



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

FEKH29

Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå

VT 2021

Barriärer för hållbara investeringar

En kvalitativ studie om de barriärer som försvårar hållbara investeringar

Författare

Benke, Julia

Kjellberg, Filippa

Svensson, Ida

Handledare

Svensson, Peter

Antal ord

18 354

Förord

Vi vill först och främst rikta ett stort tack till våra respondenter som med sin medverkan har möjliggjort vår studie. Vi önskar även att rikta ett stort tack till vår handledare Peter Svensson för de utvecklande samtalen vi haft möjlighet att föra kring utformningen av vårt examensarbete. Vidare vill vi tacka våra familjer och vänner för ert stöd under denna perioden.

Vi känner stor tacksamhet till varandra för vårt starka samarbete kring examensarbetet och är stolta över att presentera denna uppsats som det sista momentet i vår kandidatexamen.

Lund den 31 maj 2021

Julia Benke

Filippa Kjellberg

Ida Svensson

Sammanfattning

Examensarbetets titel: Barriärer för hållbara investeringar

Seminariedatum: 2021-06-02

Kurs: FEKH29, Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå, 15 högskolepoäng

Författare: Julia Benke, Filippa Kjellberg, Ida Svensson

Handledare: Peter Svensson

Nyckelord: Barriärer, Gap, Hållbarhet, Intention, Attityd, Beteende

Forskningsfråga: Vilka barriärer försvårar hållbara investeringar?

Syfte: Studien syftar till att bidra med ny kunskap som ämnar att identifiera och förklara potentiella barriärer som försvårar förverkligandet av individens intention att investera hållbart samt identifiera möjliga förklaringar till varför det finns ett gap mellan hur individen vill agera och hur individen faktiskt agerar.

Metod: Studien som är av kvalitativ karaktär har en abduktiv ansats. För analysen har en process av tematisk analys applicerats.

Teoretiska perspektiv: Studien baseras på *Theory of planned behavior* och modellen *Attitude-behavior gap* för att undersöka konsumentbeteende. Modellerna kompletteras av teorier kring *Self-identity* och *Value-action gap* för att fördjupa förståelsen av rådande gap och barriärer.

Resultat: Analysen bekräftar tesen som bedrivs i samtliga teoretiska ramverk som studien tillämpar och indikerar därmed på att trots att det finns en intention att utföra ett visst beteende försvårar eller omöjliggör omständigheter och barriärer ett faktiskt utförande av beteendet. Dessa barriärer upplevs både i relation till vardaglig konsumtion men även i relation till investeringar vilket indikerar på att barriärerna utgör ett i huvudsak betydelsefullt underlag för att förstå gapet mellan attityd och beteende.

Slutsats: Slutsatsen av studien är att genom att identifiera och skapa förståelse för de barriärer som unga investerare upplever försvårar möjligheterna till hållbara investeringar kan vi skapa förståelse för vilka förändringar som krävs för att överkomma barriärerna både från individen själv och från företagen.

Abstract

Title: Barriers to Sustainable Investing

Seminar date: 2021-06-02

Course: FEKH29, Bachelor Degree Project in Marketing Undergraduate Level, 15 ECTS

Authors: Julia Benke, Filippa Kjellberg, Ida Svensson

Advisor: Peter Svensson

Key words: Barriers, Gaps, Sustainability, Intention, Attitude, Behavior

Research question: Which barriers obstruct sustainable investing?

Purpose: The study aims to contribute with new knowledge that seeks to identify and explain potential barriers that complicates the implementation of the individuals intention to invest sustainably and identify possible explanations to why there is a gap between how the individual wants to act and how the individual acts in reality.

Methodology: The study holds a qualitative scientific method and implements an abductive approach. For the analysis a process of thematic analysis has been applied.

Theoretical perspectives: *Theory of planned behavior* and *Attitude-behavior gap* has been used to examine consumer behavior and the study also implements the theories of *Self-identity* and *Value-action gap* to gain further understanding for the existing gaps and barriers.

Result: The analysis confirms the thesis that is conducted in the theoretical frameworks the study implements and thereby indicates that even though there is an intention from the individual to perform a certain behavior practical circumstances complicates or makes the desired behavior impossible to perform. These barriers are experienced by the individual's daily consumption but also in regards to investing which indicates that these barriers constitute an essential basis to understand the gap between attitude and behavior.

Conclusions: The study concludes that by identifying and creating an understanding for the barriers that young investors experience complicates the possibilities of sustainable investing we can establish an understanding for which changes are essential in order to overcome these barriers both from the individual and the corporations.

Innehållsförteckning	Sida
1. Inledning	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problem	8
1.3 Syfte och frågeställning	12
1.4 Tidigare forskning	12
2. Teori	16
2.1 Theory of planned behavior	16
2.2 Self-identity	17
2.3 Attitude-behavior gap	18
2.4 Value-action gap	19
2.5 Sammanfattning teori och förklaring av begrepp	20
3. Metod	22
3.1 Val av forskningsansats	22
3.2 Val av forskningsdesign	22
3.3 Kvalitativ metod	24
3.4 Beskrivning av tillvägagångssätt	25
3.4.1 <i>Datainsamling</i>	25
3.4.2 <i>Dataanalys</i>	26
3.4.3 <i>Urval</i>	27
3.4.4 <i>Etiska överväganden</i>	29
3.5 Litteraturgenomgång	30
3.6 Metoddiskussion	30
4. Analys	33
4.1 Bakgrund till analys	33
4.2 Barriärer	40
4.2.1 <i>Individuella barriärer</i>	40
4.2.2 <i>Ansvarsbarriärer</i>	45
4.2.3 <i>Praktiska barriärer</i>	46
4.2.4 <i>Sammanfattning analys</i>	54
5. Slutsats	55
5.1 Studiens slutsats	55
5.2. Kunskapsbidrag	58
5.2.1 <i>Teoretiskt bidrag</i>	58
5.2.2 <i>Praktiskt bidrag</i>	59

6. Diskussion	60
6.1 Diskussion av studiens slutsats	60
6.2 Förslag på vidare forskning	62
Referenslista	64
Tryckta källor	64
Digitala källor	64
Bilagor	68
Bilaga 1: Intervjuguide	68

1. Inledning

Det inledande kapitlet ämnar att introducera ämnena hållbarhet och konsumentbeteende med fokus på konsumentens attityder och beteenden. Vidare problematiseras barriärerna som uppkommer i relation till hållbar konsumtion innan en översikt om det rådande forskningsläget presenteras.

1.1 Bakgrund

Hållbarhet är ett aktuellt ämne som de senaste decennierna har blivit en allt mer brådskande fråga för politiker, forskare och konsumenter att hantera. 2015 antogs FN:s globala hållbarhetsmål som syftar till att samla dess medlemsnationer kring gemensamma hållbarhetsåtaganden för att undkomma en förödande temperaturhöjning av atmosfären och effekterna som kommer av det. De 17 globala målen berör tre dimensioner av hållbar utveckling; den ekonomiska, den sociala och den miljömässiga. (FN, 2015). De tre dimensionerna behöver stärkas på en global nivå för att en hållbar utveckling av planeten ska vara möjlig. Forskningen kring hur företag och konsumenter kan göra mer medvetna val och lära sig mer kring hållbar utveckling på en global nivå har fått ett allt större fokus de senaste åren. (Borglund et al, 2017).

Ovan nämnd forskning stöds bland annat av Dynata (2020) vars rapport påvisar att intresset för hållbarhetsfrågor har ökat. I spåren av Covid-19-pandemin syns en ökad oro för klimatet samtidigt som det finns starka tendenser till att vilja förändra sitt konsumentbeteende mot ett mer hållbart sådant för att undvika ytterligare belastning på klimatet (Dynata, 2020). När det kommer till hållbarhet och konsumentens attityd och beteende menar Dahlén et al (2017) att det finns en diskrepans. Den genomsnittliga konsumenten besitter idag en stor kunskap kring hållbarhetsfrågor och de dilemman som hållbar konsumtion kan innebära. Trots detta är hållbarhet inte den högst prioriterade faktorn vid konsumtionsbeslut. (Dahlén et al, 2017).

Även för företagen återfinns ett stort fokus på hållbarhetsfrågor och då framförallt genom Corporate Social Responsibility, vidare benämnt som CSR. CSR definieras som *det ansvar*

företag har för den påverkan man har i samhället där man verkar. Detta innebär bland annat att företag ska ta ansvar för att integrera mänskliga rättigheter, miljö och socialt ansvar i sin verksamhet. (CSR Sweden, u å). CSR har vuxit sig allt starkare som begrepp och ligger som grund för diskussion och utveckling i olika sammanhang kring hållbarhetsfrågor. Ett begrepp som är tätt kopplat till CSR är begreppet ESG som sammantaget ämnar att förklara aspekterna miljömässig hållbarhet, social hållbarhet och hållbar företagsstyrning. (Nordea, u å). ESG är det primära begreppet kopplat till hållbara investeringar som tillämpas i allt större utsträckning av institutionella investerare och investeringsbolag.

I tidigare genomförda studier kring konsumentattityder pekar resultaten på att konsumentbeteendet i stor grad härstammar från normer. Detta tyder på att konsumentens sociala omgivning är en starkt bidragande faktor till vilket konsumentbeteende som upprätthålls. Däremot råder det ingen konsensus kring varför konsumenten inte värderar hållbarhet vid konsumentssituationer trots konsumentens kunskap och förståelse för hållbarhet. Resultaten är tvetydiga där viss forskning indikerar på att attityd och beteende oftast inte korrelerar men trots det återfinns det i annan forskning ett samband mellan individens beteende och de normer som råder i samhället. (Dahlén et al, 2017). (Borglund et al, 2017).

Uppkomsten av normer och dess effekter har studerats på olika nivåer och i olika kontexter. Förståelsen för normers betydelse gällande hållbara konsumentval har kommit att utvecklas och fokuserar på kännedom och förståelse för hållbara faktorer samt uppfattningen kring sin egen konsumtion. (Konsumentverket, 2020). Sociala normer baseras till stor del på individens referensgrupper och individens omgivning. Evans et al (2009) menar att människan i modern tid har förändrat sitt sätt att knyta an till olika grupper som på ett eller annat sätt influerar individer i dagliga beslut, vilket påverkar individens normer och omgivningens inflytande på individens beslut. Människan skiftar grupptillhörighet på ett enklare sätt idag än tidigare. Tillhörigheten och individens medlemskap i olika grupper har utvecklats från att vara i det strikt fysiska rummet till att även inkludera digitala plattformar vilka idag har stor inverkan på det uppkopplade livet. För marknadsförare innebär detta en utökad möjlighet att via digitala plattformar se mönster och ta strategiska beslut för att nå konsumenten och penetrera dessa grupper med marknadskommunikation och budskap. (Evans et al, 2009). (Dahlén et al, 2017).

Precis som intresset för hållbarhet har ökat har även intresset för aktiehandel gjort det. Antalet aktieägare i Sverige steg under 2020 med 187 470 stycken vilket innebär en tredubbling av ökningen från 2019. (Euroclear Sweden, 2021). Detta bygger vidare på den fem år långa trenden av ett ökat aktiesparare bland privatpersoner i Sverige. Idag äger 2,1 miljoner av Sveriges invånare aktier. Den mest markanta ökningen har skett i åldersgruppen 21-30 år. I slutet av 2019 utgjorde denna åldersgrupp 10,9% av det totala aktieägandet för att ett år senare utgöra 12,7%. Även här upprätthålls en 10-årig trend av ökat aktieägande hos denna åldersgrupp. (Euroclear Sweden, 2021). Av Stockholmsbörsens 25 största bolag får endast fem av bolagen högst hållbarhetsbetyg från MSCI, vilket är ett företag som gör bedömningar inom finansvärlden, som bedömer de tre ESG-faktorerna. Sett till åldersfördelningen äger personer under 30 år i genomsnitt 14,1% av dessa bolagens aktier i jämförelse med 17,8% bland de övriga bolagen som presterar lika bra avseende hållbarhet. (Euroclear Sweden, 2021).

När det gäller hållbarhetsfrågor i relation till investeringar tenderar konsumenten att vara mer riskavert eftersom det finns en osäkerhet i hur väl företag och organisationer kommunicerar sitt arbete kring hållbarhetsfrågor och hur detta påverkar aktiens avkastning. I takt med att konsumentbeteendet belyses allt starkare har intressentvärdet och aktieägarvärdet kommit att överlappa varandra tydligare. Genom att undersöka de börsnoterade företagens hållbarhetsarbete ur ett normbaserat perspektiv belyses oftare vad stater anser är en god normativ grund, genom konventioner och lagstiftning, snarare än vad individer anser vara goda normativa förhållanden. (Borglund et al, 2017).

1.2 Problem

Enligt en rapport från Tillväxtverket (2020) tillhör klimatförändringarna en av samtidens megatrender där de stora utmaningarna är resursbrist i form av minskad produktivitet av jordbruk, stigande havsnivåer samt en allt större global befolkning som konsumerar på ett mer resurskrävande vis. (Tillväxtverket, 2020). En undersökning genomförd 2019 av Differ visar att 44% av konsumenterna aktivt gör hållbara val alltid eller ofta vilket är en ökning från 2018 då motsvarande procent var 39%. I samma rapport belyses att det är hos målgruppen 20-25 år som intresset för hållbarhet är starkast där 95% alltid, oftast eller ibland gör aktivt hållbara val. Det är även denna målgruppen som väger in hållbarhet som en viktig aspekt vid konsumtion. Trots det

ökade intresset för hållbarhet så visar Differs rapport från 2019 att få översätter hållbarhetsintresset till val av bank och investeringar. Endast 3,8% ser hållbarhet som en avgörande faktor när de väljer bank. Problematiken i att viljan och intentionen att investera och konsumera hållbart inte visas i faktiska investeringsbeslut kan härledas till flera olika faktorer. Differs (2019) rapport indikerar att det finns konflikter mellan viljan att investera hållbart och att faktiskt göra det. Då allt fler agerar på den finansiella marknaden och allt ökad andel kapital investeras i finansiella tillgångar finns det ett behov av ytterligare förståelse för beslutsprocessen som leder fram till en investering. Vidare krävs utökad förståelse för intentionerna med konsumentens beteende på marknaden för finansiella investeringar samt vilka hinder och utmaningar det finns för att konsumera hållbart. Vidare åligger nätmäklarna av fonder och aktier att följa uppsatta regler och förordningar av marknadsföringen kring hållbara investeringsval vilket ytterligare kan påverka kommunikationen kring detta. (Differ, 2019).

Dahlén et al (2017) menar att saliens kan uppstå då ett attribut hos en vara eller tjänst är tillräckligt framträdande för att vara avgörande i ett konsumentbeteende som leder till ett köp. Det kan därför diskuteras huruvida hållbarhet i sig är en tillräckligt stark faktor för att skapa saliens i investeringssammanhang eller om det råder hinder för att bygga bryggan för ett tydligare hållbart engagemang i investeringssammanhang. Genom denna vetenskap kan förståelse skapas kring hur ett prispremium inte skulle medföra högre omsättning eller lönsamhet för företag endast med hållbarhet som tydligt attribut. (Dahlén et al, 2017).

I många sammanhang sker konsumtion utan vidare eftertanke vilket möjliggör att strukturerad och djupgående forskning om konsumentbeteende kan påvisa mönster och härleda intentioner och attityd i konsumentens vanor och beteenden. (Evans et al, 2009). Konsumentbeteendet sker följaktligen mer eller mindre medvetet vilket kan förklaras av normer och hur individen påverkas av sin omgivning och de rådande normerna i samhället. Påverkan från omgivningen och samhället kan uppstå i informella eller formella sammanhang genom så kallade referensgrupper där ett gemensamt beslutsfattande ligger till grund för den enskilda konsumentens val. När det gäller den privata konsumtionen av lyxvaror, såsom finansiella investeringar, finns en tydlig koppling till en hög påverkan från sociala grupper eftersom den privata konsumtionen av lyxvaror kännetecknas av en viss prestige eller status. Mindre påverkan råder när det gäller den

privata konsumtionen av en viss variant av en vara eller ett visst varumärke eftersom detta val inte är något som syns publikt. (Evans et al, 2009). När det gäller finansiella investeringar innebär detta att det finns en koppling mellan huruvida omgivningen påverkar individen genom referensgrupper och hur individen faktiskt investerar. Detta eftersom de specifika investeringarna är information som kan hållas privat vilket gör att ett fullständigt samband mellan det faktiska självet och det ideala självet inte alltid återfinns vid investeringsbeslut. (Evans et al, 2009).

För att förstå de olika tillvägagångssätten som investerare tillämpar för att skapa en hållbar portfölj har Carl Berrisford, Cyril Demaria, Christophe de Montrichard, Stephen Freedman, James Purcell och Alexander Stiehler (2015) för finansbolaget UBS räkning utvecklat modellen *Approaches to sustainable investing*. Berrisford et al (2015) har identifierat tre olika motiv för att investera hållbart. Dessa motiv är att ha en portfölj i linje med ens personliga värderingar, att bidra till social eller miljömässig utveckling samt att inkludera hållbarhetsprämterar vid investeringsbeslut. Genom att inkludera dessa motiv vid valet av investeringar kan man uppnå en högre avkastning. Varje motiv har ett tillvägagångssätt kopplat till sig vilket investerare använder för att uppfylla syftet och motivet. Om investerarens motiv till att investera hållbart för att det ska vara i linje med dennes värderingar kan ett uteslutande tillvägagångssätt användas. Detta görs genom att utesluta investeringar som bidrar till finansiering av verksamheter som kan anses oetiska, såsom vapen, spel och alkohol. För investeraren vars motiv är att bidra till social eller miljömässig utveckling används ett integrerat tillvägagångssätt där traditionella finansiella nyckeltal kombineras med utformade hållbarhetskriterier. Detta ger effekten av att hållbara investeringar väljs och inte bara att ohållbara väljs bort som i det förstnämnda tillvägagångssättet. Slutligen används tillvägagångssättet *impact-investing* för den investeraren vars motiv är att inkludera hållbarhetsprämterar vid investeringsbeslut för att uppnå en högre avkastning. Här värderas att effekten på samhället eller miljön ska vara positiv och mätbar parallellt med att investeringen ska generera avkastning. (Berrisford et al, 2015). Detta är av relevans även för den småskaliga investeraren och konsumenten eftersom varje konsument behöver göra ett ställningstagande kring vad den vill investera sitt kapital i. För att förstå varför motiv och de drivkrafter som motiv skapar inte alltid speglar intention och beteende behöver man förstå vad som kan försvåra för individer att faktiskt agera hållbart. Sammantaget verkar konsumenter uppleva hinder som står emellan deras vilja att investera och agera hållbart och hur

de sedan väljer att handla. I litteraturen är det ett välutforskat område kring hur attityder och intentioner samverkar och bidrar till ett önskat beteende. Ett sätt att tala om dessa hinder är *barriärer*.

