svojimi načeli, ambicijami, ki jim sledijo. Pa tudi z izoblikovanim mišljenjem.

Torej, ti I3, rabljeno kupuješ zato, ker ti je všeč stil. Ja. Pa kupuješ tu po Ljubljani?

Ja. Pa preko interneta, Mojbutik varianta? Sem gledala stvari, pa nimajo nič takega. Pa še več časa zahteva, da naročiš, da pride, pa potem mogoče nisi niti zadovoljen. Jaz pač grem pa kupim, če kaj najdem.

Misliš, da bi se v prihodnosti lahko še bolj razvile te alternative potrošniški praksi?

I4: Ja mogle bi se, ne.

I3: Po mojem mnenju bi bilo dobro, da se najde kakšen oblikovalce, ki naredi neko oblačilo še boljše, kot je. Ker, nekdo, ki ga določeno oblačilo zanima, bi si želel oblačila, ki je še boljše, kot je obstoječe.

Ampak mislita, da se bo ta obstoječa trgovina z rabljenim blagom razvila? Ker, če pogledamo te trgovine v centru Ljubljane, vidimo, da so prazne. Sem se pogovarjala z lastniki teh trgovin in pravijo, da večinoma pri njih kupujejo tujci, torej turisti. Kaj mislita, kakšen je vzrok za to?

I4: Mi Slovenci smo tako, če na avtomobile pogledamo, recimo, vemo, kakšne so plače, vemo, koliko jih je na minimalni plači, vozni park je pa enormno dober. Da bo pa imel rabljeno obleko v audiju – ne bo šlo, a ne.

I3: Predsodke imajo verjetno ljudje. Umazano.

I4: Ja, kdo je to nosil, v kakšnem okolju je to bilo, koliko časa je to stalo v neki omari na podstrešju...

I3: Po mojem bi morali ljudem promovirati na način, da je to dejansko dobra, 'nobel' zadeva. Zdaj dojemamo to kot, če nimaš denarja za novo, greš tja. Čeprav, zdaj lahko že zelo poceni dobimo novo blago – zakaj bi dala za eno majčko 5 eur, ki je bila rabljena, če lahko dobim novo. Verjetno veliko ljudi razmišlja na ta način.

Kaj pa kakšni boljši sejmi, sta bili kdaj?

I3: Ravno v nedeljo sva bila. Tukaj na Viču, pri Snagi. Ampak niso bile v redu stvari. Ker je bilo rečeno, da je *vintage*, sva šla tja pogledat, nekako s pričakovanjem, kaj vse bova našla. Pa niso bile v redu stvari. Odpad. Kupila sva kladivo, ki ga ravno potrebujeva. Aja, pa knjigo. Da bi pa res imeli kaj takega, kar bi bilo uporabno, to pa ne.

I4: Jaz sem kot otrok hodila na Gospodarsko razstavišče po te zimske zadeve, pancerje rabljene, smuči.

I3: Pa zadnjič sva bila v Park Tabor, tam so imeli večinoma oblačila. Mislim, da je vsako prvo soboto v mesecu. Tam so pa res lepe stvari bile, take res *vintage*. Pa tudi taki ljudje to prodajajo, na nivoju. Tam na boljšem sejmu pa, grdo rečeno, kot da Romi pridejo prodajat svoje stvari, ki niso več uporabne. Tega ne prodajajo, ker bi se jim zdeli v redu, da to nekdo ponovno uporabi. To prodajajo, ker pač potrebujejo denar. Velike razlike so med obema vrstama sejma.

I4: Jaz recimo, ti forumi ki so, živalski. Za ta zavetišča in društva zbirajo denar in naredijo enkrat na mesec približno, licitacije. In dajo gor od cunj, do svečnikov, do vsega, kar ne rabijo. In dajo neko izklicno ceno, zlicitiraš in se da potem za živali Preko tega sem veliko kupila. Zdaj sicer že nekaj časa ne, in sem jim kupovala in gor dajala svoje stvari. To je pač šlo v dobrodelne namene. Tako, ene trije živalski forumi imajo to.

I3: Saj na Facebook-u je velik porast tega. Jaz sem ravno všečkala eno stran, ne vem točno, kako se ji reče, ampak za rabljena oblačila je, prodajaš, daš sliko gor, ceno. In te drugi kontaktirajo. Ustvariš si svoj album na svojem profilu in ga potem deliš na tej strani. Je v bistvi stran za promocijo tega, ker oni nimajo nič od tega.

I3, ti kupuješ rabljeno, se ti zdi, da za svoje potrebe najdeš dovolj stvari v Sloveniji?

I3: Ne, mi je premalo. Ne najdem stvari, ki bi si jih želela. Na primer, zelo dolgo že iščem eno *vintage* torbico, kot aktovko, ampak original *vintage*. Ali pa kakšne broške, nakit predvsem. Pomembno je, da trgovina že po izgledu vabi kupce.

Zmoti fant od I3, ki prekine intervju. Smo pa tako ali tako že končale.

Intervjuvanka 5 (31 let) in intervjuvanec (28 let), Maribor, študenta.

Kakšen je vajin odnos do okolja? Kako razumeta okolje? Vama je pomembno okolje?

I5: Ja, ločujemo (*smeh*). Seveda je pomembno okolje, pa tudi varovanje okolja. Včasih se to ni toliko ozaveščalo, niti nismo, ne, da nismo vedeli, ampak ni se ti zdelo pomembno.

Intervjuvanec: Ja, je pomembno varstvo okolja. Absolutno. Ker na okolje smo vezani, če ne delav v redu z okoljem, se ti bo to enkrat povrnilo.

Misliš, da ni že prepozno?

Intervjuvanec: Ja odvisno, kaj gledaš. Prepozno ni nikoli – za začetni z boljšimi ukrepi in boljše delat z okoljem. Dobro, zdaj če misliš prepozno glede vremena, teh podnebnih sprememb, to so pač teorije. Eni pravijo, da ja, eni pravijo, da sploh človek ni kriv... Tako da, to... Ne vem, no... Je pa vsekakor pohvalno, da se vzpodbuja večje ravnanje z okoljem v vseh pogledih. Al je to zdaj, da ti vržeš papirček na tla ali je to, da se kam z avtom ne pelješ in greš raje peš. Ločevanje odpadkov, to je tudi pozitivno, čeprav se da podebatirati spet naprej.

Pa vidva aktivno...

Intervjuvanec: Jah, kako aktivno, tako v kakšnih organizacijah pač nisva, se pa pač malo kontroliraš, da poskusiš pustiti čim manj posledic na okolje. Tako smo bili že vzgojeni.

Pa konkretno ločevanje, pa ponovna uporaba stvari, ki...

Intervjuvanec: Ja, na obroke ločujeva ja, no, dobro, kdaj že vržeš tudi kaj tako kam, ne glih v ločeno, ampak, dobro no. Ja, no, se pa malo trudiš.

Pa mislita, da je to dovolj, kolikor se trudita?

I5: Če bi se vsak toliko trudil, kot se eni trudimo, mogoče bi bilo vse skupaj veliko boljše. Ampak ne moreš, ti sam kot posameznik se lahko...

Intervjuvanec: Po eni strani je malo, no recimo, če se navežemo na odpadke, je... Problem je v tem, kaj se potem s temi odpadki zgodi. Če bi se to dejansko res vse predelalo in recikliralo, pa ločilo pa še enkrat uporabilo, bi bilo to smiselno delat. Tako pa, recimo, ti se tako nekaj trudiš, kaj pa potem ta podjetja naprej s tistimi odpadki naredijo, je pa druga stvar. Ja, pač ti narediš svoj del, ne. Ti se potrujiš, ločiš zadevo, naprej pa tako ali tako ti ne moreš vplivat na to, kaj potem naprej s temi odpadki naredijo. Ker se pa ne predela vse in ravno tako gre v deponije. Ampak v redu, je pa en korak naprej, če ne drugo, se vsaj ljudje malo ozaveščamo. Ni pa to dovolj, bi lahko še malo bolj konkretno.

I5: Ne, morali bi imeti prav nekoga, ki bi dejansko kontroliral, kaj ljudje okolju delajo. Da bi imeli redarsko službo – ne za parkiranje ampak za onesnaževanje.

Pa mislita, da bi bilo to učinkovito?

I5: Ja, jaz mislim, da ja.

Intervjuvanec: Bolj že. Ker danes najbolj človeka naučiš tako, da ga udariš po žepu. Ker lepe prošnje sicer delujejo, ampak zelo zelo zelo počasi.

I5: Edino, da bi tako, da ga javno osramotiš. Tako je rekla ena punca na mladinski izmenjavi v Romuniji, da, če vidi nekoga, ki vrže cigaretni ogorek ali smet, ga opozori; reče: ej, vrgel si, poberi. In če noče, naredi kraval, da vsi slišijo, češ, jaz bom tvoje smeti pobirala. Da ga osramotiš. Ampak za takšno stvar si moraš upati, pa energijo, da se s tem potem še ubadaš.

Mislita, da lahko tudi z našimi odločitvami o nakupovanju vplivamo na okolje? Če zdaj ta okoljski vidik povežemo z nakupovanjem ...

Intervjuvanec: Ja, normalno, da lahko. Recimo, pri nakupu avta lahko gledaš na to, da poskusiš kupiti takšnega, ki ima čim manjši izpust CO₂. Na primer. Oblačila, da zadevo dlje časa uporabljaš in ne kupiš takoj nove, ko se ti zahoče, ampak jo kupiš šele, ko jo res potrebuješ. In s tem kupiš manj stvari in jih tudi vržeš v okolje manj. Druga stvar je pa spet ponovna uporaba, reciklaža, da predelaš zadevo...

I5: Po moje bi lahko tudi na tak način, da enostavno ne greš v trgovino za vsako malenkost. Ampak to posameznik ne more, to bi moralo biti masovno. Kot ene vrste bojkot, pa da se potem trgovine začnejo počasi zapirati. Zdaj pa so v nedeljo cel dan odprte – tudi s tem vplivaš na okolje. Od elektrike, do izpustov... Da imaš, ne vem, siesto, recimo. Zakaj pa ne, dve uri na dan. Ali pa da se zvečer prej zapre.

Intervjuvanec: Absolutno. Tudi na ta način. Ampak ni problem v tem, koliko časa je trgovina odprta, problem je, kaj ti kupiš.

I5: Ja, eno z drugim.

Intervjuvanec: Lahko pa greš ti v tisti eni urici, ko je odprta, pa boš nakupil toliko robe, da ne boš vedel, kam z njo.

I5: Ampak že s tem, recimo, dve uri na dan je to toliko manj elektrike, ki se porabi...

Intervjuvanec: To ja, to ne rečem...Ti stroški, ki so povezani s samo trgovino, dobro. To je res, ja.

I5: Sicer je to minimalno, ampak še vedno...

