Under vårt arbete med studien har vi stött på flera intressanta aspekter inom ämnet som vi inte ämnat diskutera i vår forskning. Vi finner dem dock högst relevanta i frågan och vill därför presentera dem som rekommendationer till vidare forskning.

Vi valde att i vår forskning inte göra skillnad mellan manliga och kvinnliga intervjudeltagare men fick under datainsamling genom intervjuerna fram indikationer på att det skulle kunna vara av intresse att undersöka huruvida det finns en skillnad mellan män och kvinnor i frågan. Vår första rekommendation är därför att undersöka förhållandet mellan hållbarhet och mode ur ett genusperspektiv. Under några av intervjuerna uttryckte intervjupersoner att de upplevde en skillnad mellan könen gällande mode och shopping. En av dem var Fredrik som talade mycket om skillnader för kvinnor och män. Han upplever det enklare för män att vara hållbara inom klädkonsumtion då han menar att dammode verkar vara mer inriktat på fast fashion genom butiker såsom H&M och Zara. Fredrik upplever att kvinnor köper fler billiga plagg som de byter ut mer frekvent än vad män gör. Vi anser det vara intressant att undersöka huruvida genus har betydelse i frågan och i så fall var detta grundar sig. Det går att ta sig an frågan ur flera olika infallsvinklar, till exempel normativa föreställningar, samhällskonstruktioner eller modekedjors förhållningssätt till manliga respektive kvinnliga kunder.

När problemet med hållbar utveckling diskuterades uttryckte somliga intervjudeltagare en känsla av att problemet endast till viss del kan lösas av individuellt agerande. De frågade sig huruvida en märkbar förändring kräver att hela samhällets sociala beteende ändras. Efter vår analys av intervjuerna drog vi även en slutsats om att brist på information och kunskap i frågan kan vara en bakomliggande faktor till det existerande gapet. För att kunna minska detta hinder finner vi det av vikt att undersöka hur konsumenter kan göras mer medvetna och engagerade i frågan för att kunna åstadkomma en förbättring. Därför är vår andra rekommendation till vidare forskning att undersöka hur man på bästa sätt skulle kunna öka spridningen av information och kunskap gällande hållbart mode. Exempel på infallsvinklar är var och hur denna typ av information bör kommuniceras för att ge bästa effekt, samt huruvida stat, företag och övriga aktörer bör ha en betydande roll i arbetet och i så fall vilken.

7. Referenser