Henric Barkman (2014) har undersökt vilka broar och barriärer som finns för medborgarkonsumenterna att göra hållbara val med syfte att förklara varför konsumenten allt som oftast inte agerar så som tidigare teorier förutser att de ska bete sig. Barkman (2014) använder sig av begreppet medborgarkonsumenter vilket innebär ett synsätt där varje medborgare också är en konsument av de tjänster och produkter som samhället tillhandahåller. Vidare använder Barkman (2014) sig av en definition av barriärer myntad av Faber et al (2012): *Factors that prevent an intention from being developed or as factors that prevent intention turning into a behavior*. Barriärerna kan enligt Barkman (2014) delas upp i individuella barriärer och samhällseliga. Bland de individuella barriärerna återfinns attityder, vanor, socioekonomiska faktorer samt psykologiska mekanismer. De samhällseliga barriärerna inkluderar informationsaspekten som kan innebära både bristande information men också en upplevd överbelastning av information som leder till svårighet att sälla och sortera. Bland de samhällseliga barriärerna inkluderas också de normer som råder samt en bristande tilltro till huruvida de olika formerna av påverkan bidrar till hållbarhet. Utöver de individuella och samhällseliga barriärerna identifieras också sociala dilemman som en barriärer. Sociala dilemman innefattar den avvägning som konsumenten gör vid ett val där konsumentens kortsiktiga intressen väger tyngre då det finns en misstro till att kollektivet kommer att göra det som krävs för att målet om hållbarhet ska nås. Då resonerar konsumenterna att dess goda handlingar har varit förgäves då inte kollektivet har gjort det samma vilket resulterar i en känsla av förlust. (Barkman, 2014).

Barkman (2014) beskriver barriärer som förklaringen till varför där finns en diskrepans mellan att konsumenten inte agerar på det sätt som deras intention och värderingar kring hållbarhet förutsätter att de kommer agera. Denna diskrepansen benämns som gapet mellan intention och beteende. Barkmans (2014) undersökning visar att gapet förekommer både bland konsumenter med goda individuella förutsättningar och bland dem med sämre individuella förutsättningar. Även ett omvänt gap har kunnat påvisas där de med sämre förutsättningar för att hållbart agerande trots det agerar på ett hållbart vis. Gapet har till viss del kunnat förklaras av hur

konsumenter uppfattar möjligheterna till hållbar konsumtion. För att överbrygga gapet och barriärerna har Barkman (2014) identifierat tre viktiga ståndpunkter. Dessa är att anse att man har ett ansvar som konsument för hållbarhet, att vara orolig över den hållbara utveckling samt att uppleva konsumtion som ett hinder för hållbar utveckling. Slutligen lyfter Barkman (2014) fram att humankapital i form av kunskap och motivation är viktigare än utbildningsnivå för att överbrygga gapet.

1.3 Syfte och frågeställning

Studiens syfte är att bidra med ny kunskap som ämnar att identifiera och förklara potentiella barriärer som försvårar förverkligandet av individens intention att investera hållbart samt identifiera möjliga förklaringar till varför det finns ett gap mellan hur individen vill agera och hur individen faktiskt agerar.

Frågeställning:

Vilka barriärer försvårar hållbara investeringar?

1.4 Tidigare forskning

I takt med att klimatfrågan har blivit allt mer brådskande de senaste decennierna har andelen forskning ökat som bedrivs för att förklara varför människor som har en intention att agera hållbart trots det inte gör det. Detta beskrivs som gapet mellan attityd och beteende samt barriärer för ett hållbart beteende.

En litteraturöversikt som sammanställts av ElHaffar, Durif och Dubé (2020) definierar gapet mellan attityd och beteende som *the inconsistency between what the individual says regarding his/hers growing concern about the environmental problems and what he/she does in terms of actions, behaviors, and contributions to lessen the consequences of these problems*. Vidare i litteraturöversikten identifieras två tydliga paradigmer som en stor del av forskningen kring hållbarhetsgapet faller in i - det rationella ekonomiska paradigmet och det beteendebaserade paradigmet. Det rationella ekonomiska paradigmet innebär att ansatsen för forskningen tar sin utgångspunkt i att människor är medvetna, rationella och nytto-maximerande individer och teorier som präglar detta paradigmet är bland annat *Theory of planned behavior* och *Value-belief-norm*

Theory. Theory of planned behavior kan ses som den mest framstående teorin när det gäller att förklara gapet och används i en stor del av forskningen. Det beteendebaserade paradigmet skiljer sig från det rationella ekonomiska så till vida att utgångspunkten är att människors beteende bestäms av känslor och kognitiva snedvridningar. (ElHaffar et al., 2020).

Vidare beskriver författarna hur forskningen idag domineras av det rationella ekonomiska synsättet där *Theory of planned behavior* används i störst utsträckning för att undersöka gapet. (ElHaffar et al., 2020). Detta stöds av en tidigare litteraturöversikt av Joshi och Rahman (2015) som har undersökt studier kring hållbar konsumtion. Däremot fann ElHaffar et al. (2020) att det trots detta inte hade nyttjats på rätt sätt än då det fortfarande kvarstår ett kunskapsgap kring hur konsumentens attityd och intention samspelar för att minska gapet mellan handling och intention. Författarna understryker ett stort behov av holistiska och integrerade studier av gapet för att komma till rätta med det tidigare formulerade kunskapsgapet. (ElHaffar et al., 2020).

Vidare riktar både ElHaffar et al (2020) samt Joshi och Rahman (2015) kritik mot det tidigare applicerandet av *Theory of planned behavior* då studierna inte lyckas förklara konsumentens köpbeteende under och efter köpet. Joshi och Rahman (2015) identifierar i sin litteraturöversikt högt pris, låg tillgänglighet och låg tilltro till hållbarhetsprodukter som de största barriärerna mot ett hållbart beteende medan oro för miljön, produktattribut, kunskap om hållbarhet och subjektiva normer agerar som drivkrafter för ett hållbart beteende. (Joshi & Rahman, 2015).

Intentionen att konsumera hållbart har i forskning av Kabadayi, Dursun, Alan och Tuger (2015) undersökts i relation till begreppen *consumer's guilt*, *self-monitoring* och upplevd konsument effektivitet. Upplevd konsument effektivitet definieras som huruvida konsumenten upplever att dennes konsumtion och agerande påverkar omgivningen och till vilken utsträckning. Begreppet är nära besläktat med upplevd beteendekontroll som är en faktor i *Theory of planned behavior*. Självmonitorering är den andra faktorn som ligger till grund för studien och behandlar hur medveten individen är kring de sociala normerna som råder kring ett visst beteende. Anpassar sig personen i hög grad mot vad som ses som lämpligt och rätt så innehar den en hög grad av självmonitorering men är den mindre medveten eller anpassar sig mindre är graden av självmonitorering lägre. Slutligen benämns skuld som när ens agerande och uppfattning om vad

som är rätt inte korrelerar. När ens agerande inte är i linje med ens värderingar och etiska kompass kan en känsla av skuld uppkomma. Studien som undersökte intentionen att konsumera hållbart hos unga vuxna i konsumtionssituationer fann att den upplevda konsumenteffektiviteten påverkade intentionen till ett hållbart beteende. Skuld och självmonitorering bidrog både till upplevd konsumenteffektivitet medan skuld också påverkade intentionen direkt samtidigt som självmonitorering inte gjort det. (Kabadayi et al, 2015).

När det kommer till hållbara investeringar specifikt har Lo och Kwan (2017) undersökt hur Hongkongbörsen och dess investerare reagerar på hållbarhetsinitiativ från företagen som är noterade där. Dessa initiativ berör ESG-faktorerna vilka är miljömässig hållbarhet, social hållbarhet och hållbar företagsstyrning såsom jämställdhetsarbete i organisationen samt corporate sustainability vilket benämns som CS. CS utökar förståelsen av CSR till att också innefatta tre ytterligare element nämligen *accountability*, *stakeholder engagement* samt *sustainable development*. Undersökningen såg att marknaden och investeraren reagerade positivt till ESGC-initiativ vilket inkluderar både ESG samt CS-faktorerna. Detta innebär att börsvärdet ökade i samband med att initiativen lanserades. I undersökningen särskiljdes ESG-initiativ från CS-initiativ där Lo och Kwan (2017) fann att investerare reagerade mindre positivt på CS än på ESG. Orsaken till detta kan finnas i att investerare inte förstår den finansiella påverkan som CS-initiativen medför vilket leder till en osäkerhet som slutligen kan påverka börsvärdet negativt. (Lo & Kwan, 2017).

Likt Lo och Kwan (2017) har Cunha, Oliveira, Orsato, Klotzle, Cyrino Oliveira och Caiado (2020) undersökt marknaden för finansiella tillgångar i relation till hållbarhet. Genom att jämföra utvecklingen av flertalet Dow Jones hållbarhetsindex över flera olika geografiska marknader med dess *benchmark* såg Cunha et al (2020) att dessa hållbarhetsindex generellt presterar på liknande nivå likt deras *benchmark*. Detta tyder på att hållbara företag presterar finansiellt lika väl som deras mindre hållbara konkurrenter. Däremot fann dem att inom vissa specifika marknader kan företag som presterar starkt inom ESG innebära en överlägsen riskjusterad avkastning. (Cunha et al 2020).

Det rådande forskningsläget kan sammanfattningsvis beskriva ha en tyngdpunkt åt det rationella ekonomiska paradigmet där forskningen i stor utsträckning vilar på *Theory of planned behavior*. Med utgångspunkt i *Theory of planned behavior* återfinns majoriteten av forskningen i kontexter av dagligvaruhandel, klädkonsumtion och övriga beteenden kopplade till hållbarhet likt sopsortering och transport. Sammanfattningsvis återfinns ingen forskning som ämnar att besvara frågan kring vilka barriärer som försvårar hållbara investeringar, varpå den tidigare formulerade frågeställningen kvarstår som relevant.

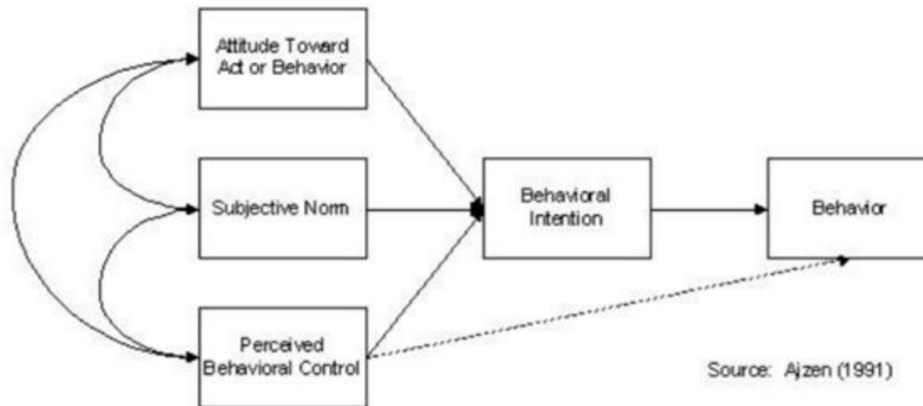
2. Teori

I detta kapitel presenteras de teoretiska ramarna vilka studiens baserats på. Theory of planned behavior och Attitude-behavior gap förklaras vilka kommer att utgöra huvudstommen för den senare analysen. Dessa teorier kompletteras med teorier kring självidentitet och barriärer.

2.1 Theory of planned behavior

Theory of planned behavior syftar till att förutspå ett visst beteende och ger möjlighet att förstå människors beteenden i olika situationer. Teorins tre grundpelare är attityden mot det önskade beteendet, subjektiva normer samt upplevd beteendekontroll hos individen vilka tillsammans mynnar ut i individens beteendeintention som slutligen avgör det faktiska beteendet. Intentioner gör det möjligt att förstå vilka motivationsfaktorer som påverkar ett beteende i en viss riktning och indikerar hur mycket ansträngning som krävs för att utföra ett visst beteende. Vidare är det lättare att förutse beteenden där intentionen är stark än där intentionen är svag. Den första faktorn är attityd mot det önskade beteendet och berör individens egna utvärdering av ett visst beteende och om beteendet anses gynnsamt för individen bidrar det till intentionen att faktiskt utföra beteendet. Vidare behandlar den andra faktorn, subjektiva normer, hur individens sociala omgivning upplever ett visst beteende och huruvida beteendet kommer belönas eller bestraffas av omgivningen. Den tredje och sista faktorn som påverkar intentionen är den upplevda beteendekontrollen. Den upplevda beteendekontrollen handlar om huruvida en individ själv uppfattar utförandet av ett visst beteende som enkelt eller svårt samt om det finns upplevda barriärer som kan påverka intentionen så som tidigare erfarenheter eller ett bristande självförtroende. För att på ett så korrekt sätt som möjligt kunna förstå ett beteende menar Ajzen (1991) att det krävs att den upplevda beteendekontrollen korrelerar med det förväntade beteendet samt att intentionen och den upplevda beteendekontrollen måste vara stabil över tid. En generell regel i *Theory of planned behavior* är att individen har större upplevd beteendekontroll om attityden mot det önskade beteendet och de subjektiva normerna anses fördelaktiga vilket i sin tur inger en starkare intention att utföra beteendet. Vidare framhåller teorin att upplevd

beteendekontroll i kombination med intention direkt kan förutspå ett visst beteende. (Ajzen, 1991).



Figur 1: Theory of planned behavior.

2.2 Self-identity

Självidentitet har undersökts av Fekadu och Kraft (2001) i relation till *Theory of planned behavior* och har visats vara en stark prediktor till intentioner. Faktorn självidentitet inkluderas idag i begränsad omfattning när attityder undersöks i *Theory of planned behavior* men presenteras inte som en egen faktor i modellen då det kan ses som en effekt av tidigare beteenden. Detta har däremot visat sig vara falskt och självidentitet har därmed en självständig påverkan på intentionen. Självidentitet har ingen bestämd definition utan definieras på olika vis beroende på kontexten. Ur ett psykologiskt perspektiv kan självidentitet definieras som *the salient part of a person's self-concept which relates to behavior*. Detta innebär att självidentiteten består av förväntningar som finns på en baserat på ens position och roll i relation till ens omgivning. Det kan uttryckas i form av grupptillhörighet. Desto mer internaliserad ens roll i de sociala strukturerna är, desto tydligare är förväntningarna och därmed blir ens uppfattning av självidentitet starkare. Identitetsteori ser däremot självidentitet ur ett sociologiskt perspektiv och talar om självidentitet som att en persons självkoncept organiseras enligt en hierarkisk trappa av rollidentiteter som då motsvarar ens position i den sociala strukturen. Ytterligare definitioner

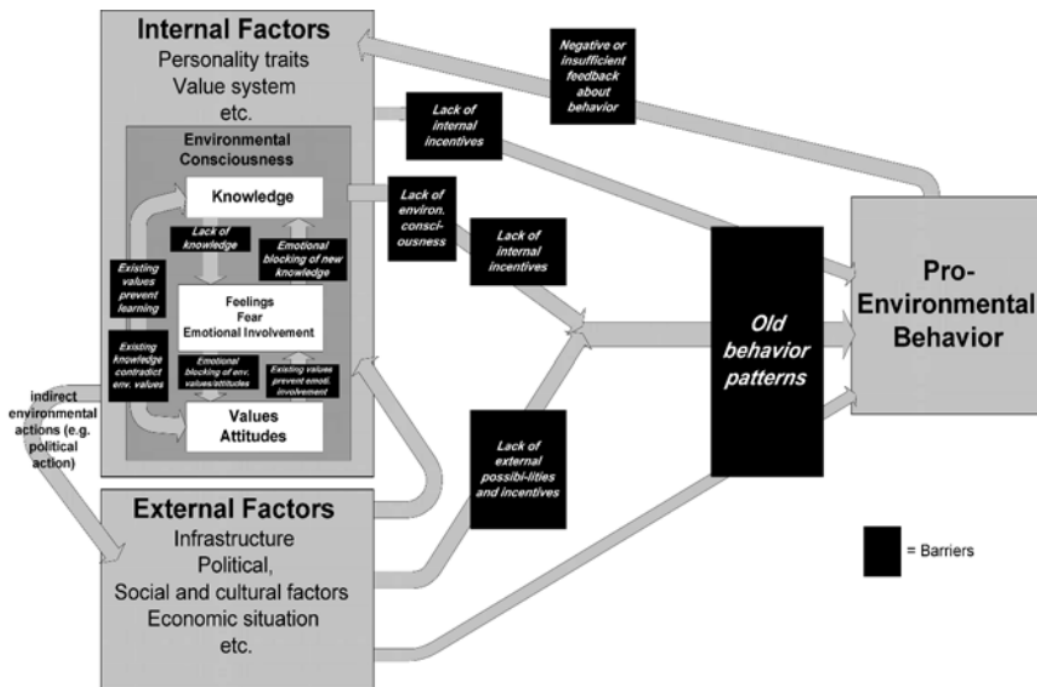
antar ett psykologiskt perspektiv där självidentiteten beskrivs som en individuell identitet som består av personens förståelse av sina olika identiteter som är situationsbaserade. (Fekadu & Kraft, 2001).

