“Och jag tycker också det känns lite orättvist av affärerna eller producenterna att tvinga konsumenterna att välja. Det hade varit bättre om de gjorde det som affärsidé att allting är lite grönare, hållbarare eller så. Så att man som konsument inte tvingas välja.”

Olivia talar också om hur hon tycker att det borde vara enklare för konsumenter att välja hållbart. Hon påpekar att det borde finnas mer statliga incitament för att lösa miljöproblemen då det enligt henne är svårt att lösa dem på individnivå;

“(...) det finns ju mycket man kan göra på individnivå med allt sådant som konsumtionsmönster är ju jätteviktigt, hur man, vad man äter, vad man köper, hur man reser. Allt sådant. (...) Jag tror inte man kan lösa miljöproblemen på individnivå. Då tror jag att man lurar sig själv lite grann. Så det har ju jätte mycket att göra med incitament från staten. Jag tror att staten måste gå in väldigt mycket för att förenkla för människor att göra rätt val. Lite så. Men sen måste det finnas en generell vilja och motivation hos individer också.”

Analysen visar att brist på tillgänglighet och begränsat utbud är bakomliggande faktorer till varför inte fler av intervjupersonerna handlar hållbart mode. Ytterligare en faktor som är återkommande under intervjuerna är frågan om pris, vilket därför analyseras i nästa delavsnitt.

4.4.4. Hur stor betydelse har priset?

Det råder delad mening bland forskare om hur stor roll priset har för konsumenter gällande hållbart mode och det är därför av intresse att undersöka hur intervjupersonerna i vår studie ställer sig i frågan. Rasmus berättar att han hellre shoppar dyra saker ett fåtal gånger än billiga saker ofta och förklarar hur det speglar hans uppfattning om hållbart mode, kvalitet och priser;“Jag tror att jag i mitt undermedvetna mer kopplar samman hållbarhet med något som är dyrare och har högre kvalitet, men det är inte säkert att det finns någon korrelation med det, det kanske bara är en ursäkt”. Rasmus uttalande diskuteras även av forskarna Chan och Wong (2012) som menar att konsumenter tenderar att koppla ett högre pris till högre kvalitet och att ett för lågt pris istället kan uppfattas misstänksamt gällande kvaliteten. Detta är något som, enligt Chan och Wong (2012), kan bli ett problem vid försäljningen av hållbart producerade kläder då många vill ha billiga kläder men är skeptiska till möjligheten att något kan vara både billigt och hållbart tillverkat.

Ingrid går i samma tankar som Rasmus gällande priset och tror att hållbara kläder generellt sett är dyrare och inte något som erbjuds av budgetkedjor; “Vill jag bara ha en liten klänning till nästa fredag, kanske jag inte vill ha en jättedyr ekologisk bomullsklänning, utan då vill jag ha 200 kr ifrån H&M”. Vidare funderar hon kring vad som i slutändan skulle kunna vara den avgörande faktorn för henne att köpa det hållbara plagget;

“Priset. Kostar den ena 600 kr och den andra 200 kr. Men kostar den 350 kr kan jag nog tänka mig att köpa den, och utseendet så klart. Man vill ju att det ska vara snyggt också.”

Även när Amanda får reflektera över prisfaktorn visar det sig att hon saknar kunskap om priser på hållbara kläder men konstaterar att priset har betydelse; “(...) Nu har jag dålig koll på om det är dyrare eller inte, men pris är ju en faktor som spelar in i vad man köper liksom.”