

# Samhällsekonomin växer av second hand

Svenska Dagbladet den 8 februari 2016

Stundom hävdas att produkters kvalitet och hållbarhet var bättre förr. Då tillverkades saker för att hålla länge, nu tillverkas de för att säljas och slängas – så att nya saker kan säljas och slängas. Resonemanget är onekligen bestickande, och mynnar ut i att smarta konsumenter köper begagnat på loppmarknader och i second hand-butiker. Resonemanget bygger emellertid på en felaktig premiss – men slutsatsen är det ändå inget fel på. Hur hänger detta ihop?

Svaret är enkelt. När vi jämför kvaliteten hos nyinköpta prylar med sådant vi fyndat på loppmarknader, gör vi en orättvis jämförelse. De saker från förr som fortfarande används och säljs är just de saker som visat sig hålla länge. Även 90-, 70- och 50-talens konsumenter fick erfara att en del av nyinköpen var undermåliga och snabbt fick slängas. Annat fungerade bättre och blev trotjänare under lång tid. Det är främst de hållbara och slitstarka produkterna som sparas, ärvs och byter ägare.

Insikten att det finns en stark selektionseffekt i vilka saker från förr som fortfarande används, stärker dock slutsatsen att det är smart att köpa begagnat. På andrahandsmarknaden säljs saker i regel inte för att de slutat fungera. Desto vanligare är att den tidigare ägaren bytt smak, hobby, bostad eller storlek.

Särskilt bra fungerar andrahandsmarknader när det är lätt att avgöra hur väl något motstått tidens tand. Därför är det knappast förvånande att marknaden för begagnade kläder och skor växer i Sverige. För kläder och skor är utbudet dessutom mer varierat i design bland begagnade kläder än i butikskedjornas säsongkollektioner.

Den mest uppenbara fördelen är dock priset: Klädbudgeten för ett barn kan minska uppemot med en tusenlapp årligen. Med en dryg miljon barn under 12 år i Sverige blir det en miljard i besparingar för svenska barnfamiljer – plus intäkter för alla som säljer plagg som blivit för små. Samhällsekonomiskt är det självklart att föredra att kläder inte slängs i förtid. Den tydligaste förloraren på ökad andrahandshandel är naturligtvis klädindustrin, men främst på kort sikt. Det skulle inte förvåna om allt fler klädbutiker snart gör vad cykel-, bil- och elektronikbutikerna gjort länge: säljer både nytt och begagnat.

Intressant nog tycks det främst vara våra värderingar som hämmar andrahandsmarknadens expansion. Den som vill ge sina barn det bästa känner kanske inte att det räcker med en tröja för 50 kronor. Men priset på en gåva säger inget om dess värde för mottagaren, och det är inte självklart att det bästa är det som tillverkats nyligen. Alla kläder var inte bättre förr, men de plagg som visat sig hålla kan glädja mer än en bärare.

**Andreas Bergh**, välfärdsvetare och docent i nationalekonomi  
Lunds universitet och Institutet för Näringslivsforskning