2.3 Attitude-behavior gap

Teorin *Attitude-behavior gap* bygger till viss del på *Theory of planned behavior* (Ajzen, 1991) och ämnar undersöka diskrepansen mellan individers attityder och individers faktiska beteenden samt definiera potentiella barriärer som kan försvåra hållbara beteenden för individer. Kollmuss och Agyeman (2002) identifierar en rad interna och externa faktorer som kan skapa förståelse för varför individer agerar som de gör när det kommer till hållbarhet. De interna faktorerna innefattar bland annat motivation, kunskap om hållbarhet och miljömedvetenhet. Motivation är en avgörande faktor när nya vanor och beteenden formas och Kollmuss och Agyeman (2002) skiljer på primära och selektiva motiv. De primära motiven utgörs av intentionen kring vilket beteende som önskas utföras medan de selektiva motiven utgörs av det beteende som utförs i praktiken. Enligt Kollmuss och Agyeman (2002) tenderar selektiva motiv som uppfyller individens egna behov att prioriteras i högre grad än de primära motiven som karaktäriseras av sociala värderingar. Som en konsekvens av diskrepansen mellan primära och selektiva motiv uppstår ett gap mellan hur individen vill agera, individens värderingar och kunskap samt hur individen faktiskt agerar det vill säga individens inlärdade beteendemönster eller vanor (Kollmuss & Agyeman, 2002).

Kollmuss och Agyeman (2002) menar även att miljömedvetenhet är en avgörande intern faktor för att generera hållbara beteenden. Miljömedvetenhet delas upp i kunskap, känslor, rädslor och engagemang samt värderingar, där värderingar och kunskap anses vara de faktorer som bidrar till individens primära motiv. De selektiva motiven skapas i sin tur av vanor och då de selektiva motiven vanligtvis är de som prioriteras menar Kollmuss och Agyeman (2002) att vanor, eller tidigare beteendemönster, är den enskilt största barriären som förhindrar hållbara beteenden. Det vill säga att trots att individen besitter kunskap och har värderingar som anses hållbara krävs förändrade vanor för att individen ska utveckla hållbara beteenden i praktiken. Vidare nämns även kunskapsbrist, existerande värderingar som motverkar lärande samt existerande kunskap som motstrider hållbara värderingar som potentiella barriärer. (Kollmuss & Agyeman, 2002).

De externa faktorer som författarna menar påverkar individers incitament till att agera hållbart är framförallt ekonomiska faktorer, politik, och sociokulturella omständigheter. Forskning visar att för att en individ ska göra hållbara val krävs att vinsten av att göra ett hållbart val kontra att inte göra det är relativt hög. (Kollmuss och Agyeman, 2002). Försättningsvis är det när interna och externa faktorer agerar i synergi som det finns störst möjlighet till förändrat beteende hos individen. Kollmuss och Agyeman (2002) påpekar avslutningsvis att en ytterligare barriär som måste övervinnas är att det måste finnas ett upplevt behov hos individen att förändra beteendet för att en faktisk förändring ska ske. Med andra ord måste individen själv vara så pass villig och envis att förändra sitt beteende så att det resulterar i en ny vana (Kollmuss & Agyeman, 2002).



Figur 2: Attitude-behavior gap.

2.4 Value-action gap

I diskussioner om ett mer hållbart beteende kan ett mönster av *Value-action gap* urskiljas. Gapet består av värdering om hållbarhet på ena sidan, vilket är en starkt förankrad och accepterad diskurs i dagens samhälle och det faktiskt utförda beteendet på andra sidan, handlandet. För att förklara gapet mellan värderingar och handlingar identifieras tre barriärer; individualitet, ansvar och praktiska faktorer. (Blake, 1999). Individualitet beskriver Blake (1999) som personliga

attityder och kognitiva strukturer. För individer utgör detta en stor barriär om det hållbara beteendet eller attityder inte är central i deras självbild och något som de inte identifierar sig med. Detta kan innebära att individen inte anser sig själv passa in i mallen för vad som anses vara den stereotypiskt hållbarhetsmedvetena personen. (Blake, 1999).

Ansvar är den andra barriären och avser individens uppfattning om var ansvaret för att lösa hållbarhetsfrågor ligger. Anser individen att det är samhällets ansvar så blir barriären till ett hållbart beteende större, likväl om individen hyser en låg tro på att samhället har kapaciteten att lösa krisen. Skulle individens attityd om hållbarhet stämma överens med deras attityder i stort, vilket då talar för ett mer hållbart beteende, kan detta trots allt vara en barriär om individen ser att staten har allt ansvar och/eller inte kan klara av krisen. (Blake, 1999).

Praktiska faktorer utgör den tredje barriären. Individualitet och ansvar kan ses som att individen har en intention att utföra det hållbara beteendet men barriären i form av praktiska faktorer kvarstår fortfarande. Dessa är oberoende av individualitet och ansvar och kan utgöras av brist på kunskap, kapital, information, uppmuntran och otillräckliga faciliteter såsom bra kollektivtrafik och återvinningssystem. (Blake, 1999).

2.5 Sammanfattning teori och förklaring av begrepp

De teorier som utgör det teoretiska ramverket för studien är *Theory of planned behavior*, *Self-identity*, *Attitude-behavior gap* och *Value-action gap*. Tillsammans har teorierna möjliggjort en förståelse för gapet som existerar mellan attityd och beteende vid hållbar konsumtion. Därutöver har teorierna gjort det möjligt att definiera de barriärer som försvårar hållbar konsumtion. *Theory of planned behavior* syftar till att undersöka attityd, subjektiva normer samt genom upplevd beteendekontroll förklara uppkomsten av intentionen för att visst beteende. (Ajzen, 1991). Konceptet självidentitet har kopplat till *Theory of planned behavior*; vidare benämnt som *Self-identity*, använts som en fristående teori då självidentitet som enskild faktor visat sig ha stor effekt på intentionen (Fekadu & Kraft, 2001). Även teorin *Attitude-behavior gap* tar utgångspunkt i *Theory of planned behavior* och syftar till att skapa förståelse för diskrepansen mellan attityd och beteende hos individer, samt definiera interna och externa faktorer som visat sig resultera i barriärer för hållbar konsumtion. (Kollmuss & Agyeman, 2002). Teorin

Value-action gap syftar till att förklara gapet mellan värdering och handling genom tre former av barriärer; individ, ansvar och praktiska barriärer. Samtliga teorier berör konsumentbeteende och den diskrepans som råder mellan hur individer vill konsumera och hur de faktiskt konsumerar.

De olika teorierna använder olika termer för att det gap som definieras i de teoretiska ramverken. *Theory and planned behavior* använder termerna intention och handling, *Attitude-behavior gap* använder attityd och beteende och *Value-action gap* använder termerna värdering och handling. Under studien används samtliga termer för att förklara och analysera gapet. Det vill säga att när begreppen intention, attityd och värdering används åsyftas samma fenomen och detsamma gäller när begreppen handling och beteende används. Vidare ska förtydligas att begreppen gap och diskrepans åsyftar samma fenomen. Under analysens gång används de ovan nämnda begreppen frekvent och vid användning av dessa är det en koppling till teorierna som tillämpas.

De essentiella begreppen för studien är barriärer, gap samt hållbarhet. Med barriärer avses de hinder som individer upplever försvårar eller hindrar dem från att konsumera hållbart. Gap avser skillnaden mellan attityd och handling hos individer vid konsumtionsbeslut, det vill säga den diskrepans som råder mellan hur vi önskar konsumera eller hur vi vill att andra ska tro att vi konsumerar och hur vi faktiskt konsumerar. Avslutningsvis används begreppet hållbarhet som ett samlingsbegrepp för miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet och det är därmed dessa tre former av hållbarhet som åsyftas vid användning av begreppet.

3. Metod

I följande kapitel avses att förklara bakgrunden till den kvalitativa studien samt tillvägagångssättet för denna. Med ett kritiskt förhållningssätt kommer samtliga aspekter av studiens metod att presenteras.

3.1 Val av forskningsansats

Studien tar utgångspunkt i rådande teorier och tidigare forskning men ämnar även att utveckla teori samt undersöka ett fenomen. Detta resulterar i att studien har en abduktiv ansats med inslag av både deduktion och induktion. En deduktiv ansats innebär att studien tar utgångspunkt i teori för att nå ett resultat vilket gjorts genom att med bakgrund i rådande teorier formulera en intervjuguide som ämnar att i största möjliga mån möjliggöra generaliserbara slutsatser. Deduktiv ansats innefattar även en hypotesprövning som genom insamlat material ska bekräftas eller förkastas vilket inte är målet med studien och som därför inte appliceras på studien. Det induktiva inslaget i studien är förhoppningen om att studien kommer resultera i utveckling av rådande teori, då en induktiv ansats innebär just det, att genom observationer och resultat utveckla ny teori. Detta utgör tillsammans en abduktiv ansats där teori, problem och analys har växt fram i samspel med varandra. (Bryman & Bell, 2017).

3.2 Val av forskningsdesign

I vår studie tillämpas tvärsnittsdesign genom tolv semistrukturerade intervjuer under ett bestämt tillfälle för att samla in den data som gör det möjligt mäta variabler för att finna mönster och sätta variablerna i ett sammanhang. Datainsamlingen har utmynnat i mönster som har en tydlig anknytning till en eller flera av de variabler som identifierats vid analys av datainsamlingen. Variablerna ses som attribut som varierar mellan respondenterna då de skiljer sig åt avseende kön, inkomst, ålder och personliga värderingar. Därefter har variablerna granskats för att identifiera samband och mönster vilket gjort det möjligt att tyda i vilken utsträckning det finns ett samband mellan gapet i hur individen vill agera och faktiskt agerar samt hur detta samverkar med de potentiella barriärerna som försvårar förverkligandet av individens intention att investera

hållbart. (Bryman & Bell, 2017). Studiens tvärsnittsdesign möjliggör förklarandet av potentiella barriärer som påverkar individens intention att investera hållbart samt gör det möjligt att identifiera möjliga förklaringar till varför det finns ett gap mellan hur individen vill agera och hur individen faktiskt agerar.

Genom att tillämpa en tvärsnittsdesign försvåras möjligheterna till replikation, det vill säga möjligheterna till att upprepa studien och nå liknande resultat (Bryman & Bell, 2017). För att öka förståelsen för studiens resultat och öka transparensen har studiens tillvägagångssätt vid val av respondenter samt intervjuernas tillvägagångssätt beskrivits detaljerat. Replikbarhet har en tydlig koppling till i vilken utsträckningen en studie kan anses ha hög reliabilitet, det vill säga till vilken grad resultaten skulle bli likvärdiga om undersökningen genomfördes på nytt (Bryman & Bell, 2017).

Bristerna i tvärsnittsdesign är framförallt att den interna validiteten i de flesta fall låg då det är svårt att fastställa en viss orsaksriktning vilket kan försvåra möjligheterna till att dra kausala slutsatser (Bryman & Bell, 2017). Fortsättningsvis riktas även kritik mot att den externa validiteten, det vill säga hur generaliserbara resultaten är utanför undersöknings kontexten, kan påverkas negativt när man tillämpar ett icke-slumpmässigt urval. Den externa validiteten påverkas därmed av hur urvalet av respondenter ser ut. (Bryman & Bell, 2017). Då det är svårt att vid kvalitativ forskning gör ett representativt urval har vi lagt stor vikt vid just urvalet för att se till att respondenterna kan anses representera segmentet i stort och dessutom att respondenterna skiljer sig åt avseende ålder, kön, erfarenhet samt inkomstnivå. Detta för att stärka den externa validiteten. Fortsättningsvis anser vi att fördelarna med tvärsnittsdesign överstiger nackdelarna då denna forskningsdesign först och främst är den mest lämpliga metoden för att uppfylla studiens syfte samt att den har möjliggjort djupgående intervjuer som har inbringat detaljerad information och gett oss stor förståelse för forskningsområdet, vilket kan anses stärka studien. En risk som vi noga övervägt vid intervjuerna är den eventuella diskrepans som råder mellan hur man säger att man investerar kontra hur man faktiskt investerar. Därmed är det viktigt att ta hänsyn till den mänskliga faktorn vid analys av empirin. (Bryman & Bell, 2017).

3.3 Kvalitativ metod

För att uppfylla studiens syfte har vi tillämpat en kvalitativ metod med utgångspunkt i studiens forskningsansats och forskningsdesign vilket gett möjlighet till en detaljerad bild av forskningsområdet samt ingående data. Då den huvudsakliga datan samlats in genom semistrukturerade intervjuer har studien genomförts i enighet med kvalitativ forskning vid tvärsnittsdesign (Bryman & Bell, 2017). Enligt Bryman och Bell (2017) har kvalitativ metod ett större fokus på ord och dess betydelse vid insamling av data samt tolkning av data medan kvantitativ metod snarare fokuserar på siffror och större datamängder. Eftersom vi genomfört djupgående intervjuer med utvalda respondenter är kvalitativ metod lämpligast då det gett oss möjlighet att tolka det respondenterna sagt för att sedan analysera den insamlade datan. Vidare lägger kvalitativ metod större vikt vid bakomliggande orsaker till ett visst fenomen vilket underlättar att uppfylla syftet med studien då vi genom intervjuerna kunnat finna de bakomliggande orsakerna till vilka barriärer som upplevs av respondenterna kopplat till hållbara investeringar. (Bryman & Bell, 2017). (Alvehus, 2013).

Kvalitativ forskning förknippas vanligtvis med induktion det vill säga att studien ska resultera i ny teori vilket denna studie ämnar att göra (Bryman & Bell, 2017). Men studien har även en deduktiv ansats där vi tagit inspiration av existerande forskning vid datainsamling, dock poängterar Bryman och Bell (2017) att det finns stöd för att kvalitativ forskning kan tillämpas även när deduktiv ansats tillämpas. Vilket ytterligare motiverar valet av en abduktiv ansats.

Vidare är kvalitativ forskning till sin art konstruktionistisk vilket innebär att världen ses som en social konstruktion och att individers interaktioner med omvärlden resulterar i sociala fenomen (Bryman & Bell, 2017). Denna studie har en socialkonstruktionistisk utgångspunkt, det vill säga att verkligheten är ett resultat av sociala interaktioner, då det empiriska materialet och analysen grundas på respondenternas uppfattning och tolkning av verkligheten och hur respondenterna påverkas av sin omgivning. Vidare är det konstruktionistiska perspektivet relevant då det tar i beaktning att verkligheten är i ständig förändring då verkligheten skapas genom sociala interaktioner. (Bryman & Bell, 2017).

3.4 Beskrivning av tillvägagångssätt

3.4.1 Datainsamling

Då studien tillämpar en kvalitativ ansats i enlighet med studiens syfte genomfördes insamlingen av primärdata via semistrukturerade intervjuer. De semistrukturerade intervjuerna utgick ifrån olika förutbestämda intervjufrågor men var öppna i sin form då forskarna ställde följdfrågor samt ändrade ordning på frågorna under intervjuens gång. Detta har underlättat för studien då flera aspekter av respondenternas upplevelser kan inkluderas i förståelsen vilket gett ett helhetsperspektiv på frågan. I sin tur har detta bidragit till tydligare data och gett underlag till en djupgående analys som sedan stöttat studiens slutsats. (Bryman & Bell, 2017). Vidare är valet att tillämpa semistrukturerade intervjuer gynnsamt då frågeställningen ämnar besvaras genom en abduktiv forskningsansats med inslag av både deduktion och induktion. Det undersökande, induktiva forskningsperspektivet underlättas av att forskaren är fri att ställa förtydligande frågor och följdfrågor vilket kan bidra med nya perspektiv som sedan kan leda till bredare analys och utveckling av ny teori. (Bryman & Bell, 2017).

Det socialkonstruktionistiska perspektivet har öppnat upp för individuella svar där nyanseringen som följdfrågor bidrar med kommer att fördjupa analysen av datan (Bryman & Bell, 2017). Tolv respondenter valdes ut genom vad Bryman och Bell (2017) omnämner som bekvämlighetsurval, vilket innebär att urvalet har gjorts utifrån att respondenterna har varit lättillgängliga, med kriteriet att de var mellan 18 och 30 år och att de tidigare eller för närvarande aktivt investerar i finansiella tillgångar. Det avgörande i valet av respondenter var att de gör aktiva investeringsbeslut.

Vidare genomfördes intervjuerna över telefon med hänsyn till covid-19-pandemin. Detta försvårar delvis tolkningen av datan då den stora andelen kommunikation som sker via kroppsspråket utlämnas. Även här passar den semistrukturerade intervjuemetoden in då vi fick utrymme att förtydliga och ställa följdfrågor. Däremot sätts ett större fokus på orden som kommuniceras av respondenterna vilket ytterligare manifesterar studiens kunskapsansats och minskar risken för att forskarens egna *glasögon* ska tolka svaren under intervjuens gång. En ytterligare fördel med telefonintervjuer är att respondenten inte färgas av forskarens personliga

egenskaper och uttryck och därmed svarar på ett vis som den tror är det som forskaren önskar få höra vilket minskar risken för social önskvärdhet. (Bryman & Bell, 2017). (Alvehus, 2013).

Intervjuguiden består till största del av öppna frågor vilket innebär en mer omfattande sovrings och kodningsprocess än stängda frågor. Trots tidsåtgången för sovrings och kodning anser vi att öppna frågor leder till uppfyllnad av studiens syfte och vidare teoribildning då oväntade svar, tankar och synsätt kan framföras av respondenterna. Resonemanget stöttas även av Bryman och Bell (2017).

3.4.2 Dataanalys

Den insamlade datan bearbetades i ett första steg genom att transkriberas. Transkriberingen motiveras av att det underlättat för oss genom att samtliga gruppmedlemmar kunnat ta del av det empiriska materialet på ett överskådligt vis. I transkriberingsprocessen uteslöts fyllnadsord för lyfta fram orden som faktiskt uttrycktes. (Bryman & Bell, 2017). (Alvehus, 2013).

