I empiri och analysavsnittet presenteras resultatet av intervjuerna, samt en analys över hur väl resultatet stämmer överens med de teorier som presenterats i teoriavsnittet. Avsnittet inleds med en diskussion kring individernas tolkning av hållbarhetsbegreppet och dess betydelse inom mode. Därefter behandlas likheter, jämförelser och analys av vad som framkommit under diskussionerna i intervjuerna och visat sig vara mest centrala för studiens syfte.

Empiri och analysavsnittet delas upp i fyra delar. Det första delavsnittet diskuterar intervjupersonernas inställning och relation till shopping och mode, samt deras syn på termen hållbar utveckling (4.1). Därefter delas analysen upp, likt teoriavsnittet, i ett individuellt (4.2) och kollektivt perspektiv (4.3). Slutligen behandlar det sista delavsnittet intervjupersonernas uppfattning kring barriärerna för hållbarhet inom mode (4.4). Genom varje del i avsnittet har materialet analyserats för att se vilka teorier som stämmer överens med intervjupersonernas svar och åsikter i frågan, vilka som skulle kunna byggas vidare på och var det bör forskas ytterligare. Efter analysen presenteras våra slutsatser i studien (5).

4.1 Vad innebär hållbar utveckling?

4.1.1. Introduktion till intervjudeltagarnas shoppingvanor

Inledningsvis sammanfattas hur intervjupersonerna anser sig vara som konsumenter, samt deras generella inställning till shopping och mode. Avsnittet ger läsaren en bredare uppfattning om intervjupersonernas vanor för att bidra till en bättre förståelse av analysen.

Majoriteten av de deltagande i studien ser sig som medvetna konsumenter som till stor del planerar sina köp snarare än att handla på impuls. Det är tydligt att alla deltagare planerar och gör djupare efterforskningar ju dyrare ett kommande köp förväntas bli och att de är relativt mer impulsbenägna när det gäller köp av livsmedel. Flera av de intervjuade berättar att de är vegetarianer eller begränsar sin köttkonsumtion, samt att de till största del konsumerar ekologiska matvaror för att bidra till en bättre miljö och djurhållning. Resterande intervjupersoner konstaterade även de att de ofta försöker konsumera ekologiska alternativ om ekonomin tillåter.

Majoriteten av intervjupersonerna sade sig shoppa kläder tre till fyra gånger om året. De som skiljer sig från skaran är Julia, som shoppar någon gång i veckan, samt Johannes som inte köpt kläder på flera år då han för det mesta använder kläder han erhåller från familj och vänner.

Vi fick under somliga intervjuer en uppfattning om att det förekommer en känsla av att shopping är ett nödvändigt ont, det vill säga att motivet bakom shopping ofta är ett behov av något särskilt snarare än att det ses som en underhållande aktivitet. Undantag från denna generella uppfattning är några av de kvinnliga intervjupersonerna, vilka tycker shopping av kläder är roligare än övrig shopping när de anser sig ha tid och pengar för det.

4.1.2. Hållbarhet, vad innebär det?