Intervjuvanec: Tista elektrarna bo v vsakem primeru delala tam, bo kurilo, sicer na najmanjših obratih verjetno, ampak v redu. Ta potrošnja je stvar celega kapitalističnega sistema, ki, ne ravno, da te sili, noben ti s pištolo ne sili v glavo, da greš kupit nekaj, ampak toliko smo obdani s temi zadevami, pa reklamami, a ne. Sam način življenja je pač tak, da moramo imeti te razne pripomočke in moraš it nekaj kupit, no.

Kakšen imata pa vidva odnos do kapitalističnega sistema, ki si ga ravnokar omenil?

Intervjuvanec: Kaj pa vem... Po eni strani ne bi nihče rad šel živeti nekam, kjer ne bi bilo nič in bi si enkrat na 10 let kupil eno stvar. Ne vem no, jaz to ne bi ravno rad šel. Poleg tega, če pogledaš recimo kakšne te države, ki

niso bile v kapitalističnem sistemu, dolgo časa nazaj, vidiš, da je tam včasih še večji problem z okoljem kot pri nas. Po drugi strani pa je ravno ta masovna potrošnja, ko moraš kupiti... Negativno bi ga ocenil, ker na dolgi rok to ne gre. Na dolgi rok sigurno, že če gledaš resurse, ki so na zemlji, kdaj se bodo še Kitajci začeli v to spuščati; so se že no. Amerika je tako ali tako že 100 let v temu da je to masovna proizvodnja, Evropa tudi. Ne vem, no. Ne bo to šlo več tako naprej. Z reciklažo pa dejansko ne moreš predelati toliko materialov, kolikor jih mi porabimo. Ker ne moreš nikoli 100 % predelave narediti in ne bo šlo več tako naprej. Ne rečem, na kratki rok že, na dolgi rok pa sigurno ne. 7 milijard nas je že zdaj na svetu, pa da bi vsi hoteli kupovati in samo novo robo, pa vsi se z avti vozit... To ne gre skozi. Je pa tako, če bi moral izbirati, v katerem sistemu bi živel, nam je dejansko tukaj najlepše, konec koncev. Eden tam, kaj pa vem, v Severni Koreji... Saj so verjetno tudi srečni, ampak srečni so zato, ker drugega ne poznajo. Ti si enkrat v tem bil in bi pogrešal te zadeve.

I5: Razvajeni smo.

Intervjuvanec: Ja, saj, razvadili smo se.

I5: Ja, ker so trgovine odprte, če ne bi bile, tudi mi ne bi bili tam. Po drugi strani pa škoda, da niso skozi odprti, še ponoči.

Intervjuvanec: Poleg udobja, ki je glavna prednost tega, je recimo tudi konkurenca. In konkurenca ni slaba stvar. Samo če bi začeli malo bolj poudarjat te eko zadeve, bi lahko podjetja med sabo tekmovala, kdo bo bolj eko. Pa imaš izbiro: Lahko greš v trgovino, kjer ti garantirajo, da njihova proizvodnja temelji na vzdržni, trajnostni pridelavi kave, recimo. In jaz bom šel kupovat samo tisto kavo, za katero mi oni garantirajo, da je pač trajnostno prijazna do okolja. Imaš izbiro. Lahko greš kupit, namesto, da greš kupit klobase, ki so zapakirane v tisti vrečki, ki jo boš moral potem stran vreči, greš lahko k mesarju, pa ti bo dal klobase, v papir, ki je bolj razgradljiv. Lažje ga recikliraš in podobno. In že s tem bi lahko malo pripomogel. Zakaj bi moral tisto embalažo še kupiti zraven, pa jo potem vreči v smeti.

I5: Dejansko je vseeno, ker nekdo pa bo kupil tiste pakirane klobase.

Intervjuvanec: Nekdo bo. Ti lahko vplivaš samo nase pa mogoče še na bližnjega, na druge ne. In če bi vsi imeli tak odnos, 'glej, saj ne moremo nič spremeniti', potem se na svetu tako ali tako ne bi nič spremenilo. Ti lahko svoje otroke naučiš, pa mogoče boš še na koga vplivala, je pa res, da pa je to izbira posameznika. Eni že zdaj mečejo tam vse na tla, jaz pa od otroštva do zdaj pa nisem vrgel ene vrečke na tla. To je stvar vzgoje.

Zanimivo, jaz osebno na ta vidik nisem nikoli pomislila. Če kupim hrenovke, jih kupim pakirane.

Intervjuvanec: Ja, ker si navajen, ker je najhitrejša, ker so najcenejše. Ker onemu ni treba mesarja tam plačat. Tista vrečka ga pride en cent.

I5: Trgovino imaš na vsakem vogalu, mesarja pa ne. Dobro, tudi vrečko si neseš s sabo, je ne vzameš tam.

Intervjuvanec: Ja, to recimo, da imaš svoje vrečke, to je tudi kul. Tako da ja, lahko vplivaš na določene zadeve, ampak pri sebi bolj, kot pri drugih.

Če pa zdaj pogledamo nakupe oblačil, čevljev, modnih dodatkov; kako dojemata te izdelke, kaj vama je pri teh izdelkih pomembno?

Intervjuvanec: Cena (*smeh*). Trenutno cena. No, če bi pa imel malo več izbire, kar se financ tiče, da bi si lahko privoščil tudi kaj drugega, da cena ravno ne bi bila najbolj pomemben dejavnik... Ja ne vem, kakovost izdelave verjetno. Ker si sit teh čevljev, ki ti razpadejo po enem mesecu. Pa dizajn. Saj, kdo si pa hoče grde čevlje kupiti... Kaj pa je od tega bolj pomembno, hja, če bi bili grdi čevlji, pa dobro narejeni, pa eni lepi čevlji, pa malo manj dobro narejeni, bi si jaz verjetno lepe čevlje kupil. Pač, če bi si lahko to privoščil. Trenutno mi je prioriteta cena, potem pa dizajn in kvaliteta sta pa nekje približno na istem mestu. Pri oblačilih isto.

Katerih alternativni potrošniških praks se pa vidva poslužujeta?

Intervjuvanec: Kaj pa so alternativne prakse?

Vse, kar je drugače od množičnega nakupovanja. Ponovna uporaba, Kupovanje rabljenega blaga, Pravična trgovina (Fairtrade) ...

I5: Ja, ponovno uporabim kakšne embalaže, kupujemo rabljeno blago, recikliramo, zelenjavo si od doma, iz maminega vrta, prineseva. Jaz si nekatere stvari naredim sama. Mila in kreme za osebno nego imam skoraj vse svoje, pletem tudi, sem si naredila kapo in rokavice.

Intervjuvanec: Včasih na Bolhi kupiva kakšno pohištvo. Cunje nosiva, dokler jih lahko nosiva, ko jih pa že več ne moreš nositi, jih verjetno vržeš stran.

I5: Oblačila tako ponosiva, da jih nihče več ne more, edino za pogojno uporabo v gospodinjstvu. Ampak dejansko so po navadi tako uničena, da jih samo še vrževa.

Intervjuvanec: Pa kakšne cunje dobimo od kje, to je tudi ponovna uporaba. Pač, če pride možnost, pa če je lepa stvar, jo ponovno uporabiš, zakaj pa ne. Seveda, absolutno, če mi je bila všeč pa če mi je pristajala, velikokrat. Velikokrat. V teh second-hand shop-ih pa nisva kaj veliko kupovala zaenkrat. Jaz nisem še nič kupil. Edino en pas si mi kupila.

Ampak vseeno torej imata izkušnje s trgovinami z rabljenim blagom?

I5: Ja.

Kako je sploh prišlo do tega?

Intervjuvanec: Simona je začela delat magistrsko nalogo (*smeh*).

I5: Ja, v bistvi si ti začela s tem second-hand-i.

Intervjuvanec: Opozorila si na to, potem pa smo začeli malo gledat, recimo, kje sploh so, ker jih prej niti nisi opazil.

I5: Še prej pa preko kakšne Bolhe, ali pa od koga drugega. Me smo že od malega bile navajene, da nosimo za drugimi, od kogarkoli. Ker smo veliko oblačil, lepih oblačil, dobile iz Avstrije od sorodnikov. Pač nosiš, če je v redu. Kdo si recimo ne predstavlja, da bi od bližnjih nosil oblačila, me smo pa navajene tega. Tako ali tako cunjo opereš, zlikaš. Kašno vezo ima, kdo jo je prej nosil, tudi če je imel uši. Glej, če je bilo oprano, zlikano, je vseeno.

Ko se odločita za nakupovanje rabljenega, zakaj gresta v trgovino z rabljenim blagom? Zakaj ne v novo?

I5: Po navadi imajo v trgovini z rabljenim blagom cenejše stvari. Drugič pa, najdeš včasih kakšno zanimivo stvar, ki pa je pri novih nimaš. Enostavno greš pogledat, pa vidiš, če ti kaj odgovarja. Pa še v redu cene so. Mogoče je tudi kvaliteta boljša. So primeri, ko imaš blagovne znamke, ki jih lahko dobiš veliko ceneje kot pa novo. Po mojem mnenju najprej gledaš na ceno. Pa če greš pogledat v Second-hand, saj te nič ne stane, mogoče pa najdeš kaj zase.

Po vajinem mnenju, kakšni ljudje pa zahajajo v tovrstne trgovine? Mislita, da obstaja prav kakšen profil ljudi? Ali pa, kakšni ljudje uporabljajo rabljeno blago? Ali pa kakšne značilnosti, ki te ljudi družijo?

Intervjuvanec: Ne vem, če je prav en določen profil ljudi. Vsi iščejo poceni izdelek. To je skoraj sigurno. Ena od lastnosti, saj so lahko tudi druge. Verjetno ti ne boš šel na Bolho, če si milijonar.

I5: No, zakaj pa ne, na Bolhi ali pa kjerkoli drugje lahko dobiš kakšne takšne stvari, ki pa jih novih ne moreš kupiti.

Intervjuvanec: V redu, ja, to je res. To čisto sigurno. Po moje je večina bolj zaradi cene. Večina. Pod drugo je pa tudi tako, zakaj pa bi bila second-hand trgovina kaj drugačna kot navadna trgovina? Saj v navadno trgovino greš tudi pogledat, če boš našel kakšen poseben kos.

Ampak tam ni posebnih kosov, ker jih imajo 100 komadov iste vrste, samo v različnih velikostih.

Intervjuvanec: Ja, jaz mislim, da je poglavitna zaenkrat cena.

I5: Jaz pa mislim, da ne glede na ceno pa lahko pridejo tudi malo premožnejši. Ker lahko kupiš kakšno drugačno stvar.

Intervjuvanec: Torej modno osveščeni.

I5: Ja, zakaj pa ne? Saj najdeš tam marsikakšno stvar. Odvisno tudi verjetno od trgovine.