För att analysera den transkriberade datan tillämpades tematisk analys. Tematisk analys, som innebär att hitta nyckelteman i den insamlade datan, utgör i sig ingen bestämd procedur vilket i viss utsträckning kan göra den svår att replikera för framtida forskning (Bryman & Bell, 2017). För att öka replikerbarheten har ett synsätt antagits där de transkriberade texterna noggrant har studerats för att identifiera teman, likheter och skillnader i respondenternas svar. (Bryman & Bell, 2017). (Alvehus, 2013).

Därefter har de teman som identifierats matchats med specifika resonemang från respondenterna för att kunna påvisa likheter och skillnader i respondenternas svar. Mest vikt har lagts vid att finna de resonemang som återkommer frekvent från respondenterna för att därefter hitta mönster som fått vägleda analysen. När det kommer till definitionen av vad ett tema innebär är forskningen oense. Därav antar vi definitionen *en kategori som identifieras på grund av datan som finns, som styrs av vårt forskningsfokus*. (Bryman & Bell, 2017).

Vidare undersöktes potentiella teoretiska ramverk som analysen av respondenternas svar kan grundas på. Med intervjuerna i åtanke undersöktes teorier som gjorde det möjligt att sätta

respondenternas svar i en teoretisk kontext för att uppfylla studiens syfte. Denna del av forskningen gav upphov till närmare studier av *Theory of planned behavior*, *Self-identity*, *Attitude-behavior gap* samt *Value-action gap* vilka analysen baseras på. Studiens teoretiska ramverk har i analysen av datainsamlingen använts i en extensiv utsträckning sett till de teoretiska begrepp som anges i studiens teorikapitel. Vidare anges detta tillvägagångssättet för analys som positivt i utvecklingen av ny teori vilket även uppfyller studiens syfte. (Bryman & Bell, 2017).

3.4.3 Urval

Eftersom respondenterna är essentiella för den kvalitativa studien och dess syfte har, som ovan nämnt, ett bekvämlighetsurval genomförts. Att respondenterna kunde svara på frågorna i intervjuguiden var av hög betydelse vilket bottnar i det strategiska urvalet av respondenterna. Vidare innebär detta att respondenterna valts ut efter grundläggande krav om att vara inom avgränsningarna sett till ålder och sysselsättning i enlighet med studiens avgränsningar samt med villkoret att de investerar eller har investerat i finansiella tillgångar eftersom det är en grundläggande aspekt av studiens syfte. (Alvehus, 2013).

Urvalet kan även anses vara ett teoretiskt urval vilket är en variant av målstyrt urval. Målstyrt urval är ett icke-sannolikhetsbaserat urval där urvalet ämnar att strategiskt välja respondenterna med forskningsmålen i åtanke. När teoretiskt urval tillämpas innebär det att insamling och analys av data syftar till att utmynna i ny teori och i samband med utveckling av teori handlar det om att finna mönster i datainsamlingen. (Bryman & Bell, 2017). Då studien till viss del är induktiv ansågs denna urvalsmetod passande då studiens syfte är att utveckla ny teori i takt med att finna samband och kopplingar till de potentiella barriärer som påverkar individens intention att investera hållbart samt identifiera de möjliga förklaringarna till varför det finns ett gap mellan hur individen vill agera och hur individen faktiskt agerar.

Då studien avser att generera djupgående kunskap inom forskningsfältet samt finna korrelation och samband i enlighet med studiens syfte anser vi inte att de bristande möjligheterna till generaliseringar hindrar studien. Att använda ett icke-sannolikhetsurval innebär att möjligheterna till generalisering minskar avsevärt då det inte är möjligt att dra generella slutsatser baserat på ett

så pass litet urval som i studiens fall. Vidare menar Glaser och Strauss (1967, återgiven i Bryman & Bell, 2017) att sannolikhetsurval inte lämpar sig vid kvalitativa studier då de bygger på statistik och inte teori vilket ytterligare motiverar valet av urvalsstrategi.

För att vår kvalitativa studie ska uppfylla sitt syfte har ett heterogent urval genomförts eftersom studiens teoretiska mättnad har högre prioritet än kompositionen av respondenter. Den teoretiska mättnaden uppnås när en ökning av respondenter inte bidrar till ett förändrat resultat av respondenternas svar på intervjun. Med tanke på urvalet av respondenter kan företeelser studeras och upptäckas i studien. (Alvehus, 2013). I enighet med teoretiskt urval anses teoretisk mättnad ha uppnåtts när datainsamlingen inte bidrar med några nya kategorier eller upptäckter och när flera efterföljande intervjuer bekräftar vikten av den kategorin som identifierats under föregående intervjuer. När denna punkt uppnåtts handlar det istället om att utifrån de identifierade kategorierna finna mönster och formulera hypoteser för att i sin tur finna data som bekräftar hypoteserna. (Bryman & Bell, 2017).

Antal respondenter motiveras med att studiens omfattning är relativt liten samt tidsbegränsningen för studiens genomförande. Det finns inget rätt och fel när det kommer till antalet respondenter vid en kvalitativ studie då forskare har olika uppfattning om vad som anses vara ett bra antal. Vidare motiveras även begränsningen till tolv respondenter med att teoretisk mättnad uppnås. (Bryman & Bell, 2017). Respondenterna tillhör åldersgruppen 20-30 år och denna avgränsning har gjorts i enlighet med studiens syfte samt med studiens bakgrund och problematisering i åtanke. Den yngre generationen är dessutom mer medvetna när det kommer till hållbarhetsfrågor och studier indikerar att den yngre generationen värderar frågor som rör hållbarhet och hållbar utveckling. (Dynata, 2020).

Respondent	Ålder	Kön	Sysselsättning
A	25	Man	Student
B	25	Man	Student
C	24	Kvinna	Student
D	24	Kvinna	Student samt arbetar deltid
E	28	Man	Arbetar heltid
F	29	Man	Arbetar heltid
G	21	Kvinna	Student samt arbetar deltid
H	27	Kvinna	Arbetar heltid
I	23	Man	Student samt arbetar deltid
J	23	Man	Student samt arbetar deltid
K	22	Kvinna	Student samt arbetar deltid
L	23	Kvinna	Student samt arbetar deltid

Tabell 1: Respondenterna i studien.

3.4.4 Etiska överväganden

Datainsamlingen har tagit hänsyn till de sex etiska principerna som innefattar informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitet-och anonymitetskravet, nyttjandekravet, falska förespeglningar samt att respondenterna inte ska ta skada av undersökningen (Bryman & Bell, 2017). Samtyckeskravet, konfidentialitet-och anonymitetskravet och nyttjandekravet anses vara av mest relevant karaktär för denna specifika undersökningen varav mest hänsyn har tagits till dessa principer. Detta baserades på att datainsamlingen berör respondenternas ekonomi, investeringar och i viss utsträckning även deras värderingar vilket kan ses som en känslig och privat fråga. I inledningen av intervjun informerades respondenterna om syftet med intervjun, att

deras deltagande är anonymt och helt frivilligt samt att de närhelst kan välja att avbryta. De informerades också om att ljudinspelningen som upptogs kommer att raderas efter studiens färdigställande. För att ytterligare förstärka graden av anonymitet presenteras respondenterna med en bokstav (A-L) vid omnämnande i studien istället för med namn. (Bryman & Bell, 2017).

3.5 Litteraturgenomgång

För att skapa förståelse för konsumentbeteende och hållbarhet har tidigare forskning undersökts. Detta har legat till grund för utvecklingen av studiens frågeställning och syfte. (Bryman & Bell, 2017). Under denna process identifierades ett gap då ingen tidigare forskning bedrivits för att undersöka barriärer till hållbara investeringar, en frågeställning som kombinerar både konsumentbeteende och hållbarhet. De utvalda vetenskapliga artiklar som studiens teoretiska ramverk vilar på har noga valts ut via LUBsearch, det vill säga Lunds Universitets biblioteksdatabas, och bedöms ha hög trovärdighet. Detta baseras på vidare undersökning av studiens författare likväl som av publikationskällan.

De vetenskapliga artiklar som tidigare nämnda teoretiska ramverk baseras på berör primärt konsumentbeteende. Ajzen (1991) som är upphovsperson till *Theory of planned behavior* är central för studien då denna teorin senare har genererat övrig teoretisk referensram för studien. Kollmuss och Agyeman (2002) samt Fekadu & Kraft (2001) bidrar med teorierna *Attitude-behavior gap* samt *Self-identity* vilka båda tar sin utgångspunkt i *Theory of planned behavior*. Vidare står teorin *Value-action gap* av Blake (1999) i högre grad för sig själv då den inte baseras på *Theory of planned behavior* likt övriga teorier. Slutligen har Alvehus (2013) samt Bryman och Bell (2017) litteratur bidragit till kapitlet om metoden i stor utsträckning samt verkat som ett uppslagsverk för processen kring skapandet av denna studie.

3.6 Metoddiskussion

Att kunna behärska metoden för studien innebär en förståelse för hur metoden genomsyrar och stödjer argumentationen och tankegångarna i avsnitten som avser att dra slutsatser och föra diskussion kring slutsatsen. Det kritiska förhållningssättet utgår inte från att rikta misstro till tidigare forskning eller rådande kunskap, utan att genomgående säkerställa att studien bidrar till

att ny kunskap och bidrag till framtida forskning kan uppkomma som ett resultat av studien. (Alvehus, 2013).

Valet av att använda en kvalitativ forskningsansats går och bör problematiseras. Bryman och Bell (2017) framhåller utmaningen med att i kvalitativ forskning replikera studien. Möjligheten för andra forskare att göra om samma undersökning för att utveckla tankarna och finna brister och nya perspektiv och svar minskar med en kvalitativ ansats. För att trots det öka replikerbarheten har vi genom studien konsekvent strävat efter transparens kring hur datainsamlingen tillvägagångssätt. Därtill har intervjuguiden bifogats för att ytterligare bidra till transparens. Datainsamlingen består som tidigare nämnt av tolv semistrukturerade intervjuer där urvalet är litet och analysen vilar på forskarnas tolkning av respondenternas svar. Detta innebär att slutsatsen som studien landade i baseras på ett snävt urval av personers subjektiva upplevelser och tankar, som dessutom vidare tolkats och analyserats vilket minskar replikerbarheten för studien. Urvalet satte dock inga miniminivåer för den kunskapsnivå om hållbarhet och konsumentbeteende respondenter hade, vilket i sin tur medfört att respondenterna inte utgör ett alldeles för strategiskt urval. För att öka replikerbarheten av studien och säkerställa en mer korrekt slutsats hade antalet respondenter som inkluderats i studien kunnat vara fler till antalet. Den låga replikerbarheten till trots, var studiens syfte att förstå och identifiera barriärer som försvårar hållbara investeringar, vilket innebär att antalet respondenter inte ses som en stor svaghet för studien.

Med utgångspunkt i ovan bör även bristen av generaliserbarhet, det vill säga den externa validiteten, hos studien diskuteras. Bryman och Bell (2017) lyfter upp den externa validiteten som en av den kvalitativa forskningens mest återkommande kritik. Detta är även en utmaning som återfinns i denna studie. Då studien baseras på en urvalsgrupp som i hög grad är studenter eller har nyligen studerat, speglar datainsamlingen en liten demografisk persona som inte är representativ för segmentet i stort. Dessa valdes genom ett bekvämlighetsurval men genom att använda ett kvoturval eller ett sannolikhetsurval ser Bryman och Bell (2017) att generaliserbarheten för studien skulle ha stärkts.

Relaterat till urvalet kritiseras kvalitativ forskning för bristen på objektivitet hos forskarna (Bryman och Bell, 2017). Den analys som materialet mynnar ut i baseras på forskarnas egna uppfattningar, tolkningar och erfarenheter. Det gör att de teman och de barriärer som identifieras och lyfts upp är valda av forskarna på ett subjektivt vis. Genom att tillämpa studiens teoretiska ramverk har ett försök till en strukturerad och objektiv analys gjorts med syfte att minska på subjektiviteten. Likt Bryman och Bell (2017) ses bristen på objektivitet trots ovan nämnda försök som en nackdel hos studien.

4. Analys

I analysen presenteras det insamlade intervjumaterialet som analyseras utifrån den tidigare presenterade teorin. Vidare kommer analysen att följas upp av en slutsats och diskussion som ämnar följa upp den tidigare beskrivna problematiken. Därigenom kommer studiens syfte att uppnås och frågeställningen besvaras.

4.1 Bakgrund till analys

Intervjuerna med de tolv respondenterna har gjort det möjligt att identifiera ett gap mellan attityder till hållbara investeringar och faktiskt investeringar. Analysen tar utgångspunkt i detta gap och de barriärer som identifierats utifrån respondenternas intervjusvar. Vidare används de teoretiska ramverken *Attitude-behavior gap*, *Theory of planned behavior*, *Self-identity* och *Value-action gap* som grund för resonemangen kring respondenternas svar på intervjuguiden. Gap och barriärer är de huvudsakliga begreppen som tillämpas för att analysera respondenternas resonemang i intervjuerna. Detta baseras på att vi i datainsamlingen funnit tydliga indikationer på att det finns en rad barriärer kopplat till hållbara investeringar samt att det råder ett gap mellan hur respondenterna vill investera och hur de faktiskt investerar. De barriärer som identifierats av datainsamlingen har delats in i kategorierna individuella barriärer, ansvarsbarriärer samt praktiska barriärer enligt teorin *Value-action gap*.

I enlighet med teorin *Value-action gap* syftar vi på barriärer som de hinder som respondenterna upplever försvårar eller förhindrar förverkligandet av intentionen att konsumera hållbart, i synnerhet kopplat till hållbara investeringar. De barriärer som identifierats under kategorin individuella barriärer är självbild och vanor där vanor enligt teorin *Attitude-behavior gap* anses vara den mest avgörande barriären för att förändra ett existerande beteende. Den andra kategorin är ansvarsbarriärer där respondenternas uppfattning om vem som bär ansvar för hållbar utveckling analyseras. De praktiska barriärerna som identifierats är information, tid, kunskap och ekonomi. Informationsbarriären innebär en upplevd avsaknad av information eller att informationen om hållbara investeringar är svårtolkad och komplex. Tidsbarriären handlar om att

man upplever att det krävs mycket tid för att investera hållbart som en konsekvens av företagets bristande hållbarhetskommunikation och kunskapsbarriären syftar på att man som konsument inte anser sig ha tillräckligt med kunskap för att konsumera och investera hållbart. Slutligen innebär en ekonomisk barriär att det finns ekonomiska begränsningar för att konsumera hållbart eller en upplevd en alternativkostnad mellan att investera hållbart eller hög avkastning.

Med gap syftar vi i enlighet med teorin *Attitude-behavior gap* på diskrepansen mellan konsumentens attityd till hållbara investeringar och konsumentens faktiska beteende. Ett litet gap innebär i studien att diskrepansen mellan attityd och beteende är liten, det vill säga att attityden stödjer ett hållbart beteende men att respondenten trots det i viss mån upplever barriärer för att förverkliga ett hållbart beteende. Ett stort gap innebär att det råder en större diskrepans mellan attityd och beteende i kombination med en eller flera upplevda barriärer. Skulle respondenterna inte uppleva några barriärer dras slutsatsen att det inte existerar något gap. Detta är inte fallet för någon respondent utan alla uppvisar någon form av gap.

Gapet identifierades genom att undersöka hur hållbarhetsmedveten respondenten upplever sig vara, om man önskar investera mer hållbart samt respondenternas vilja att nå en högre kunskapsnivå avseende hållbarhet. Huruvida respondentens nuvarande investeringar är i linje med hur man önskar att investera kopplar an till *Attitude-behavior gap* och påvisar diskrepansen mellan attityd och beteende. Viljan att utvecklas i hållbarhetsfrågor, synen på hur hållbarhetsmedveten man är och önskan om att investera mer hållbart, är dilemman och frågor som ligger till grund för analysen av respondenternas resonemang kring dessa frågor vilka kopplar an till *Theory of planned behavior*. Gapet definieras således som skillnaden mellan attityd och beteende där graden av samband mellan dessa spelar en stor roll och avgör gapets storlek.

Storleken på gapet hos respektive respondent delar upp respondenterna i två kategorier där åtta respondenter har ett litet gap och fyra respondenter har ett stort gap. Av samtliga respondenters svar har grunderna och incitamenten till gapen kunnat förklaras av barriärer som på olika sätt hindrar ett samband mellan det faktiska självet och önskan om hur man vill agera vilket innefattar attityden och beteendet. Höjden av dessa barriärer avgör hur stort gapet är mellan

intention och handling. Vidare återfinns ett samband mellan barriärens storlek och synen på respondentens konsumentmakt samt i vilken utsträckning som respondenten tror att det individuella konsumentbeteendet bidrar till hållbar utveckling.

Av de tolv respondenterna uttrycker tio respondenter en vilja att investera mer hållbart än vad de gör idag och endast sju av dessa tio respondenter svarar att deras investeringar är i linje med hur de önskar att investera. Därmed råder det en diskrepans mellan attityd och beteende hos de tre respondenter som inte ännu investerar i linje med hur de önskar att investera vilket med hänvisning till *Attitude-behavior gap* påvisar ett gap. Viljan att lära sig mer om hållbarhet och konsumentbeteende finns hos nio av tolv respondenter vilket innebär att resterande tre respondenter inte uttryckligen har en vilja att lära sig mer om hållbarhet och konsumentbeteende. Två av de tre respondenter som inte har viljan att lära sig mer om hållbarhet och konsumentbeteende svarar dessutom nej på frågan om de önskar att investera mer hållbart än de gör i dagsläget vilket tyder på att det råder konsensus mellan attityd och beteende enligt *Theory of planned behavior*, *Attitude-behavior gap* och *Value-action gap*. För att ta ett helhetsgrepp om gapet mellan det faktiska beteendet och intentionen ställdes frågan: *Ser du dig själv som en hållbarhetsmedveten person?*, varvid samtliga tolv respondenter svarar ja. Detta innebär att ett gap kan identifieras eftersom samtliga respondenter inte agerar hållbart vid konsumtion där gapet avser både hållbar konsumtion generellt och hållbara investeringar vilket ytterligare bekräftar tesen om ett gap mellan attityd och handling i enlighet med de teoretiska ramverken.

