Titel: Hållbarhet på modet - En undersökning om gapet mellan konsumenters inställning till hållbar utveckling och agerande gällande klädkonsumtion

Seminariedatum: 2015-01-15

Ämne/Kurs: FEKH29, Företagsekonomi: Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå, 15 hp

Författare: Malin Elfström, Stina Schmiedel, Catarina Rydeborn Tapper

Handledare: Clara Gustafsson

Nyckelord: Hållbarhet, Hållbar utveckling, Hållbart mode, Inre förhandling, Barriärer

Syfte: Syftet med studien är att skapa ökad förståelse för gapet mellan konsumenters inställning till hållbar utveckling och agerande inom klädkonsumtion.

Metod: Studien är en kvalitativ undersökning skriven med en abduktiv forskningsansats som utgångspunkt vilken leder till en analys där intervjudeltagarnas citat har en framträdande roll. Materialet har analyserats utifrån ett hermeneutiskt synsätt. Vår empiriska data består av tio semistrukturerade djupintervjuer.

Teoretiska perspektiv: Den teoretiska referensramen redogör för grundläggande teorier gällande spridning av modetrender i samhället, hållbar konsumtion och inre förhandling med sig själv.

Empiri: Empirin består av semistrukturerade djupintervjuer med tio personer i åldrarna 20 till 30 år med ett intresse för hållbarhet.

Resultat: Gapet mellan konsumenters inställning till hållbar utveckling och agerande inom klädkonsumtion existerar på grund av att de två koncepten motstrider varandra på både individuella och kollektiva plan. Gapet består av en motsägelse mellan mode och hållbarhet och därmed en inre förhandling för individen som påverkas av en rad svårgenomträngliga barriärer.

Abstract