Intervjuvanec: Mogoče tudi mladi kaj hodijo. No, saj pravim, nimam izkušenj, ampak se mi zdi, da bi lahko... Mladi nimajo denarja in iščejo drugačnost.

I5: Ni res. Danes, ko sva bili, samo stari ljudje. Velika gneča, pa samo stari ljudje. No, ne stari, srednjih let – 40 +.

Intervjuvanec: No, to je pa zanimivo, a ne. Ker mladi se hočejo bolj ven metat z drugačnostjo. Pa denarja več ali manj nimajo. Po drugi strani pa v novih trgovinah kupujejo cunje, ki izgledajo, kot da so rabljene, za en velik denar. (*smeh*) Ker je to modno.

I5: V bistvu je zanimivo, ja.

Intervjuvanec: Tako da, v bistvu bi lahko ta second hand malo bolj oglaševali pri kakšnih mladih. Mogoče ne poznajo ali pa ne pomislijo na to.

Kaj pa v prihodnosti, mislita, da se bo ta alternativa še razvijala, širila še naprej? Konkretno, z rabljenimi oblačili oziroma na splošno.

I5: Jaz mislim, da je potencial, no. To se zdaj tako ali tako zelo promovira; če se najdejo kakšni dobri načini recikliranja... Ne vem, da imaš recimo plastiko, in da ne ostane v takšni obliki, kot je, ampak da se jo reciklira, na primer v zidake. Na pamet govorim. V nekaj, da na tak način to ponovno uporabimo. Mogoče, zakaj pa ne. Ali pa akorkoli drugega, saj je vseeno. Cunje za izolacijo, nekaj.

Torej imaš bolj v mislih predelavo, ne toliko ponovno uporabo.

I5: Mogoče. Ponovne uporabe je pri določenih izdelkih, kjer je ponovna uporaba mogoče. Pri ostalih pa pač predelava – reciklaža.

Intervjuvanec: Na splošno ja, to je zdaj ud trend. Predelava, recikliranje, eno je, zaradi tega varstva okolja, drugo je, ker so surovine vedno dražje in tehnologija gre naprej in če lahko ti nekaj ceneje narediš, kot bi pa bilo, če greš kupit nekam, pa da si potem še malo neodvisen, recimo Evropa od kakšnih azijskih surovin, ali pa kaj takega. Pa če s tem še izboljšaš tisti material, ne vem, da narediš boljšo izolacijo iz starih cunj, kakor bi bila pa iz tiste neke steklene volne, seveda. To bi šlo vedno bolj, pač, bo to recikliranje.

I5: Ampak, veš, zdaj smo še zelo na začetku s tem recikliranjem. Saj smo še komaj pri zbiranju zamaškov, mi smo še komaj pri ločevanju odpadkov. Saj smo še 100 let za marsikom.

Intervjuvanec: Ampak, ti odpadki so hud 'biznis', dejansko. Ta podjetja znajo s tem na veliko služiti. To se taki denarji obračajo, da te glava boli.

I5: Ja, samo kaj, ko gre ves ta denar ven, iz države. Saj nič ne ostane.

Intervjuvanec: Ja, ampak na splošno. Saj se ne pogovarjamo o Sloveniji. Pa če že, oni na Jesenicah predelujejo staro železo; pripeljejo iz Rusije, stopijo, naredijo novo in prodajo po deset krat višji ceni. Vsa evropska podjetja, ki se ukvarjajo s temi kovinskimi zadevami.

I5: Ja, ampak to delajo v Sloveniji, ker drugje ne smejo zaradi njihovih okoljskih predpisov.

Intervjuvanec: Ne ne ne, včasih so, recimo, rudo predelovali. Danes pa rudo predelujejo v Aziji, ker je to umazalo, tu pa kvečjemu predelujejo staro železo. Da ti stopiš kos železa ali pa da dobiš železo iz rude sta konkretno drugačna postopka.

Ampak okolje se verjetno še vedno onesnažuje z obema postopkoma, tudi s čistejšim predelovanjem starega železa. Ali?

Intervjuvanec: Veliko manj. Tam si potreboval plavž, pa tam notri si moral nasuti tisto rudi in iz tiste rude je šlo v zrak vsega boga. Tu pa dejansko železo stališ in ne gre veliko ven. To je zdaj preprosto povedano, ampak to je veliko bolj čisti postopek. Nobenih tistih plavžev ni, dimnikov ogromnih... Včasih so bile Jesenice rdeče od rude, tisti prah. Vsi bloki so bili rjavi. Danes lahko tam solato gojiš, pa ne bo nič narobe. V glavnem, recikliranje ima prihodnost, v tem so še veliki denarji, tam kjer je pa denar, tisto pa zanima, kapital kapitalizem zanima. Medtem ko pa, če pa govorimo o teh second-hand trgovinah z oblačili, te bi imele možnost, se mi pa zdi, da se to nič ne oglašuje, nič se ne ve o tem, ni jih veliko. Ne vem, marketing jim zelo šepa, če mene vprašaš. Saj pravim, dokler nisi ti začela s tem ukvarjati, se niti pomislilo ni, da obstaja second-hand. Da bi sploh kdaj šel pogledat tja... Tako da, to se mi zdi res čudno, zakaj ne uvedejo malo bolj konkretnega marketinga.

Tako kot je I5 rekla, ker smo še na začetku.

Intervjuvanec: Ja. Recimo, naj ta Evropska unija začne to promovira, pa jim nek denar nakaže in naj se začne malo oglaševati. Pa tudi, prideš v samo trgovino, je vonj po nekih čudnih oblačilih...

I5: Ja, samo tam so bile cunje neke stare in znošene. Grozno. Tako da, to ni bilo second-hand, ampak third-hand. To je ena takšna. Če greš pa v druge trgovine pogledat, pa skoraj sploh ne veš, da so rabljene stvari.

Intervjuvanec: No, enemu torej nekaj manjka, nekaj še ni čisto v redu... Ker pa, da pride kupec tja, pa da se mu zdi čisto brez veze, da tam sploh čas meče v tisto, potem nikoli več ne bo šel tja gledat. Naj trgovine naredijo malo selekcije – ali ni teh cunj dovolj, ali hočejo res prodati čisto vse, kar dobijo...

I5: Ne dobijo, sami si zberejo, kar hočejo imeti.

Intervjuvanec: Hehe, potem imajo pa, izgleda, preslabo cenzuro, a ne. Tako da...tudi tu ne moreš vsega prodati.

Ne, prodajalka tukaj v trgovini je rekla, da vrhovni določijo; ne lastniki podjetja, ampak direktor in tisti, ki imajo marketing čez. Oni določijo, katere cunje bodo šle v katero državo. Sedež podjetja je na Slovaškem, in po Evropi imajo oni v različnih državah poslovalnice, ampak na Slovaškem se določi, katere cunje bodo šle v katero državo.

I5: Meni je tam, kjer je druga trgovina, gospa rekla, ker sem šla vprašat, če tudi odkupujejo oblačila; Je rekla da ne, da gredo na Humano in si tam poberejo oblačila. Da si sami izberejo, kaj bodo vzeli. Na Humani. Oblačila dejansko odkupijo od Humane. Saj ni čudno, da so takšna oblačila... ker v Humano pa res ljudje dajejo bolj ko ne odpad.

Intervjuvanec: Ja, saj tisto, kar bi dejansko vrgel stran, pa rečeš, v redu, pa ne bom stran vrgel, pa daš pač Humani.

Zmoti zvonjenje telefona, s čimer prekinemo intervju. Povem, da smo tako ali tako zaključili.

Intervjuvanka 6, 69 let, srednja šola, Ljubljana

Kakšen je vaš odnos do okolja? Kako vi dojemate okolje? Vam je pomembno, vam ni pomembno? V vsakdanjem življenju varujete okolje?

Meni je okolje pomembno in imam en odnos do okolja, recimo. In tudi tako skrbim zanj, ločujem vse te odpadke, to ločujem. Pred svojo hišo, tudi, če nekdo čik odvrže, ga pobrem pa ga vržem v smeti, ali pa kakšen papirček. Ker imam rada, da je lepo, pred mojo hišo ali pa okoli hiše, ne maram, ko si razni ti papirji in vrečke in čiki in to. Tako da imam rada, pa tudi po travi, recimo, imam zelenico pred hišo, zmeraj recimo rokavico vzamem in vse pobrem, kar ne spada. In tudi ločujem vse, papir in vse, kar je treba, bio odpadke in ostalo, tako da to se mi zdi pomembno, da je ena čistoča in da je lepo.

Kaj pa še na kakšen drug način mogoče vplivate na okolje? S kakšnim varčevanjem, da pazite na porabo vode, da pazite na elektriko...? Ste na to tudi kaj pozorna?

No, to tudi, recimo, seveda. Ker za vrt zalivat zbiram deževnico, tako da absolutno hočem pri tem privarčevati. Ker ta voda je še boljše za zalivat, da rastline manj trpijo, ko je poleti vroče, da ne zalivam z mrzlo vodo. Pri vodi varčujem s to deževnico.

Pa to varčujete zaradi finančnega vidika bolj ali zaradi tega, ker veste, da je to dobro za okolje?

Mislím, da za oboje. Škoda se mi zdi, da gre ta voda, ko dež pada, da gre kar tako v zemljo, to mi je škoda. S tem pa potem prihranim tudi pri porabi vode, pri računu za vodo.

Se vam zdi, če sva malo samokritični, da je to dovolj? Koliko ste vi aktivna, se vam zdi, da je to velik delež, s katerim pripomorate k okolju?

Ne, to je pač en majhen delež, samo, včasih, ko na vrtu kaj operem, postavim pod pipo eno posodo, da še tista voda, ki jo imam, pa poleti, ko je suša, da je ne spustim kar dol v vodovod, ampak da jo ulovim v posodo pa še s tistim potem zalijem ali drevo ali rože. Dobro, mogoče bi lahko, kar se tiče vode, še bolj varčevala. Moja tašča je, tudi ko je solato prala, je vso vodo varčevala in je je dol na vrt nosila. Ona je je to še bolj, ker je morala tudi denarno na to gledat. Dobro, perem tudi tako, bolj soboto in nedeljo, ko je bolj poceni tok. Tudi, k imam pomivalni stroj, tudi zbiram. Ali pa tudi pralni stroj, polnega perem, ali pa recimo pomivalni stroj, ko je poln, perem. Tako, da to gledam. Ne, da bi prala vsako cunjico posebej ali pa vsako posodo posebej, ampak, da ko se nabere. Tako da, nekako se trudim. Ne vem, lahko bi še kaj drugega, ampak, vsaj nekaj pripomorem.

Ste se kdaj pogovarjali tudi s svojimi prijatelji, družino o varovanju okolja? Ste kdaj prišli, čisto spontano, na pogovor o tem?