Vidare har respondenternas olika grad av hållbarhetsengagemang identifierats med utgångspunkt i teorin *Attitude-behavior gap*. Tre typer av engagemang framkommer: lågt engagemang, högt engagemang och varierande engagemang. Detta med utgångspunkt i att respondenten kan indikera en varierande grad av engagemang i hållbarhetsfrågor även om respondenten ser sig själv som hållbarhetsmedveten. Respondenterna fördelar sig jämnt över de tre kategorierna vilket vidare indikerar att respondenternas drivkrafter och mål med sina investeringar och synsätt på hållbarhetsfrågor påverkar deras hållbarhetsengagemang. Respondent B anses ha ett lågt hållbarhetsengagemang med tanke på att respondenten inte uttrycker en vilja att lära sig mer om hållbarhetsfrågor och samtidigt inte önskar investera mer hållbart. Respondent I bedöms ha ett varierande hållbarhetsengagemang eftersom respondentens intervjusvar indikerar motstridiga

argument gällande hållbara investeringar. Exempelvis resonerar respondent I på följande sätt gällande sin syn på hållbarhet och hållbarhet kopplat till sina investeringar:

“Jag skulle nog säga jag är absolut förespråkare för hållbarhet om man utgår ifrån miljöaspekter och hållbarhet överlag, men som sagt det blir ju lite, okej man är student nu, jag har inte så mycket inkomst varje månad. Jag väljer ju förmodligen ett billigare alternativ, även om det inte är lika hållbart, för att spara pengar. Jag kommer att välja det som jag känner gynnar mig själv tyvärr, just nu iallafall.”

Ovan resonemang påvisar respondent I:s varierande engagemang då han uttrycker att hållbarhet är en viktig fråga för honom men att han trots det inte agerar i enlighet med de värderingar han besitter utan prioriterar avkastning framför hållbarhet. Hos respondent E finns ett högt hållbarhetsengagemang eftersom respondenten tydligt påvisar en intention till att utveckla sin kunskap inom hållbarhet och dessutom indikerar att han initierar diskussion kring hållbara investeringar med sin omgivning. Hållbarhetsengagemanget är således en indikator på gapets storlek och kan kopplas till barriärerna som upplevs kring hållbarhet.

Efter att gapet mellan attityd och beteende identifierats kan uppdelningen mellan litet respektive stort gap konstateras för varje respondent. Storleken på gapet beskrivs, som tidigare nämnt, som stort respektive litet beroende på diskrepansen mellan attityd och beteende. Respondent D påvisar ett stort gap eftersom respondenten inte investerar i linje med hur hon vill investera men trots det ser sig själv som en hållbarhetsmedveten person och uttrycker en önskan om att utveckla sin kunskap inom hållbarhetsfrågor.

“Man pratar mycket om hållbara investeringar men i slutändan vill alla ha en positiv avkastning. Hållbarhet blir sekundärt även om man vet att diversitet skapar högre avkastning så är det svårt att ta in det. Jag hade velat ha ett bättre hållbarhetstänk och vara mer medveten”

Samtidigt påvisar respondent D ett motstridande resonemang i diskussionen om kunskap avseende hållbarhetsfrågor och hur dessa implementeras i respondentens val av investeringar

vilket i sin tur indikerar på ett varierande hållbarhetsengagemang och ett stort gap mellan attityd och handling.

Respondent E i sin tur anser att hans nuvarande investeringar är i linje med hur han önskar att investera. Respondenten ser sig själv som en hållbarhetsmedveten person och uttrycker en vilja att lära sig mer om hållbarhetsfrågor. Hos respondent E identifieras även ett högt hållbarhetsengagemang eftersom respondenten uttrycker ett tydligt ställningstagande i frågor rörande hållbarhet och gärna initierar diskussion kring dessa frågor med sin omgivning.

“Idag känner jag mig självständig i hållbarhetsfrågor så jag skulle inte påverkas om någon i min närhet gör icke-hållbara val, jag kan känna att jag säger ifrån när det gäller att samåka istället för att ta tre bilar till samma ställe och vid liknande situationer.”

Ovan svar visar på ett tydligt ställningstagande. Därmed påvisar respondent E ett litet gap eftersom det finns en tydlig korrelation mellan respondentens attityd och beteende, vilket bekräftar de teser som bedrivs i de teoretiska ramverk som tillämpas i studien. Vad som gör att respondent E ändå har ett litet gap istället för ett obefintligt gap är att respondenten indikerar att han upplever ett antal barriärer som sätter stopp för ett fullständigt samband mellan attityd och beteende. Respondent E uttrycker tidsbrist och svårigheten i att finna korrekt och fullständig information om investeringar som de mest framstående barriärerna för ett annars fullständigt samband mellan attityd och beteende. I jämförelse indikerar den tidigare nämnda respondenten D, som dessutom har ett stort gap, att det finns både ekonomiska, tids-, kunskaps- och informationsbarriärer vilket tydliggör sambandet och analysen kring det stora gap som respondent D har då hon dessutom upplever fler barriärer än respondent E.

Sammantaget påvisar respondenterna ett tydligt mönster när de får frågan om att rangordna de sex faktorerna långsiktig avkastning, kortsiktig avkastning, innovation samt miljömässig, ekonomisk, och social hållbarhet. Långsiktig avkastning är den högst prioriterade parametern vid investeringsbeslut och därefter följer en jämn fördelning över miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet. Efter hållbarhetsaspekterna rangordnar samtliga respondenter innovation och lägst prioriterad är kortsiktig avkastning. Långsiktig avkastning förstås av att respondentgruppen

utgörs av den yngre generationen vilket får effekt på deras incitament till finansiella investeringar. En del respondenter påpekar att de har ett tydligt långsiktigt mål med sina finansiella investeringar vilket ytterligare manifesterar det faktum att långsiktig avkastning är den högst prioriterade aspekten i respondentgruppen. Respondent J uttalar sig på följande sätt om sitt mål med sina finansiella investeringar:

“För mig handlar det om att uppnå någon form av ekonomisk frihet och en stark finansiell ställning så att man kan leva den typ av liv man vill leva. Jag vill kunna resa utan att det ska belasta min ekonomi och på sikt kunna köpa den typ av hus jag önskar. Allt beror på hur man som individ vill leva sitt liv.”

Att fördelningen mellan respondenternas rangordning av miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet är jämn tyder på att respondenterna motsvarar en grupp individer som anser sig vara hållbarhetsmedvetna. Att innovation rangordnas efter hållbarhetsaspekterna är ett möjligt tecken på att respondentgruppen representerar en generation där innovation i viss mån ses som en självklar del av hållbarhet vilket stöds av respondenternas resonemang. En del av respondenterna antyder även att miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet är en del av begreppet innovation vilket motiverar hållbarhetsaspekternas betydelse. Kortsiktig avkastning rangordnas uteslutande sist bland respondenterna vilket kan vara ett resultat av de strikt långsiktiga incitamenten som respondenterna ser för sina finansiella investeringar samt eftersom respondenterna uteslutande prioriterar långsiktig avkastning i första hand.

Vidare har respondenternas respektive beslutsprocess vid investeringsbeslut analyserats för få insyn i hur individen resonerar vid beslut om investeringar samt hur den sociala omgivningen och individens självuppfattning påverkar beslutsprocessen. Vad som kan konstateras är att det finns ett samband mellan hur länge respondenten i fråga har investerat och hur mycket omgivningens åsikter påverkar investeringsbeslut. De respondenter som investerat under en längre tidsperiod anser sig själva tillräckligt kunniga för att inte påverkas av omgivningens åsikter och litar i större utsträckning på sina egna kunskaper vilket indikerar på en stark självbild enligt teorin *Self-identity*. Hälften av de tolv respondenterna genomför en egen analys innan de tar beslut om att investera eller inte och totalt åtta av tolv respondenter letar själv information

avseende investeringar medan resterande respondenterna inte själva aktivt letar information utan följer andras investeringsrekommendationer. Respondent A, som har ett litet gap och har investerat aktivt i fem år beskriver utvecklingen av sin beslutsprocess såhär:

“Jag letade till en början i Facebookgrupper men insåg snabbt att det bara är förlustaffärer och jag är även kritisk mot det folk rekommenderar. Så jag har istället börjat fundera på vad jag tror och tänker om bolaget”

Resonemanget visar på att respondent A under de år han har investerat har reviderat sin beslutsprocess från att till en början lita mycket på rekommendationer till att i dagsläget basera sina investeringsbeslut på vad han själv tror om ett visst bolag. När det gäller beslutsprocessen lyfter respondent G, som inte har någon längre erfarenhet av att investera, att:

“Jag tänker långsiktigt och vill investera i tillgångar som har varierad risk och som varit stabila över tid.”

Detta indikerar på att respondent G upplever historisk avkastning och volatilitet som avgörande incitament för investeringsbeslut. Att analysera respondenternas beslutsprocess utgör således ett underlag för att få en inblick i hur respondenterna i stora drag resonerar kring hållbarhet och investeringar samt deras egen drivkraft och den inverkan hållbarhetsparametrar har på konsumtionsbeslut. Respondent E påvisar ett intresse för ett företags VD och uttrycker sig såhär:

“Ledarskap är viktigt för mig, jag lyssnar gärna på ett företags VD för att kunna spekulera deras framtid, en VD som speglar osäkerhet är alltid ett no-go. Jag vill se karisma och kunskap.”

Resonemanget indikerar på att ledarskap är ett betydelsefullt attribut i respondent E:s beslutsprocess. Respondentens beslutsprocess används således vidare som ett analysverktyg för att kunna definiera och förstå de barriärer som identifieras vara ett hinder för ett fullständigt samband för att integrera hållbarhet i investeringssammanhang.

4.2 Barriärer

I litteraturen definieras begreppet barriärer som *faktorer som hindrar en intention från att utvecklas eller faktorer som hindrar en intention omvandlas till ett beteende*. Barriärer förstås därmed som de hinder som försvårar individens möjligheter att förverkliga intentionen att agera hållbart i investeringssammanhang samt vid daglig konsumtion. Vidare förklarar barriärer gapet mellan viljan att investera hållbart och det faktiskt utförda beteendet. Hur väl individens attityd till hållbarhet stämmer överens med till vilken grad individen ser sig som en hållbarhetsengagerad person, dennes syn på ansvar samt praktiska faktorer utgör olika barriärer som är återkommande i datainsamlingen.

4.2.1 Individuella barriärer

I de teoretiska ramverken om gapet mellan hållbara värderingar och faktiskt hållbart beteende utgör individens attityd en viktig komponent. I teorin *Self-identity* som undersöker självidentitet i relation till *Theory of planned behavior* definieras individens roll som hur väl dennes attityd till hållbarhet överensstämmer med individens attityd i stort. Finns det en stor diskrepans mellan attityden till hållbarhet och hur engagerad individen anser sig vara i frågor som rör hållbarhet är barriären stor vilket förhindrar ett hållbart agerande. Samtliga respondenter ser sig själva som hållbarhetsmedvetna personer vilket talar för att de har en attityd som gynnar ett hållbart beteende.

Vanor

Vanor identifieras som en betydande barriär som försvårar hållbara beteenden för individer. Enligt teorin *Attitude-behavior gap* är vanor den svåraste, men också mest avgörande, barriären att överkomma för att uppnå hållbara beteenden då det krävs en förändring i ett redan existerande beteende. I intervjuerna uttrycker tre respondenter att just vanor är något som försvårar hållbara beteenden. På frågan: *Så du tycker det är viktigt att konsumera hållbart men svårt att göra det? Vad tror du att det gapet beror på?* svarar respondent L, som har ett stort gap, följande:

“Absolut - jag skulle väl vilja vara duktigare än jag är. Jag är exempelvis inte vegetarian och så, men ja. Ja, jag tror det är mycket vanor och kanske lite lathet.”

Svaret indikerar på att respondenten i fråga baserar sina rådande konsumtionsval på hur hon tidigare har fattat beslut och resonemanget tyder på att detta är ett resultat av både vanor och till viss del lathet. Vidare påpekar respondent L att hon har en vilja att lära sig mer om hållbarhet men samtidigt visar intervju svaren på att hon saknar engagemang då hon uttrycker att investeringar och ekonomi generellt inte är något som diskuteras varken med familj eller vänner.

“Vi pratar nog aldrig om ekonomi hemma. Jag vet att vi tog upp det när jag fyllde 18 år och vad jag har och så. De sa också att det var de fonderna som de valde då och som dem då trodde skulle gå bra. De sa också att jag skulle kolla över och se vad jag själv trodde om fonden, nu var det mina pengar.”

För att förändra ett existerande beteende krävs enligt *Attitude-behavior gap* en stor ansträngning och motivation från individen själv och eftersom respondentens svar antyder på en avsaknad av just detta står det klart att vanor är hög barriär för respondent L. I sin tur innebär detta att det krävs en radikal förändring i respondent L:s attityd till hållbara investeringar samt ett utökat engagemang i hållbarhetsfrågor för att överkomma barriären och därmed förverkliga ett hållbart beteende. Vidare går det hos respondent L också att utläsa att en komponent i barriären vanor är bekvämlighet, i intervjun benämnd som lathet, vilket resulterar i ett mindre hållbart beteende. Bekvämlighet verkar vara en bakomliggande faktor till vanor, vilket återkommer i flera intervjuer. Vidare uttrycker respondent D att hon inte spenderar så mycket tid på sina investeringar men om hon hade gjort det hade hon gjort mer hållbara val.

“Jag lägger inte så mycket tid på mina investeringar, jag undersöker ungefär en gång i månaden men hade jag lagt mer tid på det hade jag velat undersöka hållbara alternativ ytterligare”

Detta stödjer tesen att bekvämlighet är en viktig aspekt i valet av investeringar och hållbart beteende i allmänhet. I respondent D:s fall är bekvämlighet i stor utsträckning kopplad till praktiska barriärer och närmare bestämt tids-, och informationsbarriärerna, som analyseras nedan, där mer lättillgänglig information med stor sannolikhet hade gjort det bekvämare för respondenten att agera hållbart och därmed hade den utgjort en lägre barriär. Även respondent H resonerar liknande kring hållbar konsumtion:

“Jag försöker tänka på det, det är relativt viktigt för mig men det får inte vara för jobbigt att göra hållbara val för då skapar det en tröskel till de hållbara valen i jämförelse med andra val.”

Likt respondent D uttrycker respondent H att vanor och i synnerhet bekvämlighet påverkar agerandet. Detta sammantaget resulterar i att bekvämlighet blir en bidragande faktor till uppkomsten av barriären vanor samt att bekvämlighet också kan göra barriären högre. Både respondent D och H har ett stort gap mellan deras faktiska agerande och hur de vill agera vilket ytterligare underbygger vanor, inklusive bekvämlighet, som en avgörande barriär för ett hållbart beteende.

Fortsättningsvis antyder Respondent K, som har ett litet gap, att hon till skillnad från respondent L, har vanor som härstammar från barndomen och att hon har tagit efter sina föräldrars konsumtionsbeteende. Respondent K resonerar på följande sätt när hon får frågan om vad orsaken är till att hon inte agerar mer hållbart i dagsläget:

“Säkert vanor och det man har med sig från uppväxten. Om man ser till min privatkonsumtion så kanske hållbarhet inte har varit det viktigaste för tidigare generation och det är klart att det hänger med”

Resonemanget tyder på att respondentens konsumtionsmönster påverkas mycket av sina föräldrars konsumtionsmönster, där hållbarhetsfrågor inte varit något som prioriterats. Respondent K tydliggör även i intervjun att hållbara investeringar inte är ett beteende hon lärt sig vilket innebär att även för respondent K blir vanor en betydande barriär som hindrar henne att investera hållbart. Vanor konstateras därmed vara en betydande faktor för huruvida individer väljer att investera hållbart eller inte. Vidare är vanor något som återkommer i relativt låg frekvens bland respondenterna vilket kan förklaras av att intervjuguidens största fokus inte låg på detta. Eftersom respondent L, H och K trots detta tar upp vanor som en barriär stärker det tesen att vanor är en hög barriär som är fundamental att överkomma för att konsumera och investera hållbart.

Självbild

Av datainsamlingen är det möjligt att utläsa hur självbilden verkar som en barriär för individen att agera hållbart. Självbilden behandlar två av de tre faktorerna som bidrar till intentionen i *Theory of Planned Behavior* nämligen attityden till beteendet samt den subjektiva normen, det vill säga huruvida beteenden anses gynnsamt för individen själv samt hur individens omgivning uppfattar ett visst beteende. I intervjuerna med respondenterna uppger hälften att de söker bekräftelse hos andra när de ska välja vad dem vill investera i. Detta tyder på att den subjektiva normen är viktig för dessa respondenter och hur dess närmsta omgivning värderar och pratar om hållbarhet får effekter på hur hög barriären som uppstår som en konsekvens av självbild blir. Söker respondenten bekräftelse hos sin omgivning i hög grad samtidigt som dess omgivning präglas av en hög hållbarhetsmedvetenhet bör därmed barriären vara lägre då den subjektiva normen förespråkar ett hållbart beteende. Respondentens attityd till beteendet berör även självbilden och bidrar till intentionen för ett beteende. Har respondenterna en positiv attityd till att agera hållbart och om beteendet anses gynnsamt för individen så kommer intentionen och drivkraften till att utföra beteendet vara starkare. Den subjektiva normen och attityden till beteendet utgör tillsammans självbilden vilket kategoriseras som en barriär som individen själv har makt över. Detta exemplifieras av respondent H:

“Ja på sätt och vis, jag vill inte köpa något som går emot etiska aspekter. Om fler gör samma val kan man rikta utvecklingen i rätt riktning”

Fyra av respondenterna som i hög grad söker bekräftelse hos sin omgivning vid investeringsbeslut besitter även ett litet gap mellan hur de önskar agera och hur de faktiskt agerar. Respondent G är en av dem med ett litet gap och som anser att hon agerar hållbart men att hon i hög grad påverkas av sin omgivning. Respondent G berättar:

“ När det gäller köp av saker som håller över lång tid där det dessutom kan handla om ett större belopp så skulle jag nog själv vara säker på att det är bättre om det är en hållbar produkt. Det kan handla om kvalitetsskillnader. Om jag vet att min omgivning kommer att reagera på mitt köp så skulle jag nog söka bekräftelse av min familj att det är ett okej val.”

