

## Ull på rull

*Den 11-12 november samlades ullbranschen i Uppsala under temat Svensk ull för en hållbar framtid. Uppslutningen var stor, hela 120 personer fanns på plats för att ta del av det digra programmet, mingla och nätverka.*

I den brokiga skaran som möttes i Uppsala var säkert merparten redan ullfrälsta, men det är fascinerande att se det nyvunna intresset för just svensk ull. Alla vill göra något, men vad? Branschträffen gav möjlighet för olika aktörer att hitta varandra.

### Skills, case och storytelling

Dennis Dahlqvist, pratade om vilka "skills" som är bra att ha när man ska nå ut med våra ullprodukter. Han menade att vi behöver bli bättre på marknadsföring och sälj. Han berättade om ett "case", varumärket John Sterner som framgångsrikt säljer ylletröjor av svensk ull till bland annat Japan och USA. Ägaren till varumärket John Sterner har skapat ett koncept som med hjälp av "storytelling" ökar värdet i sin produkt. Man köpte får på Öland och döpte dem efter huvudrollsinnehavare i Ingemar Bergmanfilmer. Något som man vet går hem i Japan och USA. Man skapade också en unik, grafisk identitet. Bland annat märker man tröjorna med en gul "tag" som ser precis ut som en gul öronbricka vi använder till fåren. På köpet fick man en cool, gul, signalfärg som passar mot de naturfärgade tröjorna. Och tagen visar också vilket får som gett upphov till ens tröja.

### Svenska Fåravelsförbundet kartlägger alla aktörer

Claudia Dillman från Svenska Fåravelsförbundet var på plats och berättade om projektet *Cirkulära Yllekläder*. Projektet går bland annat ut på att undersöka förutsättningarna att ta fram helsvenska ullprodukter med målet att få ekonomi i alla led. Alla parter i ullens värdekedja är representerade i projektet. Projektet har kartlagt vilken ull som går att hitta i Sverige och var. Likaså var fårklippare, ullstationer och ullförädlingsföretag finns i dagsläget. Projektet ska också ta fram en ullhanteringskurs som kommer att vara klar till Fårfesten i Kil 2020, avslöjade Claudia.

### Konsumtion blir otrendigt

Stefan Nilsson, a.k.a. Trendstefan, pratade om trender och hållbarhet. Trender föds någonstans och sprids sedan. Konsumtionssamhället är på väg ut när vi nu är på väg in i ett nytt decennium. "Och den som inte fattar det är inte med på banan", menade Stefan. Vi kommer att sluta konsumera, vi kommer göra andra saker som gör oss glada. Glad är det nya svarta. Vi kommer leta efter tillfällen att träffas där vi gör saker som gör att vi blir glada tillsammans. Det enda som kommer funka i framtiden är produkter som har en historia, en äkthet och är lokalt producerade. Och det måste vara klimatsmarta material. "Det här är allvar! Vi måste sluta konsumera skit, när vi konsumerar vill vi konsumera lokalt! Våra hjärtan drar åt det hållet", underströk Stefan. Den svenska ullen ligger alltså helt rätt i tiden!

Under en workshop diskuterades vad som kan göras framöver. Kanske blir det en framtida Wool Week i Sverige? Ullen har ju alltid funnits där, men det är upp till oss alla att gemensamt ta tillvara på denna resurs. Och visst hör ullen till en hållbar framtid! Varmt tack till arrangörerna som genom ulldagarna gett branschen möjlighet "att filtas ihop".

*Text & foto: Titti Strömne, Glada Fåret*

### Faktaruta:

Arrangörer för ullbranschdagarna var Länsstyrelsen i Uppsala län, Nämnden för hemslöjdsfrågor, Ullförmedlingen, Ullkontoret, Svenska Fåravelsförbundet och föreningen Ullvilja. Dagen finansierades med landsbygdsmedel via Länsstyrelsen i Uppsala län. Alla presentationer från dagarna hittar du på hemsidan för Nämnden för hemslöjdsfrågor: [www.nfh.se](http://www.nfh.se). Under *Prioriteringar 2019-Hållbarhet-Länkar*.

Tips! När du vill marknadsföra något med svensk ull på Facebook/Instagram/Twitter, använd gärna #svenskull #swedishwool #svenskullinnovation #väljsvenskull #hållbarhet #miljövänligt #woolisbetter

### Bildtexter:

*Arrangörerna: Bakom branschträffen stod inte mindre än sex olika organisationer och företag vilket gav rejäl tyngd till arrangemanget.*

*Fjällräven: Testarna på outdoorklädesföretaget Tierra har kommit på det som fåren kom på för läääänge sedan: "Det lätta ullfodret, verkar jämna ut värmen, och jag behöver inte ändra min klädsel lika ofta".*

*John Sterner: Vi behöver bli bättre på marknadsföring och sälj, pratade Dennis Dahlgvist om. Varumärket John Sterner använder en örönmärkestång och märken av samma typ som örönmärken för att "tagga" sina tröjor och skapa spårbarhet ner till får-nivå. Japanerna tycker det är exotiskt, sa Dennis.*

*Ordmoln: Publiken fick frågan: "Vem vill du jobba vidare med?" Svaret blev att flest vill jobba vidare med fårägare och spinnerier. Tar vi bollen?*