No, to niti ne, ne. To je tako: saj ene moje prijateljice tudi tako delajo, meni podobno, ene pa ne. To mora biti v človeku, ali ima odnos do okolice in do narave, ali ga pa nima. Težko je to enemu dopovedat.

Mislite, da je to privzgojeno? To je, ne tako privzgojeno, ampak to je že v človeku. To ni, recimo, da bi mene mogla mama učiti, daj to delaj, daj to varčuj. Ne. To je iz mojega samega, iz mene. Pač, taki smo. Različni ljudje smo in jaz bi lahko kakšnemu, ali pa moji prijateljici še tako pripovedovala, naj varčuje, naj to, naj ono, naj špara, ne da se, ne. Če en človek tega nima v sebi, ga ti ne moreš... Vem pa, da moja hči je, ker se tega tiče, tudi šparovna in tako, in tudi pri oblačilih ali pa pri obutvi ali karkoli, recimo vse stvari, kar prerastejo otroci, pa kar oni ne porabijo, vse zbirajo in vse dajo naprej. V Belo krajino, kjer imajo sorodnike po moževi strani, pa mogoče oni nimajo pa so kakšni brez službe pa imajo manjše otroke od mojih vnukov, to ne zavrže nobene stvari, čisto vse shranijo in vse dajo naprej. In jaz isto. In tudi jaz grem k šivilji, absolutno nesem vse, če mi je nekaj preozko, nesem razširit, če mi je preširoko, nesem zožat, nobene stvari tako ne zavržem. In tudi čevlje isto, grem k šuštarju in dam vse popraviti, vse, kar se da popraviti, popravim. Če je res že tako slabo, da že nikamor več ne gre, stran vržem. Drugače pa, kar se tega tiče, ne mečem kar v stran. Niti oblačil, niti čevljev.

Torej verjetno tudi pogosto ne nakupujete novih stvari? Ne, ne. To, kar kupim, sicer kvalitetno kupim, in potem se ta zadeva nikakor ne izrabi. In zato je prej potrebna že kakšnega čevljarja ali šivilje, prej, preden stran vržem. Redko stran vržem. Redko. In še to, kakšne take stvari, kot so kakšne stare rjuhe ali pa brisače, ko se začnejo trgati, še zmeraj potem to razrežem na dele in porabim za pomivanje, za po tleh, za okna in tako. Tako da, dokler še tisto ne, vse izrabim, ne.

Zdaj ste že sama malo napeljala na te rabljene zadeve, da jih daste naprej, vi se dejansko ste srečali s tem, da ste dali stvari naprej (pa vaša hčera tudi). Ja. Absolutno. Ste kdaj tudi dobila kakšne stvari?

Tudi. Tudi rada vzamem. **Od koga pa?** Od kakšne prijateljice, kakšna je kaj kupila, ali ji ni bilo všeč, ali ji potem ni bilo prav, ali se je zredila, ali je shujšala. Pa tudi od moje hčere, recimo, si je kdaj že kupila premajhne čevlje, ima eno številko večje od mene, pa je potem meni dala čevlje. Pa moja vnukinja ima isto številko kot jaz, pa kar ona več ne nosi, zdaj meni da. Pa tudi njihova oblačila ali pa od moje hčere, kar je pa meni prav, najprej ona meni ponudi, pa če je meni kaj prav, jaz izberem, če meni ni, imamo še eno sosedo tukaj na Cesti X, pa njeno hčerko, ki so tudi vsi brezposelni, in vse, kar je njim prav, damo tudi njim. Čevlje in oblačila.

Torej, rabljenega pa potem kupujete ne?

Ne, to pa ne. Prav kupujem ne. Če dobim. Šla sem pa že v trgovine, te *second-hand*, sem že hotela, da bi kakšno stvar kupila, ampak mi nobena stvar takrat ravno ni odgovarjala. Enkrat sem bila na Trubarjevi, pa na Gosposki je tudi ena, pa v pasaži Nebotičnika. Tudi to sem šla pogledat. Konkretno bolj za ples, to sem šla pa bolj za ples, za kakšno krilo ali kaj takega, kakšen zgornji del, ker bi mi to prav prišlo, ampak pač nisem dobila. Šla pa sem pogledat in bom tudi še šla. Sem tudi zainteresirana, če bom dobila, bom kupila.

Niste potem imela nikoli kakšnih zadržkov glede rabljenega blaga? Ne.

Verjetno poznate še kakšne ljudi, poleg vaše hčere, bi lahko približno opisali, kakšne lastnosti teh ljudi? Kakšen človek mora biti po karakterju, da vzame rabljeno blago? Mislite, da obstajajo kakšne posebne poteze, profil človeka?

Mislim, da v današnjih časih, da ljudje zelo radi vzamejo, recimo, če nekaj dobijo. Da je lepo ohranjeno, zelo radi vzamejo. In to je že recimo, se še spomnim, mislim, da skoraj vsak rad vzame. Se še spomnim, ko je bila še moja hči kot dojenček, pa smo že takrat vse to hranili majhne stvari in jih naprej dajali ali posojali. Tudi moja hči je vedno posojala, ni dala naprej, ker ima pač ene lepe komade in spomin na svoje majhne otroke, in posodi, potem pa nazaj dobi. In ona je posojala več svojim prijateljicam in sošolkam, ker so majčkeni dojenčki tako, da en mesec nosi, pa lepo nosi, pa dobi spet nazaj, pa druga rodi, pa da spet drugi, pa tretji pa četrti pa peti pa vozičke pa te stvari. To se je vse posojalo. Mislim, da ne poznam človeka, da bi kakšen rekel: To pa ne bom vzel. Konkretno tudi, kar se tiče oblačila dojenčkov, recimo, kar jih jaz poznam, še vsak reče, no, a boš mela kaj? Za tisti prehodni čas, ki tako hitro dojenčki rastejo. Tako da niti ne poznam ljudi, da ne bi hoteli vzeti. Kolikor jaz vem, kar radi vzamejo.

Omenila ste »današnje čase«. Kaj mislite s tem? Ko ste rekli, da v »današnjih časih« ljudje radi vzamejo. Kakšni časi so?

Ker so še težji, pa tudi taka brezposelnost je in jih težko kupijo. Potem, ti, ki gredo v pokoj, imajo nizke pokojnine, potem, tudi, če imajo plače, imajo majhne plače, potem je ta neredna zaposlitev, recimo, da tako delajo kar na napotnice potom študentskega servisa. V glavnem, je tako malo zdaj tega denarja, da ljudje zelo radi vzamejo. Pa tudi kupujejo v teh nakupovalnih centrih vse, da je bolj poceni, v teh raznih Lidlih, Hofrih in ne vem kaj in Eurospinih in to, zato, ker ljudje nimajo denarja.

Po eni strani, po drugi pa, če gremo pa v soboto in nedeljo pa v nakupovalne centre, je pa vse polno in ljudje kar sedijo tam v kafičih.

Ja, to je nekaj čudnega. Čudnega je zato, ker jaz recimo tudi ne hodim po kafičih, kave, dobro, ne pijem, čaj pijem, ampak čaj si rajši doma skuham, to se mi zdi škoda denarja. In danes, recimo, smo se slučajno srečali s temi sosedi v mestu, so pa rekli, oni grejo na kavo, jaz pa čaj, no, v redu in smo šli in smo ob dvanajstih komaj našli prost prostor, smo šli tam v Platani, pa je bilo vse zasedeno, potem smo šli v Maxi Market, pred Maxi Marketom na ploščadi smo komaj našli eno mizo, to je bilo vse zasedeno. Jaz pa tega zdaj tudi ne razumem, da... Jaz ne hodim nič po nakupovalnih centrih, kupim samo tisto, kar rabim, pa spet nimam tako majhne pokojnine. Ampak enostavno si ne morem privoščiti... ali pa da bi vsak dan hodila na kavo ali da bi kadila cigarete ali pa... Mislim, ne vem, jaz si tega ne morem privoščiti. Da bi tam vsak dan, ali pa kakšno drugo pijačo, ne samo kavo. Ampak danes je bilo vse polno, tako da jaz ne morem razumeti, sploh ne morem tega razumeti, da danes ljudje nimajo denarja, pa imajo avtomobile in toliko zapravijo za bencin pa za vse te servise, po eni strani, po drugi strani pa jamrajo, da nimajo denarja. Jaz pa tega pa ne razumem. Čedalje bolj se vse draži in vidim, da tako, kot sem živela pred par leti, zdaj ne morem več. In si priškrtnem, ker rada grem v gledališče ali

opero; včasih sem šla dvakrat, trikrat na mesec na predstavo, zdaj grem samo enkrat na mesec. Pa sem imela naročen časopis Dnevnik, recimo, zmeraj, 40 let, zdaj ga imam naročenega samo za vikend. Ene stvari si priškrtnem. Pa prej sem hodila k frizerju na 10 dni, zdaj hodim na 14 dni, recimo, prej sem hodila 3 krat na mesec ali pa včasih 4 krat, zdaj hodim samo dvakrat. Ne vem... Jaz občutim to, da pač standard pada in da si ne morem več privoščiti tega, kar sem si včasih.

Mislite, da bodo alternativne potrošniške prakse zaradi tega prišle malo bolj v uporabo? Alternativne potrošniške prakse imam v mislih, recimo, ravno rabljeno blago, pa boljši sejmi, pa izmenjava zelenjave, recimo.

Aja, no, saj to tudi jaz delam, da kar imam viška na vrtu, tudi ponudim, da ne propade. To absolutno. Če gledam konkretno, v te trgovine z rabljenim blagom zelo malo ljudi zahaja, kakor sem jaz videla, to je vse prazno. Tako da ljudje še nimajo...oni rajši hodijo po teh nakupovalnih centrih. To kitajsko robo, recimo, sploh pa ti mladi pa to, ki je tudi zelo poceni. In potem to kupujejo. In to potem pač nosijo eno sezono, in potem zavržejo. Se pravi, ampak ne delajo pa s tem usluge, pač, ekološko pa ni to, da kupuješ te poceni stvari pa jih potem zavržeš kar tako.

Pa ne še samo to, recimo, tisti Kitajci, ubogi reveži, delajo cele dneve... za majhen denar, ja. Izkoriščana delovna sila je to.

Ampak očitno se ljudje tega ne zavedajo. Ja, je res to.

Še posebej mladi, zdaj pa to, ko se ta moda promovira, da si oblečem po zadnjih modnih smernicah in se mi zdi, da mladi ne gledajo na nič, samo da je tista majčka in tisti čevlček. Ali ni?