Respondent G:s omgivning består av vänner och familj och hon anser att de är relativt hållbarhetsmedvetna. Det är med denna omgivning respondenten pratar mest om investeringar och hållbarhet. Respondent G fortsätter:

“Familjen och släkt delvis. Vänner med. Jag tror att det handlar om vilken generation man tillhör också. Min generation tror jag är betydligt mer insatta och medvetna i perspektiv mot mina mor och farföräldrar som kanske inte fullt ut förstår resultaten av deras val i konsumtion och liknande.”

Detta visar på att respondent G ser sig själv som en person som i stor utsträckning värderar sin närmaste omgivnings åsikter vilket utgör underlaget för den subjektiva normen. Respondentens omgivning är relativt hållbarhetsmedveten vilket gör att den subjektiva normen och därmed barriären blir lägre då hennes omgivning förespråkar hållbara beteenden. Att just denna barriären är låg visar på att den subjektiva normen är en stark prediktor för huruvida ett hållbart beteende utförs vilket stöds av att respondent G uttryckligen påpekar att hållbar konsumtion är mycket viktigt för henne.

Även respondent C har ett litet gap mellan hur hon vill agera och faktiskt agerar. Däremot söker respondent C i mindre utsträckning bekräftelse hos sin närmaste omgivning när det gäller val av investeringar. Emellertid är det viktigt för respondenten att ses som en hållbarhetsmedveten person vilket framkommer i hennes dialog med vänner då hon är den som initierar samtal rörande hållbarhet. Respondent C har med bakgrund av detta kategoriserats som en respondent med ett högt engagemang för hållbarhetsfrågor.

“ Jag har hört att man bör lita 50% på vad andra säger och 50% egen undersökning, jag försöker efterleva det. Min familj och vänner prioriterar avkastning men inte hållbarhetsaspekterna särskilt mycket. Om det kommer upp så är det jag som tar upp det. och om det kommer upp så är det med mina vänner och inte med min familj.”

På frågan om hon är den som initierar samtal om hållbarhet svarar respondent C följande:

“Har aldrig tänkt på det, men i viss utsträckning är det eftersom det är jag som tar upp det vid diskussion. För att andra ska få upp ögonen men även för att kommunicera att jag investerar hållbart, jag vill framhäva och förstärka min självbild.”

Detta talar för att den subjektiva normen påverkar respondent C i mindre utsträckning än vad en respondent som är mer passiv i sitt hållbarhetsengagemang påverkas av den. Respondenten kan ses som drivande i hur den subjektiva normen utformas vilket också är en bidragande faktor till att barriären upplevs som låg för respondenten. Respondent C anser sig vara en hållbarhetsmedveten person och agerar därefter. Då respondentens omgivning inte upplevs som hållbarhetsmedveten skulle barriären mot ett hållbart beteende kunna vara av betydande vikt men då respondentens attityd till hållbara beteenden är positivt och i linje med hennes generella attityder verkar detta väga tyngre än den subjektiva normen.

Respondent E har ett litet gap mellan intention och handling. Kopplat till självbild och teorin *Self-identity* upplever han sitt investering på följande vis:

“Man får en klapp på axeln i sitt ego när man investerar hållbart och kan se vad man bidrar med både när det gäller kapital och fysiska saker.”

Detta tyder på att personen ser sig som en person är hållbarhetsmedveten och därmed stärks självbilden när personen agerar på ett hållbart vis.

4.2.2 Ansvarsbarriärer

Hur stor barriären ansvar upplevs vara bestäms enligt teorin *Value-action gap* av två faktorer. Dels bestäms den av vem individen uppfattar bär ansvaret för att lösa hållbarhetsutmaningarna och dels bestäms den av huruvida individen uppfattar att samhället har kapacitet att hantera dessa utmaningar. Detta undersöks i intervjuerna genom frågor som berör konsumentmakt och huruvida individen anser att dennes handlingar och konsumtion har inverkan på världen. Sju av tolv respondenter har sin konsumentmakt i åtanke när de investerar och konsumerar vilket kan tala för att de upplever att de själva spelar en aktiv roll i hållbarhetsfrågor men också att de upplever ett visst ansvar för planetens hållbara utveckling. Respondent K beskriver sin syn på

konsumentmakt med att hon anser att det handlar om samhället som kollektiv vilket varje människa är en del av och att ansvarsfrågan därmed blir av relevans för både samhället och individen.

“Jag är ju av den uppfattningen att, det handlar ju om det kollektiva men man är ju också en del av det, så jag tycker inte att det är, man kan ju inte tänka att jag inte kan göra skillnad för om alla tänker så så kommer ingen att göra någonting. “

Respondent K:s resonemang antyder att ansvarsbarriären är låg vilket vara ett incitament till att agera hållbart för respondenten. Till skillnad från respondent K så anser respondent A att hans handlingar inte har potential att påverka världen till det bättre:

“Nej det tänker jag inte på, i och med att jag är en småsparare känner jag inte att mina investeringar kommer att påverka världen i någon vidare utsträckning”.

Däremot spår han att hållbara branscher kommer att växa på sikt och att det därför är ett klokt finansiellt beslut att investera hållbart, men det är inget som han tänker på i relation till konsumentmakt. Detta tyder på en initialt hög barriär för respondent A att investera hållbart men barriärens effekter kan ses mildras något av det faktum att respondenten ser en finansiell avkastning i beslutet och därmed investerar hållbart trots att han inte anser att hans investeringar påverkar världen.

4.2.3 Praktiska barriärer

De praktiska barriärerna utgörs av information, tid, kunskap och ekonomi. De identifierades i datainsamlingen som de praktiska barriärer som är mest återkommande för respondenterna och som de barriärer som i stor utsträckning bidrar till ett mindre hållbart beteende bland de respondenter vars gap är stort.

Information

Den mest återkommande praktiska barriären som respondenterna upplever är informationsbarriären. Informationsbarriären definieras utifrån datainsamlingen som hur svårt

respondenten upplever att det är att finna objektiv och trovärdig information om huruvida en potentiell investering är hållbar eller inte. Det skiljer sig åt från kunskapsbarriären som analyseras senare.

En majoritet av respondenterna upplever informationsbarriären som en avgörande barriär som i stor utsträckning försvårar förverkligandet av intentionen att investera hållbart. Respondent J beskriver den upplevda informationsbarriären på följande vis:

“Man vet inte hur de olika bolagen mäter sina utsläpp vilket gör det svårt. Jag skulle framförallt vilja ha flera mått som visar faktiskt påverkan. Jag är ganska trött på hållbarhetsmätningar som bara baseras på utsläppsmätningar, det måste nästan vara ett relativt mått.”

Vidare resonerar respondent H om den svårtolkade informationen såhär:

“Om informationen varit mer lättillgänglig, exempelvis om det på Avanza funnits ett hållbarhetstal likt P/E-talet som kunnat visa graden av hållbarhetsarbete i ett företag så skulle hållbarhetsaspekter blivit mer översiktliga och en jämförelse mellan investeringar skulle bli mycket enklare. Detta för att på sikt kunna göra fler hållbara investeringar.”

Detta antyder att trots att respondent J har en intention att investera hållbart så är informationen som företagen presenterar otydlig och svårtolkad vilket försvårar ett hållbart agerande. *Theory of planned behavior* menar att starka intentioner gör det lättare att förutspå ett visst beteende men när det finns praktiska barriärer, som i detta fall brist på information, så påvisar teorin *Value-action gap* att intentioner inte är tillräckligt för en beteendeförändring eftersom det är praktiskt omöjligt att förändra beteendet utan förändring från en extern part. Den externa parten blir i fallet med informationsbarriären företagen. För att informationsbarriären ska överkommas krävs därmed utöver intentioner från individer även en förändring från företagen, exempelvis genom att tydligare kommunicera sitt CSR-arbete. Det som efterfrågas av just respondent H är mer information från företagen själva vilket är utom individens kontroll. Enligt *Attitude-behavior gap* ses bristande incitament till förändring av externa faktorer, i detta fall företag, som en implikation för att överkomma den upplevda barriären som försvårar individens möjligheter att

agera hållbart. Resonemanget landar därmed i att för att denna barriär ska övervinnas så krävs både externa och interna incitament vilket innebär att även om man som respondent J har vilja och intention krävs det att företagen kommunicerar tydligare annars kommer informationsbarriären att kvarstå.

Respondent D och F är inne på samma spår som respondent J. Respondent D resonerar på följande vis:

“Jag hade gärna sett att jag endast investerar i bolag med exempelvis kvinnliga vd:ar, kollat på styrelsefördelning, det är något jag försöker tänka på men det är så svårt och komplext att kolla så därför har jag ej gjort det.”

Vidare uttrycker respondent F följande:

“Om det hade funnits mer kunskap kring de hållbara valens faktiska påverkan hade jag säkert valt hållbarhet framför andra faktorer.”

Vad som förenar respondent D och F är uppfattningen om bristande information samt att finns en stark intention att investera hållbart. Som en konsekvens av den i många fall svårtolkade och komplexa hållbarhetsinformation som företag kommunicerar blir det svårt att faktiskt förändra beteendet. I slutändan resulterar detta i ett generellt problem som försvårar för många investerare som önskar att investera hållbart då det kräver en hög nivå av kunskap för att tolka och förstå information och för att sedan även agera på informationen krävs ännu mer både tid och kunskap. Därmed identifieras även tid och kunskap som två betydande barriärer i sammanhanget. Genom att analysera respondenternas svar avseende den upplevda informationsbarriären lyder tesen att barriären ofta uppstår som en konsekvens av bristande hållbarhetskommunikation från företagets sida. Vidare innebär detta att då intentionen att investera hållbart och lära sig mer om hållbarhet finns hos majoriteten av respondenterna skulle tydligare hållbarhetskommunikation från företagen eliminera informationsbarriären. Tesen går i linje med de teoretiska ramverk som använts för att analysera barriärer då det de har gemensamt är att intention är den enskilt

starkaste indikationen på ett visst beteende och även den viktigaste faktorn när det kommer till att förändra ett existerande beteende.

Tid

Som en konsekvens av den svårtolkade och komplexa informationen som resulterar i informationsbarriären upplevs även tid som en barriär för hållbara investeringar. Detta då det krävs en hög grad av engagemang och i sin tur tid för att utveckla kunskap om hållbarhetsfrågor och i synnerhet hållbarhet kopplat till investeringar. Dessutom är det svårt att avgöra graden av transparens i företagets hållbarhetskommunikation. Respondent D resonerar såhär kring tidsbarriären:

“Jag lägger inte så mycket tid på mina investeringar, jag undersöker ungefär en gång i månaden men hade jag lagt mer tid på det hade jag velat undersöka hållbara alternativ ytterligare.”

Respondent D upplever således det som mer tidskrävande att undersöka hållbara investeringar jämfört med andra investeringar. Att det är mer tidskrävande att finna information om hållbara investeringar blir en barriär för respondent D eftersom hon uttrycker att hon inte lägger ner så mycket tid på sina investeringar i dagsläget. Därmed kan samma resonemang som gällande informationsbarriären föras då det även i detta fall är möjligt att överkomma barriären genom tydligare hållbarhetskommunikation från företagen i kombination med en intention att investera mer hållbart från respondenterna, vilket redan konstaterats finnas hos majoriteten av respondenterna. Flertalet respondenter föreslår möjliga sätt att göra det på. Respondent A föreslår ett klimatindex som skulle göra det enklare för investerare att avgöra huruvida en investering är hållbar eller inte och i vilken utsträckning investeringen är hållbar. Detta skulle resultera i mindre tidsåtgång vid undersökning av hållbara investeringsalternativ och därmed bli gynnsamt för de som upplever tid som en barriär. Respondent H resonerar på ett liknande vis och förespråkar möjligheterna till att utveckla ett tal, liknande P/E talet som ofta används för att jämföra investeringar mot varandra, för hållbarhet. Även respondent F för ett liknande resonemang avseende att de hållbara alternativen inte alltid är de som är de mest tillgängliga:

“Komfort och bekvämlighet står högt i kurs för mig vilket inte alltid går hand i hand med det miljövänligaste alternativet. Jag har även en kompetensbrist när det gäller placeringar vilket jag strävar efter att utveckla.”

Detta styrker resonemanget från respondent H om att ett konkret och lättolkat tal eller index från företagen skulle öppna upp för företag med ett tydligt hållbarhetsfokus att nå de investerare som värderar bekvämlighet och komfort när de investerar men samtidigt också prioriterar hållbarhet. Respondent I framhåller att bristen på tid resulterar i att han i dagsläget är mindre riskbenägen:

“Om man inte är insatt och inte har kunskap om investeringar så känns det bara onödigt att ta för mycket risk, det känns som att kasta pengar i sjön. Så då väntar jag heller tills den dagen så jag känner att jag kan lägga tid på att lära mig och investera på riktigt.”

Resonemanget talar för att han upplever att det krävs mycket tid att undersöka potentiella investeringar i allmänhet, och inte bara när de rör sig om hållbara investeringar. Detta tyder på att tidsbrist kan upplevas vara ett generellt problem när det rör sig om investeringar och inte bara för hållbara investeringar vilket stärker incitamenten ytterligare för företag att utforska de möjligheter som analysen framhåller att tydligare hållbarhetskommunikation skulle resultera i.

Kunskap

Vidare indikerar datainsamlingen på att fem respondenter upplever en kunskapsbrist avseende hållbar konsumtion. Kunskapsbrist påpekas i teorin *Attitude-behavior gap* som en barriär som försvårar framförallt det känslomässiga engagemanget för hållbarhetsfrågor. Det vill säga att när människor upplever att deras kunskap är bristfällig är det svårare att engagera sig känslomässigt i frågan. Känslor påverkar i sin tur värderingar och attityder gentemot hållbarhetsfrågor och blir därmed en viktig faktor för att kunna förverkliga intentionen att konsumera och investera hållbart. Respondent D menar att kunskapsbristen är ett resultat av brist på information om hållbara konsumtionsval samt att den information som kommuniceras från företag upplevs som svårtolkad och komplex. Kunskap är en viktig faktor vid investeringar eftersom det krävs en relativ hög kunskapsnivå för att ta beslut gällande investeringar eftersom besluten får faktiska ekonomiska konsekvenser och investeringar är ett ämne som många upplever som komplext.

Därmed blir kunskap en avgörande faktor för att bli hållbarhetsmedveten och i sin tur agera i enlighet med dessa värderingar. Respondent F är en av respondenterna som upplever en avsaknad av kunskap kopplat till hållbarhetsfrågor och uttrycker sig på följande vis:

“Komfort och bekvämlighet står högt i kurs för mig vilket inte alltid går hand i hand med det miljövänligaste alternativet. Jag har även en kompetensbrist när det gäller placeringar vilket jag strävar efter att utveckla.”

Detta tyder på att det finns en vilja hos F att lära sig mer och därmed ta sig över kunskapsbarriären men samtidigt är F inte särskilt engagerad i hållbarhetsfrågor och menar att han är för bekväm för att faktiskt lära sig mer om hållbarhet. Enligt teorin *Attitude-behavior gap* krävs motivation och en vilja att förändra sin attityd till hållbarhetsfrågor för att faktiskt åstadkomma en förändrad attityd. Då respondent F:s svar indikerar på att han saknar motivation är det svårt att se att respondentens kunskapsnivå och attityd till hållbarhetsfrågor kommer förändras.

Ett generellt mönster som framkommit under datainsamlingen är att en tydlig majoritet av respondenterna har en vilja att utveckla sin kunskap om hållbarhetsfrågor och hållbar konsumtion vilket indikerar på att det finns en intention till kunskapsutveckling. *Theory of planned behavior* framhåller att intentioner möjliggör förståelse för att vad som motiverar individer att utföra ett visst beteende och hur mycket ansträngning som krävs för att utföra ett visst beteende. Då en majoritet av respondenterna uttrycker intentioner att utveckla sin kunskap om hållbarhet och hållbara investeringar görs analysen att kunskapsbarriären på sikt kommer bli lägre då vi i enlighet med *Theory of planned behavior* förutspår att intentionen så småningom kommer resultera i ett ändrat beteende. Vidare spås att de respondenter som visar starkast intentioner att utveckla sin kunskap inom hållbarhetsfrågor är de respondenter som har störst sannolikhet att faktiskt utveckla sin kunskap och därmed sänka barriären. Detta eftersom *Theory of planned behavior* menar på just att starkare intentioner gör det enklare att på ett korrekt sätt förutspå ett visst beteende. Respondent G:s svar på frågan *Planerar du att framöver ta del av mer kunskap kring konsumentbeteende och hållbarhetsfrågor?* överensstämmer med ovanstående resonemang och lyder:

“Ja det tror jag, det ligger i tiden och känns viktigt att förstå hur jag som konsument kan påverka och vilka val man gör och vilken makt man har. Att dessutom påverka andra människor att göra rätt val för att kunna påverka.”