Ja, čeprav moja vnukinja ene par komadov, ki jih imam jaz, pravi: Babi, da boš to za mene prišparala; ali pa kakšni čevlji ali pa tako. Pravi, joj, to je tako lepo, bom jaz, ko bom malo večja, bom jaz to nosila. Ali pa moja hči je imela kakšne lepe komade in da njej ni v napoto, jih sem prinesla, ker pri meni je lahko v napoto (smeje) in res, kakšne lepe komade ima ona vse pri meni spravljeno, in čevlje in oblačila. Ko bo mogoče še njej kdaj prav prišlo ali pa vnukinji. Ali pa ta oblačila, ki jih špara, absolutno ta otroška oblačila, to jih bodo nosili še od njenih otrok otroci, moji pravnuki.

Glede na te 'današnje čase', kot sva rekli, mislite, da bo v porasti to, da bodo ljudje začeli malo bolj gledat na okolje, pa na denar in... Kaj vi mislite?

Ne vem. Zaenkrat si mislim, da še ne. **Da še nismo tako daleč?** Ne, da še nismo. Jaz ne razumem tega, če po sebi gledam, ampak mislim, da še kar nismo tako daleč pa da še kar hodijo ljudje v te nakupovalne centre, pa še kar nekaj kupujejo, pa še kar... Tako da, z ozirom na to, ko vidim, kako so te trgovine second-hand prazne.

Jaz sem bila drugače tudi malo po teh trgovinah in sem hotela tam raziskavo tam delat, pa se lastniki potem niso nekaj zelo strinjali...

Pa je bilo blazno veliko oblačil. **Ja, veliko. Ne, pa lastniki so prav rekli, da večinoma hodijo turisti.** Ja. **Tako da izgleda, da Slovenci še niso toliko...** In tudi če grem jaz na boljši trg, čeprav, prav na boljšem trgu jaz nisem bila, tam nekje na Rudniku. Mislim, včasih je bil na Rudniku, zdaj ne vem, če je še. Moram eno prijateljico vprašat. Tam na Rudniku, ne vem kje točno, tam so v glavnem bila oblačila, ne. Pravzaprav na tistem boljšem trgu na Rudniku, tam, ko je tudi ta avtomobilski sejem, da avtomobili veliko zamenjajo lastnike, ta rabljena vozila, da to veliko gre. Samo jaz, ker nimam avta, se za to toliko ne zanimam. Pa na tistem boljšem trgu so pa zelo, ker tudi ena moja prijateljica, ene par jih je hodilo prodajat, zelo dosti prodajali. Za majhen denar. Tam je šlo pa bolj kot v teh trgovinah, ki so tukaj v mestu, na tistih 'bolšjakih' so šle pa zelo v promet. Oblačila. Sploh pa moška oblačila, ženska ne toliko. Sploh pa južnjaki pa to so zelo kupovali in za domov dol pošiljali. Ampak res, je bila pa taka cena mizerna. **To je toliko, ravno da se prodajalci rešijo tistega blaga...** Ja. Drugače pa, če gledam tale bolšjak za Ljubljano, ki je na Bregu, sem bila že ene par krat, sem šla smo skozi, v glavnem pa ljudje bolj sprehajajo pa gledajo. Ker to so bolj starine tudi, zdaj pa, če je kaj bolj vredno, ima tudi višjo ceno, spet ne gre v promet. Če pa je poceni... Ne vem, no. Mislim, da ljudje bolj opazujejo in gledajo, kakor pa kupujejo.

Pa mislite, da bi lahko te boljše sejme povezala s kakšnim določenim socialnim statusom? Da je to mogoče tako, da so eni ljudje prefini, da bi šli na boljše sejme? Mislite, da so boljši sejmi bolj tako, za reveže?

Jaz poznam ene par mojih prijateljic, ki so hodile prodajat na boljši sejem. Pa še jaz, ko sem imela kakšne stvari, ki jih nisem uporabljala, sem njim dala, da so one prodale, ker so se nekako težko čez življenje prebijale. Nisem

jaz potem zahtevala od njih tistih par evrov, ki ni bilo vse skupaj nič. Ampak one so pač tam bile. Sicer so morale že zjutraj ob petih vstati, da so bile ob šestih že tam, pa tudi v mrazu, pa tako, ker tam je tako pod nekimi šotorom tak en preprih. Ampak samo zato, recimo, da so imele tudi za položnice plačati pa za to. Ja, tudi to. Vem, ko je bila ena, tako, samohranilka, mlada mamica, ki niso imele in same z otrokom pa so se mogle prebijati čez. In potem sem tudi jaz kakšno stvar dala njim, zato, da so imele več in so lahko prodale, da so lahko kakšne položnice plačale. To se je dogajalo. Ampak to že pred leti, to ne samo zdaj, to že pred leti. Veste kaj, in ljudje so zelo kupovali, jaz sem tudi, samo enkrat sem šla, ker sem imela nekaj veliko stvari, ampak potem sem pa rajši dvema prijateljicama dajala, jaz nisem bila v taki denarni stiski, tako da sem rajši njim dala, pa so one potem naprej. Pa razne take stvari, pa čevlje, pa superge, pa torbice kakšne pa tako.

Kakor sem razumela, še zmeraj je to stvar socialnega statusa. Da grejo tja prodajati, ker rabijo denar. Ja, tudi. Kaj pa nakupovati? Kaj pa tisti, ki nakupujejo? So tudi bolj revni, kupujejo zato, ker je pač poceni roba, ali mislite, da za tem stoji kaj drugega?

Ne, tudi tisti so denarno slabo stoječi, ki grejo to kupovati. Sigurno. Ampak tam je, mogoče, da ti ljudje niti... ker te trgovine, *second-hand*, te so bolj fini, ali pa kakšni taki komadi ali pa kosi, bolj tako, tukaj v Nebotičniku, recimo, bolj priznanih modnih kreatorjev, pa je mogoče malo višja cena. Tam na boljšaku na rudniku pa dobiš vse. Ne samo znamke. Pa res poceni. Ampak tam hodijo ljudje, ki si pač ne morejo kupiti pa potem grejo tja in tam kupijo.

Čeprav tule, ko imajo pa na Ljubljani, pa nisem nikoli takšnega občutka dobila, tam pa je bolj višji standard. A ni? Ja, ja. Saj, tukaj še nisem nikoli bila. A da imajo oblačila tudi? Ne. Saj nimajo oblačil. To imajo samo starine. To so pa taki, ki so zbiratelji starin, tukaj ne hodijo kupovati tisti, ki nimajo za preživetje. **Tam, na boljšaku na Rudniku, kjer ste bila, imajo pa samo oblačila? Ali imajo tudi še druge stvari še?** Vse živo, od raznih aparatov, posode, servisov, vse kar ne rabijo in kar bi lahko v promet spravili, ali pa kovčke ali pa...Ta pravi boljšak. Da bi on nekaj dobil, neke ene evrčke zaslužil, da bi imel za preživetje, za položnice plačati. Za to. In tudi taki hodijo potem kupovati te stvari. Recimo, taki, ki si drugače ne morejo kupiti. To vem, da so hodili naši južni bratje dol zelo dosti kupovati, ker so potem domov pošiljali pakete. Ker tudi spodaj je težko življenje. To vem, da so. Samo trenutno pa ne vem, kaj je s tem Rudnikom, to bi pa mogla pač eno mojo prijateljico vprašati. Če želite, jo lahko pokličem in vprašam, če to še je. Ker o tem nisva nič govorili, tako da ne vem, če tole še obstaja. Ker tam je bil velik velik boljšak na Rudniku.

Mislím, da sva tole izčrpali, ste mi zelo lepo povedala stvari, tako da, hvala lepa. Še mate kaj za pripomniti?

Ne. No, potem pa hvala lepa!

Intervjuvanka 7, 21 let, študentka v Ljubljani, prihaja iz prleškega podeželja

Kako dojemaš okolje?

To je težko vprašanje. Grozno se mi zdi, da se onesnažuje, ampak tako smo si pač naredili.

Pa ti sama paziš na okolje?

Ja jaz zelo ne onesnažujem. Vse smetim vzamem sabo. Ne onesnažujem.

Kako pa ti poskrbiš za čistejše okolje?

Ne onesnažujem. Veliko krat sem komu neposredno rekla, naj pobere smeti za sabo, da jih ne more vreči na tla in tako pustiti. Sem opozarjala, ampak na osnovni šoli je to bilo to zelo obsojano. Še v srednji šoli skoraj nisi smel reči. Še zmeraj so bili tisti, ki so onesnaževali, največji 'tipi' – v smislu, vseeno mi je, jaz lahko pustim vse. To je predsodek, ne. Ja, takšno sem imela jaz izkušnjo.

Na kakšne načine pa ti dejansko pripomoreš k oziroma varuješ okolje? Rekli smo že, da ne onesnažuješ. Še kaj drugega?

Ločujem odpadke, pa zelo sem pomagala pri distribuciji teh košev za ločevanje. Zdaj mogoče ločuje 5 družin več.

Zmanjšuješ potrošnjo?

Jaz niti nimam veliko potrošnje, moja potrošnja je minimalna.

Kaj pa varčevanje z naravnimi viri, elektriko, vodo...

Luči ugašamo, ja. Ko si umivam zobe, vode seveda nimam prižgane, ampak, ko se tuširam, se pa tuširam, ne pa, da bi stala pod vodo. Torej, varčujem pri elektriki, ampak ne tako zelo, da pa ne bi gorele luči, če je temno. Torej, razumsko varčujem. Pa tudi z vodo razumsko varčujem, to pomeni, da se vseeno normalno stuširam. Mi je pa hudo, na primer, če pomivaš posodo ali zelenjavo, pa moraš tisto skoraj čisto vodo vlit stran, v odtok.

Dobro, ampak tisto se tako ali tako ponovno prečisti in uporabi. Ne moreš vedeti, kam ta voda v resnici gre. Če misliš, da veš, kam gre, ne veš (*smeh*).

Misliš, da lahko s svojim kapitalističnim načinom življenja...

Naj te prekinem, ker vem, kaj boš rekla. Ravno danes sva se s fantom pogovarjala o tem, da si mi uteho iščemo v materialnih stvareh. Tako da lahko v tem pogledu spremeniš to kapitalistično miselnost, da pač najdeš zadovoljstvo v drugih stvareh, na primer šport, kakšne duhovne stvari, da duhovno premagaš ta materializem.

Mislim, da je vse stvar navade. Če si navajen, da pač ne hodiš po trgovinah, nimaš niti potrebe, da bi šel.

Ja, ampak tu pa je naslednji problem: rad bi imel nekaj novega (čeprav tega mogoče ne potrebuješ).

Ne, ne bom šla v trgovino, ker mi je fajn, moj čas je dragocenejši, da bi ga potrošila za sprehajanje po trgovinah, če lahko vse na spletu vidim, bolj udobno.

Torej misliš, da lahko z nakupovanjem, s kapitalističnim sistemom vplivamo na okolje?

Ja ja. S ponovno uporabo vseh stvari, na primer, da dvakrat poješ hrano (*smeh*). Ponovna uporaba bi veliko rešila. Ampak ima negativen prizvok, da je že bilo rabljeno, kar je negativno. Splošno gledano. Jaz osebno zmeraj kupim rabljeno, če je vredno, in da je starinsko, še bolj kvalitetno. Ni mi grozno. In ja, lahko vplivamo z nadzorom lastne potrošnje. Ampak potem si pa vsi mislijo, kaj, saj jaz sam ne bom nič spremenil. Zakaj bi jaz zdaj sebi trgal stran.

Pa misliš, da ne more vsak posameznik spremeniti?

Ja lahko. Ker če si vsak zase misli, da se od enega ne bo nič poznalo, potem tako ali tako nihče ne bo. Masa se nabere. Zato pa je tako slabo, ker vsi tako mislimo. Jaz ne bom nič, jaz ne bom nič. Jaz pa vem, da lahko eden nekaj naredi. Včasih mi ljudje rečejo, ja, kaj boš zdaj spremenila svet? Pač ne razumejo, da se pri enem začne sprememba.

Ti si se srečala že z rabljem blagom, kupuješ ga, ga dobiš tudi od koga?

Ja.

Nimaš nobenih predsodkov glede rabljenega blaga?

Imam. Pred spodnjim perilom. Pa če bi zdaj tako mogla reči, pred majicami tudi, ampak kupila se pa brez problema in nosim tudi. Zdi se mi samo, da bi lahko imela, da bi morala imeti predsodek pred tem. Saj mi ni grozno, samo zdi se mi, da bi mi to mogoče morali biti. Pred spodnjim perilom imam predsodek, ker ga vseeno nosimo na intimnih predelih.

Ampak je oprano, je bolj čisto kot če ga kupiš novo v trgovini. Saj vem, ampak to je nekaj takega, kar pa moraš imeti svoje. Predsodek imam, ker spodnje perilo jemljem zelo intimno in se mi ne bi zdelo v redu, da je že nekdo to nosil.

Kaj pa recimo, da prespi pri tebi sestra ali prijateljica, bi ji posodila spodnje perilo, pa da ti ga opere in čistega vrne? Ja, to mi pa ni tako grozno, ker vem, kdo so. **Aha, torej ti je pomembno, kdo to uporablja.** Ja, izgleda.

Rabljeno blago uporabljaš, kako dolgo že?

Če ne gledamo teh družinskih predaj oblačil med seboj, odkar sem v Ljubljani, dve leti.

Je to tvoj modni slog?

Bolj je *vintage*, ja. Pa še boljše je, če so oblačila prav starinska. Ampak jaz si mogoče nisem toliko upala in sem si kakšen kos vseeno kupila novo, ampak starinsko mi je pa seveda super. Nisem si upala, da bi se v celoti oblekla starinsko, v original. Da je vsaj nek kos, ki se vidi, da je kupljen v trgovini. Tako da ni preveč *vintage* in ne izgleda osladno. Tako se meni zdi, da boljše izgleda. Dobro, saj hlače tako ali tako nisem veliko, ker jih ni. Že številka hlače je problem, bolj kot kak zgornji del. Tako da večinoma zgornje dele kupujem *vintage*, pa kakšno krilo. Sem jih veliko prenosila. Torej, če je iz druge roke, je veliko krat staro, original starinsko, in ja, to predstavlja moj stil.

***Vintage* stil ti je všeč sam po sebi. Ti je važno tudi, da je stvar original *vintage* ali ti je vseeno, tudi če je reprodukcija?**

Ne, grozne so mi reprodukcije. Ampak, na primer, čevljev Brogue ne moreš dobiti starinskih. Je pa važno, da so kvalitetni. Zato si zmeraj kupujem tako drage čevlje. Tudi za oblačila je pomembno, da so kvalitetna, ampak zase sem pri oblačilih ugotovila svojo ceno za kvaliteto, tisto, kar moram kupiti. Na primer hlače. Saj včasih so kakšne akcije. Saj, kam pa hodim? V H&M ne, v Bershko, Stradivarius in Pull&Bear tudi ne, ker so preveč oddaljene, Zara je v mestu, ne vem, če sem bila tri krat v celem letu tam. Ne hodim veliko po trgovinah. Itak grem gledat samo takrat, ko imam denar. Težko mi je dati v Zari denar ven, ker vem, da je slaba kvaliteta. Potem pa, da najdem kaj lepega, pa bi morala kupiti. Sem našla ene športne hlače iz 100% bombaža, to se mi pa zdi v redu, ker jih zelo težko dobiš. Ker umetni materiali se takoj uničijo. Moraš 100% bombaž kupovati. Zdaj nazadnje me v Zari ni bilo več sram, da gledam na etikete, iz česa je stvar narejena.

Torej tudi v tem smislu paziš na naravo.

Ja, na primer, zdaj iščem po internetu, bi si rada kupila te bolj šik športne hlače, te harem bolj. Zara je tako ali tako slaba kvaliteta, pa sem mislila, da pogledam na Mango preko spleta, če imajo kaj iz 100% bombaža. Pa mi je prišlo na misel, o moj bog, kako grozno delamo na svetu s temi oblačili, pa vse je tam narejeno v teh nerazvitih državah, kjer delavci niti niso plačani, pa v nemogočih razmerah delajo. Grozno. In sem prav pogledala, koliko je trgovin, ki prodajajo organska oblačila in eko, prijazna ljudem, delavcem in naravi. Navaden bombaž je škropljen s pesticidi, katerega ena kapljica bi ubila človeka. Ena kapljica. Našla sem različne naravne materiale, ki naj bi bili v redu, leoncel, lan, organski bombaž in svila. Ter še neke mešanice, ki so bolj prijazne. In sem našla zelo osnovne modele oblačil, čez nekaj časa pa sem našla prav modno znamko, *Alternative Apparel*, ki ponuja oblačila iz v redu materialov, torej organski bombaž in modne stvari prodajajo. In sem se zagledala v ene hlače. Cene pa niso zelo visoke. Na primer, osnovne modele, ki sem jih gledala drugje, narejene iz teh organskih materialov, so bile majice in kakšne hlače po 80 Eur, pa puloverji tudi čez 100 eur. Tukaj pa, na primer te hlače, ki so mi všeč, okrog 50 eur, majice pa ne vem, koliko. Ne tako veliko.

Poznaš še koga, ki uporablja rabljeno blago? Ja, obe sestri.

Bi lahko na podlagi teh ljudi navedla nekaj lastnosti, ki so mogoče skupna vsem? Kakšni so ljudje, ki uporabljajo rabljeno blago?

Odpri za nove stvari. Brez predsodkov in ki razmišljajo s svojo glavo. In ki vidijo, da je to dobro.

Rekla si, da po tvojem mnenju lahko s svojim nakupovanjem vplivamo na okolje; mislim, da je razlog za nakupovanje rabljenega blaga (ali recikliranje) tudi okoljski.

Ne vem, če je to primarni motiv. Meni je to nek čar. Ker nikoli ne veš, kaj boš v H&M-u dobil in to vsi dobijo, to imajo vsi lahko. Ti pa lahko ustvariš nekaj novega, najdeš nek vredno kos in ga dopolniš k svojemu stilu.

Torej unikatnost. Ja. Sicer moj namen ni, da sem posebna. Ampak s tem pač izražam stil.

Kaj pa je tvoj namen, zakaj greš v trgovino z rabljenim blagom?

Eno z drugim. Vredno mi je, ker mi je nek čar, ker grem s sestro in se še poleg malo podružiš. Pa v redu mi je, ker bolj mojemu stilu pristaja. Ker je bolj kvalitetno, pa tudi zato, da ne bom morala kupiti nove stvari in ne bodo morali za mene proizvesti ene nove majice. Pač, vsega po malo. Je okoljski vidik tudi, ni pa primarno vodilo.

Primarno pa je način oblačenja, ker je pač to tvoj stil. Ja, pa kvaliteta.

Kakšna pa misliš, da bo prihodnost rabljenega blaga – v svetu in v Sloveniji?

Ovisno, kakšna bo ponudba, po moje. Kako bo trg lahko ponudil rabljene stvari, kakšna bo izbira. Če bo izbira, potem bo v redu, po moje. Po moje se tehnika zdaj nahaja na sredini; ali bo ali pa ne bo, po mojem mnenju odvisno od ponudbe. Če bo dobra ponudba, bodo ljudje kupovali. Bodo rekli, u, veliko izbire je.

Kaj pa v Sloveniji? Si ti osebno zadovoljna s ponudbo rabljenega blaga?

Včasih bi si želela več števil, oziroma večji rang števil, ker ta oblačila od starejših je kar veliko oblačil v velikih številkah.

Ampak to ni mogoče, ker so to unikati – samo en komad vsakega izdelka.

Misliš, da se bo v Sloveniji to še naprej razvijalo, rabljeno blago nasploh?

Ja, ker se okoljski vidik zelo razvija. In vse, kar je povezano z varovanjem okolja, z varčevanjem, se bo razvijalo. In to je velik plus teh second-hand oblačil. Tako da, po moje ima prihodnost, ampak, saj pravim, veliko je pa odvisno od ponudbe. Vsaj pri meni. Samo je pa vseeno, da nekaj najdeš, kar bi si želel. Samo, saj pravim, številke... Zelo hudo je, če bi rad nekaj imel, pa ni številke, če je unikat pač. Bo se razvijalo, mislim, da se bo. Ampak, veš, kaj pa je tukaj problem, po moje? Kako ljudi angažirati, da bi se tovrstne stvari spravile skupaj. Na primer, tista prodajalna na Starem trgu, nasproti trgovine Moje Tvoje, kjer imajo tudi pohištvo, je rekla punca enkrat, da uvažajo iz tujine.

Vse uvažajo iz tujine, tudi oblačila. Iz Nizozemske, Belgije.

Zakaj pa od tam? Izgleda, da je tam višji standard in si ljudje bolj novo kupujejo, ker si lahko novo bolj privoščijo. Ampak vseeno nekdo tam mora zbirati ta stara oblačila. Tako kot bi zdaj ti tukaj odprla agencijo zbiranja starih oblačil. Ja, saj to so pa organizacije, ki se prav s tem ukvarjajo. To bi lahko, ampak jaz tega nisem še nikjer videla. V Sloveniji? Bi v Sloveniji ustanovili organizacijo za zbiranje starih oblačil? Ja. Se ti ne zdi, da je Slovenija preveč... Premajhna, seveda, to si mislimo. Pa preveč zaprta? Ja, saj to si mislimo za vse, potem pa ni čudno, da smo na tako nizki ravni glede vsega. Ker ne moremo. Kaj pa bomo mi, mali? V nič se dajemo in to se odraža na vsem.

Torej misliš, da ima Slovenija še vseeno potencial glede tega. Da bi lahko ponovno prodajali svoja oblačila, da jih ne bi rabili uvažati od drugod? To bi seveda bilo najbolj super. Bili bi samoskrbni. Misliš, da imamo toliko oblačil nekje na podstrešjih, ki bi se lahko prodajale naprej?