Tidigare i intervju uttrycker respondent G även att han önskar att bli mer kunnig inom hållbarhet samt att han önskar investera mer hållbart. Detta i kombination med ovanstående resonemang tyder på att respondent G värderar kunskap om hållbarhet högt och att hållbar utveckling är något som blir allt viktigare vilket motiverar honom till att lära sig mer. Därmed anses respondent G ha en stark intention till att utveckla sin kunskap och därmed ökar sannolikheten att sänka kunskapsbarriären vilket i sin tur skulle göra det möjligt för respondent G att investera mer hållbart.

Kunskapsbarriären och tidsbarriären anses till viss del vara beroende av varandra då respondenterna i studien uttrycker att kunskapsbarriären i viss mån är ett resultat av tidsbarriären. Vidare innebär detta att man genom att spendera mer tid på sina investeringar, och därmed överkomma tidsbarriären, även kan överkomma eller sänka kunskapsbarriären. För att detta ska bli verkligheten krävs dock att individen i enlighet med *Theory of planned behavior* och *Attitude-behavior gap* påvisar intention att spendera mer tid på sina investeringar. När denna intention finns kan därefter både kunskaps- och tidsbarriären överkommas genom att individen spenderar mer tid på sina investeringar vilket i sin tur ökar möjligheter till en högre kunskapsnivå. Om det däremot saknas motivation eller intention från individen att spendera mer tid på sina investeringar kan den ovan föreslagna förenklade hållbarhetskommunikationen spela en avgörande roll för huruvida kunskapsbarriären kan överkommas eller ej.

Ekonomi

Den fjärde och sista praktiska barriären är den ekonomiska barriären. Denna barriär delas in två kategorier: ekonomiska begränsningar och avkastning. Avkastning berör den upplevda alternativkostnaden mellan hållbara investeringar och avkastning. Ekonomiska begränsningar är framförallt kopplade till hållbar konsumtion i allmänhet och inte hållbara investeringar i synnerhet. En majoritet av respondenterna nämner att de har en vilja att konsumera mer hållbart

men på grund av ekonomiska begränsningar finns inte möjligheten i dagsläget. Ekonomiska begränsningar tolkas i datainsamlingen som respondenternas disponibla inkomst och respondenternas resonemang om de ekonomiska begränsningarna har förekommit i insamlingen utan att intervjuguiden fokuserat på eller utgått ifrån denna aspekt. Därmed har det blivit en viktig upptäckt i datainsamlingen. På frågan om viktigt det generellt är för respondenten att konsumera hållbart svarade respondent D följande:

“Egentligen tycker jag det är viktigt men jag lägger inte mer pengar på att köpa ex ekologiskt men det har nog att göra med att jag är student, jag skulle önska att jag var mer hållbar”

Svaret indikerar på att det finns en intention att konsumera hållbart men att respondenten upplever ekonomiska hinder som i sin tur minskar benägenheten att konsumera hållbart. I kontexten hållbara investeringar är den ekonomiska barriären snarare att en majoritet av respondenterna är studenter vilket innebär att de har mindre kapital att röra sig med och därmed kanske inte prioriterar att investera hållbart framför en hög avkastning. Att en del av respondenterna väljer bort hållbarhet framför avkastning kan därmed förklaras med att man som student inte har möjlighet att prioritera både och då väger hög avkastning tyngre. Därmed görs tolkningen att den ekonomiska barriären, hos de respondenter som upplever ekonomiska begränsningar som en barriär, framförallt är kortsiktig och att barriären successivt kommer bli mindre i takt med ett allt större disponibelt kapital. Fortsättningsvis stärks resonemanget av att det hos tio respondenter finns en vilja att investera mer hållbart vilket talar för att den ekonomiska barriären med stor sannolikhet kan övervinnas i framtiden i takt med att disponibel inkomst ökar. Respondent E för ett resonemang om just detta:

“Jag tror att det finns en lukrativ intjäning på sikt när det gäller hållbara investeringar. Jag skulle inte investera där jag inte ser en intjäning.”

Respondent E:s resonemang stödjer tesen om att hållbara investeringar framförallt är av intresse långsiktigt och indikerar även på en förståelse om ett samband mellan hög avkastning och hållbarhet på lång sikt. Vidare poängterar respondent A bland annat att det på lång sikt är de gröna bolagen som kommer vara gynnsamma vilket ytterligare stärker resonemanget att hållbara

investeringar kan vara lika med hög avkastning och därmed ett växande intresse även för de med mindre kapital. Respondent A resonerar även kring avvägningen mellan hållbarhet och avkastning och framhåller att i avvägningen mellan avkastning och social hållbarhet väger avkastning tyngre medan han resonerar på följande vis när det rör sig om avkastning och miljömässig hållbarhet:

“Det är en svårare fråga för jag tror att om man kollar på lång sikt tror jag inte att icke miljömässiga lösningar kommer hålla i längden även om det ger kortsiktig avkastning så tror jag inte på icke miljömässiga lösningar på lång sikt. Man kan tjäna pengar på kort sikt men jag hade avstått från att investera i det.”

Resonemanget tyder på att det i respondent A:s fall är en svårare balansgång mellan avkastning och miljömässig hållbarhet än mellan social hållbarhet och avkastning. Detta indikerar på att han anser att det rör sig om en alternativkostnad där man inte kan få både hållbara investeringar och hög avkastning på kort sikt. Därmed innebär det att respondent A upplever en ekonomisk barriär i termer av kortsiktig avkastning men att denna barriär inte upplevs som ett problem på lång sikt. Dessutom uttrycker respondent A i sin intervju att han vill investera hållbart och att långsiktig avkastning är den viktigaste parametern vid investeringsbeslut vilket ytterligare styrker tesen att den ekonomiska barriären för respondent A endast påverkar investeringsbeslut på kort sikt.

4.2.4 Sammanfattning analys

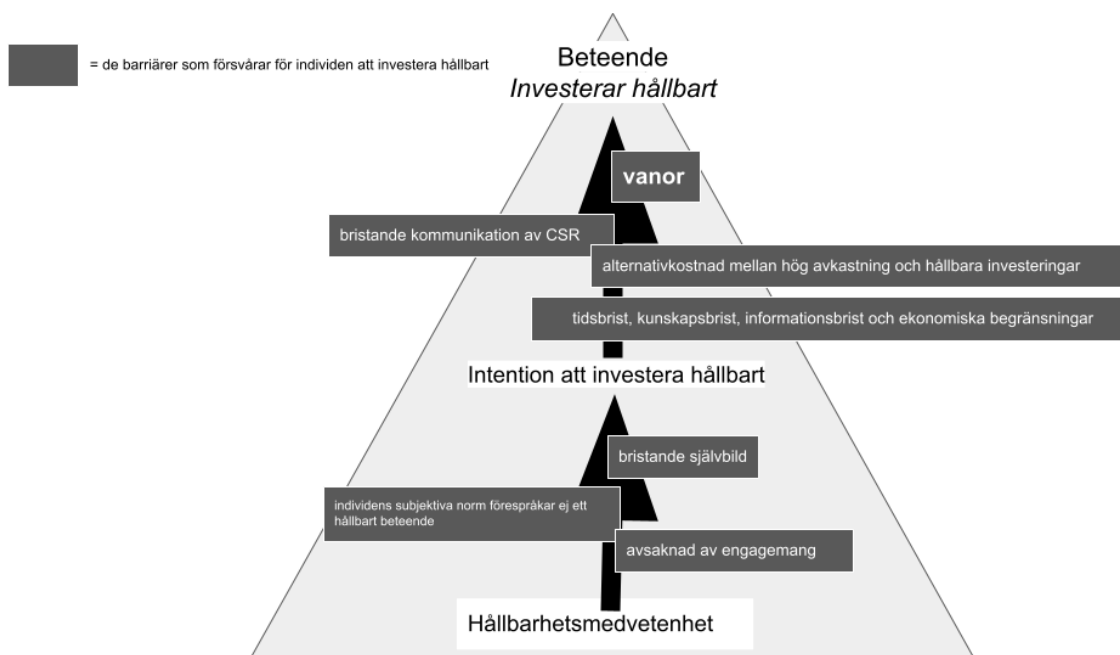
De praktiska barriärerna ekonomi tid, kunskap och information återfinns i en hög andel i respondenternas svar. Teorin *Value-action gap* menar att trots att det finns en intention att utföra ett visst beteende försvårar eller omöjliggör praktiska omständigheter ett faktiskt utförande av beteendet. Även teorierna *Attitude-behavior gap* och *Theory of planned behavior* bedriver teser om gapet mellan attityd och beteende som vidare resulterar i en rad barriärer för hållbar konsumtion. Dessa barriärer upplevs både i relation till konsumtion av dagligvaror men också i relation till investeringar vilket indikerar på att barriärerna utgör ett i huvudsak betydelsefullt underlag för att förstå gapet mellan attityd och beteende.

5. Slutsats

I detta kapitel formuleras slutsatsen som tidigare analys ligger till grund för. Här kommer även frågeställningen att besvaras och studien bidrag till forskningsfältet kommer att presenteras.

5.1 Studiens slutsats

För att besvara frågeställningen om vilka barriärer som försvårar för hållbara investeringar har analysen i första hand belyst gapen som finns hos respondenterna. Genom att belysa gapet har därefter olika barriärer mot ett hållbart beteende kunnat identifieras. Med stöd i den teoretiska referensramen som har utgjorts av *Attitude-behavior gap*, *Theory of planned behavior*, *Value-action gap* samt *Self-identity* har tre huvudkategorier av barriärer urskilts. Dessa är individuella barriärer, ansvarsbarriärer samt praktiska barriärer. Av analysen framkommer att de olika barriärerna uppkommer och påverkar individen i varierande grad beroende på var i beslutsprocessen för hållbar konsumtion och hållbara investeringar respondenten befinner sig. Slutsatsen av studien är att genom att identifiera och skapa förståelse för de barriärer som respondenterna upplever försvårar möjligheterna till att investera hållbart kan vi skapa förståelse för vilka förändringar som krävs för att överkomma barriärerna både från individen själv och från företagen. Nedan har studiens slutsats sammanfattats i en figur för att ytterligare förtydliga den kunskap studien bidragit med.



Figur 3: Sammanfattning av studiens slutsats.

Individuella barriärer

De individuella barriärerna delas in i vanor och självbild. Analysen bekräftade teorin *Attitude-behavior gaps* tes där vanor utnämns som den mest avgörande och betydelsefulla barriären som förhindrar ett hållbart beteende. Vanor påverkar på flera olika sätt. Bland annat går det att härleda vanor till något som kommer från uppväxten, där vanorna kan verka som en hög barriär om omgivningen under uppväxten inte har förespråkat hållbarhet. Detta ger effekt på det hållbara beteendet i allmänhet och bidrar till en negativ attityd gentemot hållbarhet som tar sig uttryck i mindre hållbara investeringsval. Något som är tätt kopplat till vanor är bekvämlighet. Bekvämlighet har identifierats som en bidragande orsak till att individen upplever vanor som en individuell barriär, men också som en komponent av de praktiska barriärerna. Koppling till de praktiska barriärerna är att de praktiska barriärerna ger en grundförutsättning för vilket handlingsutrymme individen upplever sig ha gällande hållbara beteenden. Är hållbara val främjande minskar sannolikheten för att hållbara beteenden kommer att utföras. Detta är i hög grad kopplat till motivation för ett hållbara beteenden som i sin tur underbyggs av ett tydligt syfte och mål med individens investering. Har individen ett tydligt syfte och mål med sitt sparande är motivationen högre och då utgör barriären bekvämlighet en lägre barriär. Förutom

vanor utgör även självbild en komponent i de individuella barriärerna. Ett mönster som har framkommit är att för individer som omges av personer där hållbarhet anses vara något eftersträvansvärt blir barriären för hållbart beteende lägre eftersom den subjektiva normen förstärker och belönar ett hållbart beteende. Därför ses den subjektiva normen vara av betydande vikt framförallt hos dem som i hög grad söker bekräftelse från sin omgivning i konsumtions- och investeringsbeslut. Om individen saknar insikt om effekterna av sitt hållbara beteende bidrar det till en sämre självbild och därmed resulterar den bristande självbild i en barriär som försvårar ett hållbart beteende

Ansvarsbarriärer

Studien bekräftar den teoretiska utgångspunkten om att ansvarsbarriären utgår från individens uppfattning om vem som bär ansvaret för hållbarhetsfrågor samt huruvida individen uppfattar att det finns tillräcklig kapacitet att genomföra förändringar i hållbarhetsfrågor. En majoritet av studiens respondenter menar att de har sin konsumentmakt i åtanke vid konsumtionsbeslut. Studien påvisar samtidigt att den yngre generationen anser att det finns ett delat ansvar mellan samhälle och individ när det gäller hållbar utveckling. Individens attityder och intentioner till hållbarhet bidrar därmed till vem individen anser bära ansvaret för hållbarhetsfrågor. Ansvarsbarriären kan därmed härledas till hur individen ser den hållbara utvecklingen som något som samhället bär ansvar för och hur viktigt individens roll i detta är. Anser sig individen ha makt att påverka den hållbara utvecklingen syns tendensen att samma individ också engagerar sig i hållbarhetsfrågor och agerar hållbart i konsumentssituationer. Vidare påvisar studien att respondenterna upplever en lägre ansvarsbarriär om hållbara investeringar leder till en större finansiell avkastning. Därmed innebär det att ansvarsbarriären i högsta grad påverkas av huruvida hållbara investeringar förväntas ge avkastning.

Praktiska barriärer

De praktiska barriärerna information, tid och kunskap har visats samspela och ses som tre sidor av en sammanhängande problematik som försvårar möjligheterna till att investera hållbart. Information, som är den mest frekvent upplevda barriären, kräver en förändring i företags hållbarhetskommunikation för att överkommas. Parallellt med detta krävs en fortsatt intention och ett högt engagemang från individen för att tillgodogöra sig informationen. Finns inte den

rätta attityden av att vilja lära sig mer om hållbarhet kommer heller inte informationsbarriären att överkommas. Att informationsbarriären är den mest återkommande barriären kan också härledas till ett bristande intresse och vilja att ta ansvar för hållbarhetsfrågor och att individen beskyller företagen istället för att ta ansvar för att öka sin kunskapsnivå och därmed sänka sin kunskapsbarriär. Tid är tätt kopplat till informations- och kunskapsbarriären då tid verkar som en grundförutsättning för att dels ta till sig informationen från företagen men också för att utbilda sig själv om hållbarhet och ta del av i information kring hållbarhet. Den sista praktiska barriären som identifierats är ekonomi och avseende denna blir slutsatsen att denna uppkommer som en konsekvens av ekonomiska begränsningar samt alternativkostnaden mellan hållbarhet och hög avkastning och kan övervinnas i takt med att individens kapital ökar.

Gap

Storleken på gapet som respondenterna upplever har visats stämma väl överens med hur många barriärer individen upplever och till vilken grad barriärerna upplevs. Ju färre barriärer individen upplever desto mindre blir gapet mellan attityd till hållbarhet och ett faktiskt hållbart beteende. Ett litet gap ger därmed bättre förutsättningar för att agera på ett hållbart vis förutsatt att individen önskar investera hållbart. Alla respondenter har en viss intention att investera hållbart men efterlever det i varierande utsträckning vilket barriärerna därmed syftar till att förklara. Respondenternas avvägning och rangordning mellan långsiktig och kortsiktig avkastning, hållbarhetsaspekterna samt innovation tyder på att respondenterna i högsta grad har starka incitament för sina finansiella investeringar vilket inte helt och hållet återspeglas i deras hållbarhetsengagemang. Att respondenterna hållbarhetsengagemang inte förverkligas fullständigt i praktiken utgör en viktig slutsats eftersom det innebär att respondenterna, i enlighet med de teoretiska ramverken, inte har ett fullständigt samband mellan attityd och beteende i hållbarhetsfrågor i enlighet med de teoretiska ramverk som studien tillämpar.

Avslutningsvis har datainsamlingen möjliggjort upptäckten av luckor i forskningen om hållbara investeringar och genom analys av datainsamlingen har studien öppnat upp för forskning kring konsumtionsbeteende och vad som hindrar konsumenter från att konsumera hållbart genom identifiering av en rad barriärer för hållbar konsumtion och i synnerhet hållbara investeringar. Därmed kan frågeställningen besvaras med att de barriärer som försvårar för hållbara

investeringar är individuella barriärer som utgörs av självbild och vanor, ansvarsbarriärer och de praktiska barriärerna där information, kunskap och tid anses vara ett resultat av varandra och där ekonomi är fristående från de andra. Resultatet innebär även att vi i enlighet med studiens syfte har identifierat möjliga förklaringar till det existerande gapet mellan hur individen vill agera och hur individen faktiskt agerar.

5.2. Kunskapsbidrag

5.2.1 Teoretiskt bidrag

Studiens huvudsakliga teoretiska referensram utgörs av *Theory of planned behavior*. Denna modell har kompletterats med teorierna *Attitude-behavior gap*, *Value-action gap* samt *Self-identity*. Teorierna har applicerats i kontexten hållbara investeringar med syftet att komplettera varandra och bidra med utveckling av teorierna i form av ett tydligare fokus på just hållbara investeringar för att göra det möjligt att besvara frågeställningen. Genom en sammantagen analys har en mer komplett bild över vilka barriärer individer upplever vid beslut om hållbara investeringar belysts och diskuterats. Studiens bidrag till rådande teori utgörs därmed av att vi tillämpat de existerande teorierna om hållbar konsumtion i en kontext av hållbara investeringar. Genom detta har vi även bidragit med förståelsen att motivation eller intention ensamt inte kan resultera i nya beteenden då det finns barriärer som individen själv inte har makt över som omöjliggör detta. Insikten står därmed i kontrast till det som Berrisford et al (2015) framhåller nämligen att individen själv har all makt över att förändra sina investeringsbeslut till att bli mer hållbara. Då studien har baserats på semistrukturerade intervjuer i en avgränsad respondentgrupp har en djupare förståelse kunnat skapas för hur barriärerna ter sig hos just denna respondentgrupp. Denna förståelse är gynnsam då samtliga respondenter är under 30 år och har tydliga incitament för sina finansiella investeringar samt kommer få en högre disponibel inkomst under de närmaste åren. Därmed bidrar studien också till en teoretisk utveckling som är värdefull vid vidare studier av unga investerares inställning till hållbara investeringar.