Ja, če bi zdaj ustavili uvoz, bi bilo v redu. Čeprav ne vem, veliko je novih oblačil in so manj kvalitetne. Potem bi bilo bolj važno, koliko je starih oblačil. To pa je težko, no. Ker tako ali tako vsi vse kurijo in mečejo na odpad.

Čeprav v zadnjem času lahko zasledimo porast forumov za menjavo oblačil. To pa že, ja. Pa predvsem pri mamicah in novorojenčkih.

Misliš, da to mogoče malo nakazuje na porast tega? Torej, porast ponudbe in porast povpraševanja po rabljenem?

Ja, zato, ker je pač finančna kriza in je rabljeno cenejše. Čeprav ni toliko ceneje, da bi bil to razlog za nakupe rabljenega. No, recimo, da je še vseeno ceneje. Ne sicer zelo, ampak vseeno. Čeprav glede na kvaliteto je poceni rabljeno blago. Ker staro je boljše kvalitete. Čeprav bi si človek pa mislil, da bo še ceneje, ker je vseeno rabljeno.

Odkvisno, kje kupuješ. Določene prodajalne imajo, se mi zdi, dokaj visoke cene.

Ja. Saj ona ženska je tudi imela lepe stvari, na začetku Trubarjeve. Pa nakit, pa torbice.

To so vse originali, veš. In ona hodi po svetu in nabira stvari in jih potem tu prodaja.

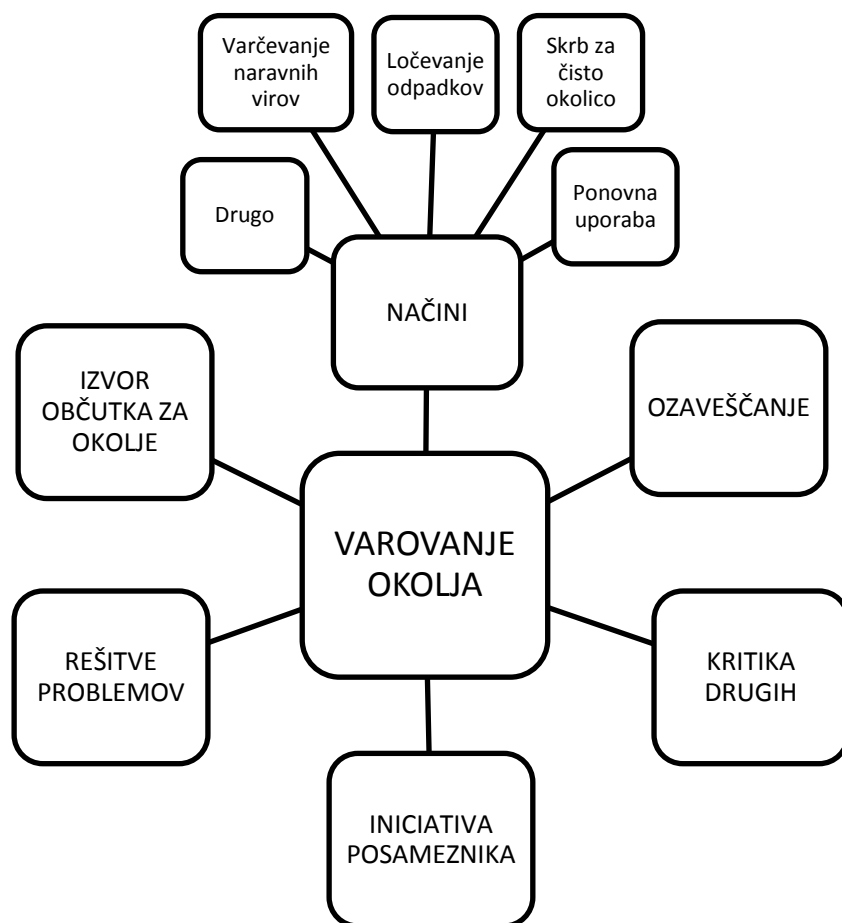
Vredu poklic. Samo kaj, če mora te stvari v tako zadržti državi prodati naprej. Pa ne cenijo ljudje. Ampak, a ni zanimivo, da ima ta broška ali tista torba svojo zgodbo in jo nosi. In ti je ne boš nikoli vedel.

Ima pa tisti čar. Ravno to, da ima neko zgodovino. Meni se zdi,jo oblačila ali pa tudi druge stvari, ki jih kupim nove, prazne.

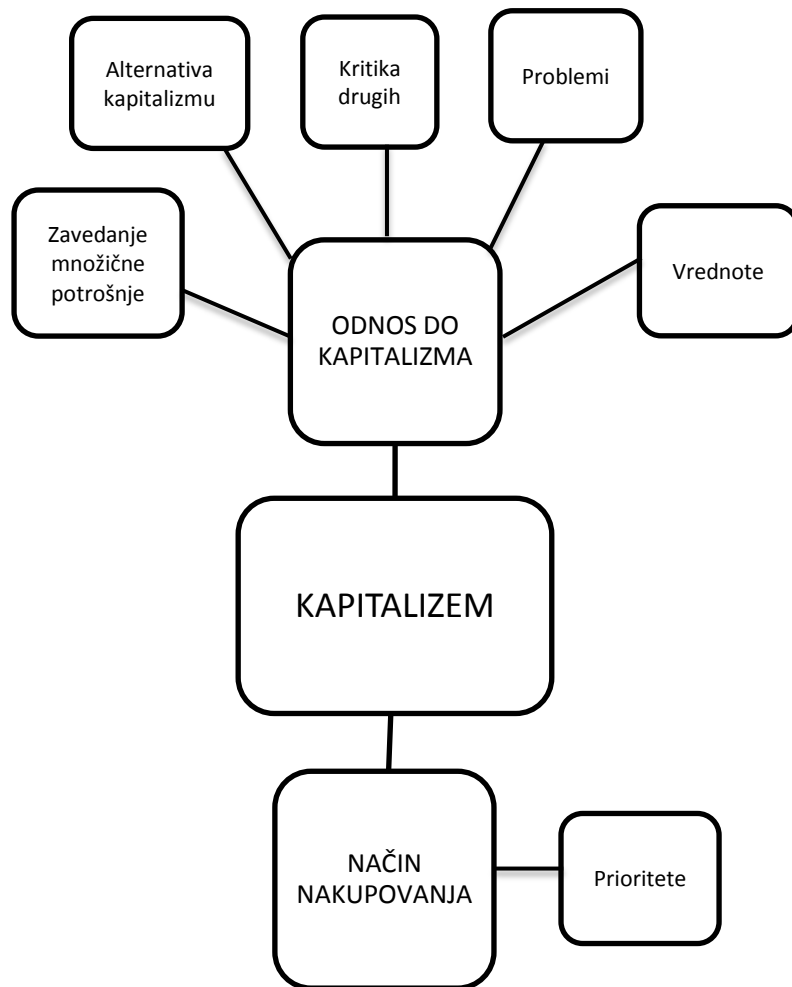
Jaz pa ne doživljam tega tako. V redu se mi zdi, da nosi neko zgodbo, ni pa zdaj to neka velika, pomembna stvar.

Priloga Č: Tematske mreže: osnovna analiza rezultatov kvalitativne raziskave

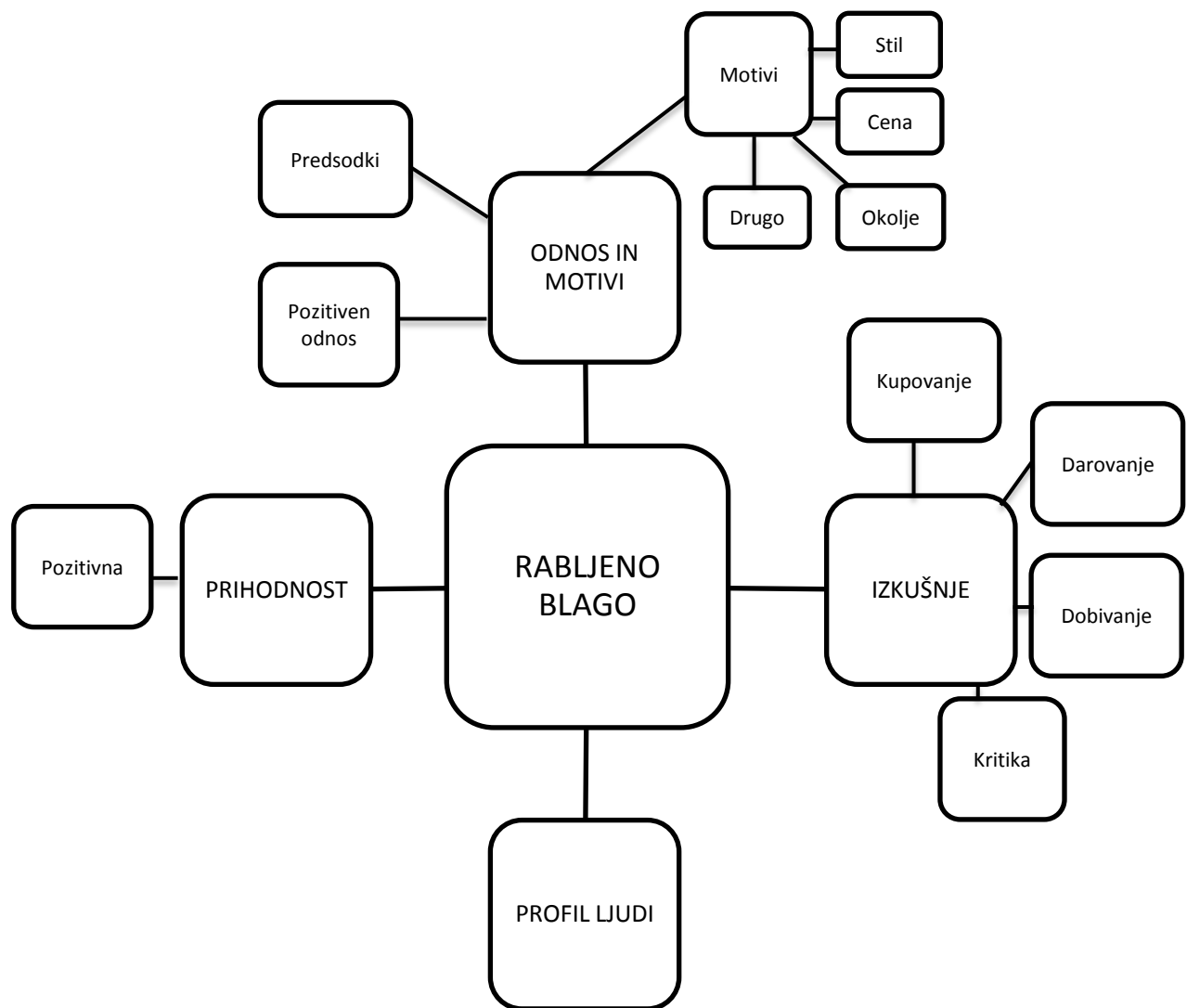
Tematska mreža Č1: Varovanje okolja



Tematska mreža Č2: Kapitalizem



Tematska mreža Č3: Rabljeno blago



Priloga D: Zapiski iz terena – opazovanje z udeležbo

Prodajalna 1, Ljubljana, 30. september 2014

Prodajalna se sicer nahaja v starem mestnem jedru Ljubljane, vendar je malo odmaknjena iz glavne ulice. Na ulici se nahaja plastična lutka, oblečena v stranke privabljajočo obleko ter A stojalo z napisom (logotipom) imena prodajalne in vrste trgovine.