5.2.2 Praktiskt bidrag

Studiens praktiska bidrag är insikten om att det krävs förändring i hur företag kommunicerar sin hållbarhetsstrategi för att minska de barriärer som försvårar möjligheterna att investera hållbart.

Vi menar att då individen upplever barriärer i form av information, tid och kunskap kommer tydligare och mer lättillgänglig hållbarhetskommunikation minska de upplevda barriärerna och därmed göra hållbara investeringsalternativ mer tillgängliga. Det räcker därmed inte att förstå individers motiv och intentioner utan bakgrunden till vilka barriärer som försvårar för individer att investera hållbart är en essentiell insikt som studien bidrar med. Genom att vi har identifierat barriärer som försvårar hållbara investeringar kan det även resultera i insikter på individnivå där individer genom studien kan få insikter i varför de inte investerar hållbart i dagsläget och vilket förändring som krävs för att de ska göra det i framtiden. Avslutningsvis bidrar även studien till att uppmärksamma hållbarhetsfrågor och vikten av en hållbar utveckling och huruvida en småsparares investeringar kan främja hållbar utveckling.

6. Diskussion

I följande kapitel diskuteras studiens slutsats och avslutas med en presentation av förslag på vidare forskning.

6.1 Diskussion av studiens slutsats

I bakgrunden och problematiseringen till studien tydliggörs det faktum att samhället är inne i en grön omställning. Detta belyses bland annat av Dynata (2020) och Borglund et al (2017) och bekräftas av studiens respondenter. De tre ESG-faktorerna, det vill säga miljömässig och social hållbarhet samt hållbar företagsstyrning som bland annat definieras av Nordea (u å) återkommer frekvent i respondenternas resonemang. För många respondenter görs det medvetet eller omedvetet en avvägning mellan social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet som sedan genomsyrar deras investeringsval. Därtill kommer faktorn potentiell avkastning från investeringarna vilket för respondenterna i vissa fall väger tyngre än de tre ESG-faktorerna.

Informationsbarriären anses i hög grad vara ett resultat av företagens bristande hållbarhetskommunikation. Studiens respondenter upplever att hållbarhetskommunikationen och CSR är svårtolkad och komplex och därmed kan informationsbarriären överkommas genom att företagen tydligare kommunicerar sin CSR. Detta förutsätter dock att individen har en fortsatt intention att ta del av den information som kommuniceras. Analysen av tidsbarriären resulterar i slutsatsen att denna barriär kan överkommas genom en fortsatt intention från individen att spendera tid på sina investeringar parallellt med den ovan föreslagna förenklade kommunikationen av företagets hållbarhetsstrategi då det innebär att tidsåtgången för att investera hållbart blir mindre. Vidare står det även klart att kunskap är en barriär som försvårar förverkligandet av intentionen att investera hållbart då en högre kunskapsnivå möjliggör en mer noggrann avvägning av hållbara investeringar vilket i sin tur kan resultera i högre avkastning sett till det investerade kapitalet. För att uppnå en högre kunskapsnivå krävs intentioner från individen att faktiskt lära sig mer om hållbarhet och i synnerhet hållbara investeringar vilket även detta förenklas genom att företag förenklar sin kommunikation av CSR. Något som poängteras

av flertalet respondenter, vilket vi lyft fram i analysen, är införandet av ett hållbarhetstal vilket respondenterna indikerar skulle sänka barriärerna för hållbara investeringar. Detta eftersom ett hållbarhetstal skulle bidra med ett enkelt, lättolkat och tillgängligt verktyg för att avgöra investeringens nivå av hållbarhet vilket vidare skulle resultera i mindre tidsåtgång och sänka kravet på kunskap. Även på detta vis kan informationsbarriären sänkas vilket dessutom gör det möjligt för individen att spendera mindre tid på sina investeringar och ändå uppnå samma kunskapsnivå. I enlighet med vad som framhålls i analysen resulterar detta i lägre tids-, kunskaps-, och informationsbarriärer. Flera respondenter uppger tid som en barriär och att man inte har möjlighet att spendera mer tid än vad man gör i dagsläget på sina investeringar. Om intentionen att investera mer hållbart trots det finns, blir det essentiellt för företagen att bidra med denna typ av information eller hållbarhetstal för att göra processen mer effektiv och därmed hjälpa individer att lyckas överkomma barriären.

Vad som även framkommer tydligt av analysen är huruvida respondentens val av investeringar samverkar med respondentens självbild och den eventuella diskrepans som uppstår däremellan. Några av studiens respondenter indikerar enligt analysen på en hög grad av samstämmighet mellan investeringsbeslut och självbild medan självbild inte verkar vara en betydelsefull faktor i sammanhanget för andra respondenter. En ytterligare betydande upptäckt i analysen är huruvida respondenternas hållbarhetsengagemang kan variera och beror av de barriärer som individen upplever. Graden av hållbarhetsengagemang kan således antas vara betydande för den yngre generationen när det kommer till hållbarhet eftersom vi i analysen genom datainsamlingen finner indikationer på att respondenterna tycks vara både *ledare* och *följare* när det kommer till hållbara frågor. Enligt analysen indikerar respondent E tydligt på att vara initiativtagande och drivande i frågor kring hållbarhet samtidigt som han påvisar ett högt hållbarhetsengagemang vilket förklarar på vilket sätt han kan anses vara en ledare i sin generations utveckling och engagemang i frågor som rör hållbarhet och hållbara investeringar. De respondenter som investerar på kortare sikt antyder att de inte har en lika utförlig beslutsprocess och att de i mindre utsträckning gör en egen analys av marknaden innan de tar beslut kring finansiella investeringar. Generellt kan även studiens problematisering och bakgrund påvisa svårigheten i att göra en rättvis och balanserad avvägning mellan social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet vilket förklarar diskrepansen som framkommer i analysen av respondenternas svar där indikationer finns på att avkastning är

en av de parametrar som gör valet mellan de tre aspekterna mer komplext. De barriärer som upptäckts i datainsamlingen förklarar i stor utsträckning grunderna till varför hållbarhetsfaktorer inte förekommer eller praktiskt utgör en utgångspunkt i investeringssammanhang. Förståelsen för att barriärerna är en bidragande faktor som försvårar för investerare att utgå från hållbarhetsfaktorer vid investeringsbeslut blir därmed en viktig beståndsdel i uppfyllandet av studiens syfte. Då vi tillämpat en abduktiv forskningsansats har vi under arbetets gång, och i synnerhet vid analys av det empiriska materialet, med utgångspunkt i rådande teorier och tidigare forskning funnit en unik vinkel på forskningsområdet för hållbara investeringar vilket öppnat upp för vidareutveckling av rådande teori.

6.2 Förslag på vidare forskning

Resultatet av datainsamlingen är genom att skapa förståelse för de barriärer som försvårar ett hållbart investerande bidrar studien med insikter om vilka förändringar som är nödvändiga, både på individnivå och även på företagsnivå, för att göra det möjligt att investera mer hållbart och minska gapet mellan attityd och beteende i hållbarhetsfrågor. Genom studiens inledande kapitel har det tydligt framgått att det finns en utbredd forskning kring hållbarhet men inte när det gäller den specifika kontexten av hållbara investeringar. Efter studiens analys och slutsats har studiens syfte kunnat uppnås och frågeställningen besvaras vilket också gett upphov till förslag på vidare forskning inom forskningsfältet hållbarhet och hållbara investeringar. För att utveckla studiens syfte och kunskapsbidrag skulle därför vidare forskning kunna bedrivas genom en jämförelse i en studie av samma slag fast med en annan respondentgrupp, förslagsvis en respondentgrupp som speglar en äldre generation för att på så vis kunna upptäcka och identifiera likheter och skillnader med denna studies respondentgrupp. På så sätt hade de barriärer som försvårar hållbara investeringar kunnat identifieras för en äldre generation vilket hade möjliggjort en upptäckt av flera intressanta fenomen i kontexten av hållbara investeringar. Detta skulle i sin tur kunna generera mer komplex kunskap som hade kunnat användas för att utöka förståelsen för den totala andelen hållbara investeringar på marknaden.

Av studiens slutsats framkommer det att marknadskommunikation gällande hållbarhet är en avgörande faktor för att övervinna en del av de barriärer som uppstår vid hållbara investeringar. Därav hade vidare forskning kunnat bedrivas kring hur tydligare marknadskommunikation kan

leda till ökad andel tillgänglig information vilket skapar en lägre informations-, tids, och kunskapsbarriär. Dessa barriärer har i studien kunnat påvisa en samverkan med det upptäckta gapet vilket vidare forskning även hade kunnat fokusera på i kontexten av marknadskommunikationens effekter. Slutligen hade vidare forskning kunnat fokusera på den ekonomiska barriären genom att med en djupgående kvantitativ ansats tydligare definiera den ekonomiska barriärens betydelse i förhållande till individens disponibla inkomst, det totala investerade kapitalet och den alternativkostnad som kan uppstå däremellan. Genom denna forskning hade även en grundläggande analys kunnat bedrivas kring vilken eller vilka av barriärerna som är mest avgörande vid hållbar konsumtion samt vilken barriär som är den viktigaste barriären för att motverka ett gap mellan attityd och handling enligt de teoretiska ramverk som tillämpas i studien.

Referenslista

Tryckta källor

Alvehus, Johan. (2013). Skriva uppsats med kvalitativ metod. Stockholm: Liber AB.

Borglund, Tommy; De Geer, Hans; Sweet, Susanne. (2017). CSR och hållbart företagande. Stockholm: Sanoma Utbildning AB.

Bryman, A. & Bell, E. (2017). Företagsekonomiska forskningsmetoder. Stockholm: Liber AB.

Dahlén, M. Lange, F. Rosengren, S. (2017). Optimal marknadskommunikation. Stockholm: Liber AB.

Evans, Martin; Jamal, Ahmad; Foxall, Gordon. (2009). Consumer Behavior. Chichester, West Sussex: John Wiley.

Digitala källor

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, nr. 2, s. 179-211. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 1 april 2021]

Barkman, Henric. (2014). Barriärer och broar för hållbar konsumtion: fyra typer av medborgarkonsumenter och möjligheter för deras engagemang, Licentiatavhandling, Statsvetenskapliga institutionen, Stockholms Universitet, Tillgänglig online: <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:699559/FULLTEXT02.pdf> [Hämtad 25 april 2021]

Berrisford, C. Demaria, C. de Montrichard, C. Freedman, S. Purcell, J. Stiehler, A. UBS. (2015). To integrate or to exclude - Approaches to sustainable investing [pdf], Tillgänglig för nedladdning: [Approaches to sustainable investing - UBShttps://www.ubs.com > toplevelgrid > col1 > linklist](https://www.ubs.com/toplevelgrid/col1/linklist) [Hämtad 31 mars 2021]

Blake, J. (1999). Overcoming the “Vale-Action Gap” in Environmental policy: tensions between national policy and local experience, *Local Environment*, vol. 4, nr. 3, s. 257-278. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 15 april 2021]

CSR Sweden. (u å). Vad är CSR, Tillgänglig online: <https://www.csrsweden.se/vad-ar-csr> [Hämtad 10 maj 2021]

Cunha, F A F S., Oliveira, E M., Orsato, R J., Klotzle, M C., Cyrino Oliveira. F L., Caiado. R G G. (2020). Can sustainable investments outperform traditional benchmarks? Evidence from global stock markets, *Business Strategy & the Environment*, vol. 29, nr. 2, s. 682-697. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 13 maj 2021]

Differ. (2019). Sveriges Grönaste varumärke [pdf], Tillgänglig online: <https://www.differ.se/wp-content/uploads/2020/02/Rapport-Sveriges-Gro%CC%88naste-Varuma%CC%88rke-2019.pdf> [Hämtad 12 april 2021]

Dynata. (2020). Covid-19 special edition of the Global Consumer Trends report [pdf], Tillgänglig för nedladdning: <https://www.dynata.com/resources/dynata-global-trends-report/> [Hämtad 31 mars 2021]

ElHaffar, G., Durif, F., & Dubé, L. (2020). Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions, *Journal of Cleaner Production*, vol. 275. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 8 maj 2021]

Euroclear Sweden. (2021). Aktieägandet i Sverige 2020 [pdf], Tillgänglig online: https://www.euroclear.com/dam/ESw/Brochures/Documents_in_Swedish/Euroclear_aktieagarrapport_2020.pdf [Hämtad 31 mars 2021]

Fekadu, Z., & Kraft, P. (2001). Past behavior and it's moderating effects on self-identity-intention relationships, *Social behavior and personality: An International Journal*,

vol. 29, nr. 7, s. 671-685. Tillgänglig genom: LUSEM Library website
<https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 26 april 2021]

Förenta Nationerna. (2015). Globala målen för hållbar utveckling, Tillgänglig online:
<https://fn.se/globala-malen-for-hallbar-utveckling/> [Hämtad 10 maj 2021]

Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors Affecting Green Purchase Behavior and Future Research Directions, *International Strategic Management Review*, vol. 3, nr. 1-2, s. 128-143. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 8 maj 2021]

Kabadayi, E T., Dursun, I., Alan A K., Tuger A T. (2015). Green Purchase intention of young Turkish consumers: Effects of consumer's guilt, self-monitoring and perceived consumer effectiveness, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 207, s. 165-174. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 10 maj 2021]

Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?, *Environmental education research*, vol. 8, nr. 3, s. 239-260. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 1 april 2021]

Konsumentverket. (2020). Normers betydelse för hållbar konsumtion, Tillgänglig online:
<https://www.konsumentverket.se/om-konsumentverket/var-verksamhet/miljo-och-hallbar/normers-betydelse-for-hallbar-konsumtion/> [Hämtad 12 april 2021]

Lo, K Y., & Kwan C L. (2017). The effect of Environmental, Social, Governance and Sustainability Initiatives on Stock Values - Examining the Market Response to Initiatives undertaken by Listed Companies, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 24, nr. 6, s. 606-619. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 14 maj 2021]

Nordea. (u å). What is ESG, Tillgänglig online:

<https://www.nordea.com/en/sustainability/sustainable-business/what-is-esg/> [Hämtad 24 maj 2021]

Tillväxtverket. (2020). Visit the future [pdf], Tillgänglig online:

<https://cloud.3dissue.com/169979/170349/199010/issue112/index.html?r=55>

[Hämtad 8 april 2021]

Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguide

Intervjuerna har med hänsyn till Covid-19 pandemin genomförts digitalt och individuellt med var och en av respondenterna. Med tydligt semistrukturerat inslag har respondenten fått svara fritt på intervjufrågorna och utveckla sitt svar. Genom en semistrukturerad intervju kan reliabilitet och validitet säkerställas och således bli betydelsefull datainsamling för författarna och studiens syfte. Vidare har intervjuerna efter respondenternas samtycke spelats in i en ljudfil som senare har transkriberats som underlag för författarnas analys. Respondenterna har blivit informerade om att de är anonymiserade i studien för att säkerställa konfidentialiteten i de uppgifter som respondenterna lämnat i intervjuerna med författarna.

Intervjufrågorna är strukturerade utifrån fyra rubriker: beslutsprocessen, omgivningens attityd till hållbarhet, individens attityd till hållbarhet samt självet. Dessa rubriker skapades med rötter i studiens bakgrund och problematisering för att underlätta strukturen på intervjun samt för den analys som genomförts på respondenternas svar.

Beslutsprocessen

1. Beskriv din erfarenhet av finansiella investeringar!
 - a. Hur ser liksom beslutsproccen ut?
 - b. Var letar du information?
 - c. Skulle du säga att din portfölj idag är i linje med hur du skulle vilja investera?
Varför/varför inte?
 - d. Rangordna följande sex faktorer efter viktighet när du tar dina investeringsval:
 - i. Innovation
 - ii. Social hållbarhet
 - iii. Miljömässig hållbarhet
 - iv. Ekonomisk hållbarhet
 - v. Långsiktig avkastning
 - vi. Kortsiktig avkastning
 - e. Finns det andra faktorer än dessa som du gå efter?
 - f. Varför investerar du kapital?
 - g. Vad är ditt mål med dina investeringar?

Omgivningens attityd till hållbarhet

2. Hur pratar du med vänner/familj om investeringar? Pratar ni mycket om det?
 - a. Vad är deras inställningen till hållbarhet? Är dem "medvetna"?
 - b. I vilken utsträckning anser du att du påverkas av din omgivnings inställning till hållbarhetsfrågor?
 - c. Anser du att du söker bekräftelse av din omgivning i dina beslutsprocesser och i köp som rör hållbarhetsaspekter?
 - d. Tar du tips från vänner och familj när du väljer sparande/investeringar?

Individens attityd till hållbarhet

3. Vad är det första du tänker på när du hör ordet hållbarhet?
 - a. Hur ser du på hållbarhet? Vad är hållbarhet för dig?
 - b. Hur viktigt är det för dig att konsumera hållbart generellt?
 - c. Hur tänker du på hållbarhet kopplat till dina investeringar?
 - d. Har din inställning till hållbarhet förändrats över tid?

Självvet

4. Ser du dig själv som en hållbarhetsmedveten person?
 - a. Tänker du något på din konsumentmakt när du investerar?
 - b. Känner du att dina investeringsval faktiskt påverkar världen?
 - c. Skulle du vilja investera mer hållbart? Varför/varför inte?
 - d. Hur skulle beskriva din kunskap kring hållbarhet? Är det något du önskar utvecklas? Letar du aktivt information om ämnet?
 - e. Planerar du att framöver ta del av mer kunskap kring konsumentbeteende och hållbarhetsfrågor?
 - f. Är det något du önskar att du överväger vid beslut som du inte överväger idag?

Avslutande frågor

- Har du några följdfrågor eller något du vill komplettera med?