Skozi podhod prideš do skrite prodajalne, dokaj velik prostor, lepo opremljen, tudi omare in police so skladne z *vintage* stilom – urejene v *shabby chic* stilu. Prodajalna ponuja oblačila za moške in ženske, tudi obutev, velika je izbira torbic. Prodajalna je tudi neke vrste galerija, ki kupcem razkazuje ročno izdelane predmete v *vintage* stilu: broške in drug nakit, razglednice, magnetke. Lastnika prodajalne sta tudi prodajalca. Ko vstopim, dela lastnica, prijazna, a malo zadržana. Pove, da oblačila večinoma uvažajo iz Nizozemske. Ponudba je velika, vendar redko najdem kaj primerne zase. Spomnim se, da sem nazadnje poleti pri njih kupila mini krilo, plisirano črno, ki je bilo poleti v modi; tudi H&M je imel ponudbo tovrstnih kril, zanje je zaračunal okrog 35 EUR. Jaz sem ga kupila za 14 eur, original *vintage*. Ponudba se mi je zdela zelo dobra, s krilom sem tudi zelo zadovoljna.

Lastnica pove, da pri njih večinoma, v 80 %, nakupujejo tujci, turisti. Meni, da se trgovina z rabljenim blagom v Sloveniji še ni razširila in da Slovenci le počasi dojemajo, da obstajajo alternative tipični trgovini z novim blagom. Tisto malo Slovencev, ki prodajalno obišče, spadajo v različne starostne skupine. Med mojim obiskom je v prodajalni že mlad tujec, ki se zanima za originalno srajco slovenske vojske. Lastnica mu razloži, da je ta original slovenska, da jih imajo na zalogi več kosov in da jih je pridobila od prijatelja, ki je zaposlen v slovenski vojski. Lastnica se posveti stranki, ga povabi v kabino, da srajco pomeri. Stranka-turist kupi izdelek, ne da bi ga pomeril. Medtem ko se pogovarjava, prodajalno obiščeta še dve turistki, ki pregledata izdelke, vendar ničesar ne kupita.

Po pregledu prodajalne ugotovim, da je tudi ponudba moških oblačil dokaj velika v primerjavi z drugimi prodajalnami z rabljenim blagom. Lastnico še vprašam, če mi lahko oceni razmerje spola strank; pove, da prodajalno obišče več žensk, vendar pa pridejo tudi moški.

Ker je lastnica zaposlena s pripravo novo prispelega blaga za prodajo, še vprašam, ali je to, kar je v ponudbi, vse, kar imajo. Odgovori, da ne in da imajo v skladišču še ogromno robe, ki se pripravlja in čaka na prazen prostor. Pravi, da je prodajalna premajhna za vso blago, ki ga imajo na razpolago. Ko vidim, da ji moja vprašanja postanejo odveč, se zahvalim za informacije in vljudno poslovim.

Prodajalna 2, Ljubljana, 30. september 2014

Prodajalna se nahaja v samem centru Ljubljane, na Trubarjevi ulici, ki je zelo obiskana tako s strani turistov kot domačinov. Prodajalno poznam že dlje časa, v njej sem že nakupovala. Ko pridem do prodajalne, sredi popoldneva, je zaprta. Zdi se mi čudno, čez nekaj dni ugotovim, da je trajno zaprta. Pretresena sem, saj sem zmeraj imela občutek, da prodajalni uspeva posel, ponudba je bila zares dobra.

PO SPOMINU:

Prostor je zelo majhen, prodajalna je do vrha naložena z različnimi izdelki, od rabljenih oblačil, nakita, torbic, tudi nekaj obutve. Vendar pa ne dobiš občutka, da je vse naloženo brez repa in glave, vse je v popolni skladnosti. Vsi predmeti so rabljeni. Spomnim se, prodajalka je obenem tudi lastnica prodajalne, zelo zgovorna gospa srednjih let, tudi zelo prijazna. Spomnim se, da sem se pred časom z njo pogovarjala, povedala je, da se z modo ukvarja že desetletja in da je z 'lovom na posebne kose' začela pred kakšnimi desetimi leti. Veliko potuje z namenom iskati in najti posebne modne kose, ki jih lahko v svoji prodajalni naprej proda. Robo išče večinoma po Rusiji. Po načinu, kako mi pripoveduje o stilih, vidim, da gospa obvlada svoj posel, natančno obvlada modne

trende iz preteklosti in je na področju mode prava strokovnjakinja. Impresirana sem bila, s kakšno natančnostjo mi je pripovedovala o modi 80-ih let. Prodajalna je bila namenjena izključno ženskam, moških izdelkov v ponudbi ni bilo. Oblačila vseh vrst in stilov, torbice, klobuki, nakit, tudi čevlji. Vse originalno *vintage*. Cene so sicer višje kot v Mariboru, vendar tukaj gre za prodajalno s stilom. Menim, da so cene še vedno nizke glede na kvaliteto, ohranjenost in unikatnost.

Odločim se in naslednji dan pokličem telefonsko številko, navedeno kot kontakt na Facebook strani.

Prodajalna 3, Maribor; četrtek, 3. oktober 2014 dopoldan

Prodajalna se nahaja na glavi prometni cesti v Mariboru, je dokaj velika v primerjavi z drugimi tovrstnimi prodajalnami. Zaposlene so 3 prodajalke. Danes v prodajalni poteka akcija, vse izdelke prodajajo po enotni ceni 3 EUR. Pred prodajalno ta akcija ni promovirana. V trgovini je nekje 15 kupcev – presenetljivo veliko. Vsi iščejo, pregledujejo stojala s tesno razobešenimi oblačili.

Ko vstopim, vidim na lutki star, original *vintage* pleten pullover, ki si ga želim. Glede na to, da so izdelki unikatni, prosim prodajalko, če ga lahko zame sleče z lutke. Prodajalka je zaposlena, ureja nova oblačila, za blagajniškim pultom so naložene polne škatle novo prispelih oblačil. Prodajalke jih urejajo za prodajo. Prodajalka, ki sem jo nagovorila, mi prijazno razloži, da lutke slačijo ob petkih zvečer, naj se oglasim takrat. Ker ne prihajam iz okolice, prosim, če se lahko naredi izjema in mi priskrbi pullover. Prodajalka ni pripravljena. Dobim občutek, da prodajalkam sama prodaja ni v interesu, saj naj bi se, koliko poznam prodajanje, prodajalke potrudile za stranke in jim ustrele. Tukaj naletim na prvo razliko s prodajalnami z novim blagom: prodajalka ni pripravljena sleči lutke in mi takoj prodati pulloverja.

Dogovorim se za rezervacijo pulloverja, ki ga pridem iskat v ponedeljek. Nisem edina, ki je rezervirala nek izdelek iz lutke, saj ima prodajalka seznam rezervacij.

Sprehodim se po trgovini, gledam izdelke in opazujem kupce. Večinoma ženske, srednjih let. En par (mož in žena) in en moški. Prostor je velik, prostoren, preprost, a čist. Kabine so preproste, večinoma cel čas moje prisotnosti zasedene. Oblačila so navadna, posebni kosi so redki, večina kosov je lepo ohranjenih, tu in tam najdem tudi kakšnega, ki je rahlo poškodovan. Ponudba obsega tudi nekatere modne dodatke – kape, šale in rute, nekaj parov čevljev, torbice, tudi namizni prti. Nakita ni. V prodajalni vlada rahla napetost; vsi iščejo izdelke, pregledujejo ponudbo.

Iz ponudbe zase nisem našla nič, ko končam, stopim do prodajalk, ki se ukvarjajo z edinim gospodom, ki kupuje jeans brezrokavnik. Svetujejo mu in ga spodbujajo, da ga kupi.

Ko z njim opravijo, stopim do njih, povem, kdo sem in da delam raziskavo o rabljenem blagu. Zainteresirane so, da jim postavim nekaj vprašanj, spontano. Najprej jih vprašam, kako dolgo že obstaja ta prodajalna; pravijo, da ima podjetje slovaški izvor, sedež in glavno skladišče je na Slovaškem, ustanovljeno leta 1996, v Sloveniji je prva poslovalnica ravno ta, obstaja pa okrog dve leti in pol. Prodajalke se strinjajo, da so vse tri zaposlene od začetka, da so spremljale sam razvoj prodaje. Same razložijo, da je bilo na začetku težko, da so ljudje imeli predsodke, da ni bilo veliko obiska. Ampak sčasoma so se ljudje navadili, zdaj imajo vedno več strank. Povejo, da v kratkem odpirajo tudi poslovalnico v Ljubljani, v neposredni bližini ljubljanske tržnice. Priporočijo mi obisk. Naslednje vprašanje je bilo, ali oblačila tudi odkupujejo; odgovor je bil negativen, saj vso blago, ki gre v prodajo, uvozijo iz skladišča iz Slovaške; od tam izvažajo blago po celotni Evropi in tam določijo, katero blago gre kam. Tako da te prodajalke nimajo nobenega vpliva na to, katero robo dobijo za prodajo in koliko.

Pristopi stranka, ki želi pomoč, zato se lepo zahvalim za pripravljenost sodelovati, povem, da še pridem pogledat in se poslovim.

Prodajalna 4, Maribor; četrtek, 3. oktober 2014 popoldan

Prodajalna se nahaja v stranski ulici. Zelo majhen prostor, tudi malo izbire oblačil. Vstopim v prodajalno, vidim, da kupcev ni. Prodajalka, verjetno študentka ali celo dijakinja, stoji za pultom in me opazuje, z narejeno prijaznostjo pozdravi. Sprehodim se po prostoru in na hitro pregledam stojala z oblačili, kljub temu da že od daleč vidim, da ponudba ni velika. Oblačila so v slabem stanju, sicer dokaj poceni. Ustvarila sem si sliko, prodajalka že na daleč daje vtis, da ne ve ravno, zakaj je tam, zato se niti ne trudim, da bi jo karkoli spraševala. Ocenim jo kot ne ravno prijazno in nezainteresirano. Poslovim se in odidem.