



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för tjänstvetenskap

Examensarbete för kandidatexamen

Studenters bakomliggande faktorer gällande konsumtion av hållbara livsmedel

*En kvalitativ studie ur ett konsumentperspektiv med utgångspunkt från
theory of planned behaviour.*

Frida Blomqvist

Alva Wassholm

Antal ord: 11 683

Gruppenr: 5

Handledare:

Michael Johansson

Examensarbete

KSMK65

VT 2023

Förord

Denna studie har möjliggjorts med stöttning, rådgivning och support från flertalet inblandade och dessa vill vi tacka. Först och främst vill vi tacka vår handledare Michael Johansson som genom arbetets gång stöttat och väglett oss. Tack för all hjälp du gett oss!

Vidare vill vi även tacka alla intervjupersoner som ställt upp, utan er hade studien inte varit möjlig att genomföra. Till sist vill vi även tacka nära och kära för uppmuntrande, glädje och all motivation ni gett oss i skapandet av en så bra studie som möjligt. Stort tack alla!

Lund, 24 maj 2023

Frida Blomqvist

Alva Wassholm

Sammanfattning

Det är bevisat att en stor del av hushållens utsläpp är från matkonsumtionen och därmed grundas denna studie i ett samhällsproblem om hur matkonsumtionens skada på planeten kan minskas. Tidigare forskning har genom kvantitativa metoder identifierat motiv till eller från konsumtion av hållbara livsmedel men det saknas forskning för vad som ligger bakom dessa motiv. Syftet med denna studie är därmed att genom ett kvalitativt metodval skapa förståelse för bakomliggande faktorer för motiven att konsumera eller inte konsumera hållbara livsmedel. De bakomliggande faktorerna kommer även att anknytas till de tre hållbarhetsdimensionerna ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet samt granskas hur dessa främjas.

Det kvalitativa metodvalet är i form av intervjuer och urvalet för studien är studenter mellan 21 och 24 år gamla. Det eftersom de är i den ålder vars generation anses ha störst hållbarhets intresse. Studenter lever dessutom på en begränsad inkomst och hållbara livsmedel kan ofta hävdas dyrare. För att skapa en förståelse till detta har den teoretiska referensramen theory of planned behaviour applicerats.

Resultatet från denna studie visar att konsumenters kultur och familj skapar vanor och tillsammans med dess sociala liv påverkar det vad konsumenter ser som hållbara livsmedel. Faktorer såsom kunskap och inkomst visades även vara avgörande vid konsumtionsvalet. Sammantaget leder dessa bakomliggande faktorer till hur lätt eller svårt studenter anser det vara att konsumera hållbara livsmedel.

Nyckelord: Hållbara livsmedel, hållbar utveckling, hållbar konsumtion, bakomliggande faktorer, studenter, Theory of planned behaviour.

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Problembakgrund	5
1.2 Problematisering	5
1.3 Syfte och frågeställning	7
1.4 Avgränsningar	8
1.5 Disposition	8
2. Teori	10
2.1 Hållbar utveckling	10
2.1.1 Motiv till ekologisk hållbarhet	10
2.1.2 Motiv till ekonomisk hållbarhet	11
2.1.3 Motiv till social hållbarhet	12
2.2 Konsumtion	13
2.2.1 Hållbara livsmedel	13
2.2.2 Hållbara konsumtionsval	14
2.2.3 Konsumtion utifrån vanor	15
2.2.4 Konsumtion för identitetsskapande	15
2.3 Teoretisk referensram	16
3. Metod	18
3.1 Kvalitativ metod med induktiv ansats	18
3.2 Urval	19
3.3 Datainsamling	20
3.4 Metodgranskning	22
3.4.1 Forskningsetiska aspekter	23
4. Analysdiskussion	24
4.1 Konsumentens syn på hållbara livsmedel	24
4.2 Familj och kultur	25
4.3 Den sociala omgivningen	28
4.3.1 Nyfikenhet	30

4.4 Inkomst	31
4.5 Kunskap	33
4.5.1 Trovärdighet	35
4.6 Vanor	36
5. Slutsats och resultat	39
5.1 Framtida forskning	40
6. Källförteckning	42
7. Bilagor	47
7.1 Bilaga 1 - Intervjuguide	47

1. Inledning

1.1 Problembakgrund

Dagens konsumtionsvanor tar skada på planeten. Hade alla konsumerat som den svenska befolkningen hade det behövts tre jordklot då Sverige förbrukar de årliga ransonerna redan i april månad (Naturskyddsföreningen 2021a). Ändå anser majoriteten svenskar idag att de lever hållbart och tycker att hållbarhet är viktigt samt är oroliga för klimatutvecklingen (SEB 2019, ss. 6, 30, 41). För att framtida generationer ska kunna leva med samma standard, likt hur Globala målen (u.å.) definierar hållbar utveckling, behöver en förändring ske. Globala målen (u.å.) lyfter även att hållbar utveckling kan ses utifrån tre aspekter ekologisk, ekonomisk och sociala. Utifrån dessa tre aspekterna har FN formulerat 17 mål för att främja hållbar utveckling varav delmål 12 är *Hållbar konsumtion och produktion* (Globala målen 2022).

För att delmål 12 ska uppfyllas har konsumenternas konsumtionsval en stor betydelse. Siegrist, Visschers och Hartmann (2015, s. 33) skriver att konsumentens dagliga matval har stora konsekvenser för miljön, oavsett om valen är medvetna eller inte. Detta stärks även av Naturskyddsföreningen (2021b) och Livsmedelsverket (2022) som menar att en tredjedel av hushållens utsläpp orsakas av matkonsumtionen. Å ena sidan anses matvanor som en av de svårare vanorna att bryta till följd av kulturella och sociala kopplingar. (Kamenidou, Stavrianea & Bara 2020, s. 16). Å andra sidan lyfter SEB (2019, ss. 39-40) att konsumenter menar att matvanorna är en av de främsta sakerna de är villiga att ändra på för att leva mer hållbart men lyfter att konsumenter anser att det saknas hållbara alternativ inom matkonsumtionen.

1.2 Problematisering

Till följd av det påvisade problemet har flertalet studier gjorts gällande hållbara livsmedel. Yadav, Singh, Srivastava och Ahmad (2019, s. 8) lyfter att utöver saknaden av hållbara alternativ är även otillgänglighet, förtroendefrågor samt dålig marknadsföring anledningar till att konsumenter inte konsumerar hållbart. Liknande anledningar varför konsumenter valde att

avstå ekologisk mat visade även Siegrist, Visschers och Hartmann (2015, s. 34) samt Mäkinie mi och Vainio (2014, ss. 15-17).

Tidigare studier har som påvisat definierat anledningar till varför konsumenter avstår konsumtion av hållbara livsmedel, men även anledningar för konsumtion av hållbara livsmedel (Amin & Tarum 2022; Yadav et al. 2019; Lee & Yun 2015). Exempelvis lyfter Yadav et al. (2019, s. 8) resultat om att hälsan, miljön, det sociala samt för böndernas skull ligger till grund för varför konsumenter väljer att konsumera ekologiskt. Majoriteten av studierna som gjorts på detta område har dock varit kvantitativa och därmed identifierat motiv till eller från konsumtion av hållbara livsmedel (Tobler, Visschers & Siegrist 2011; Mäkinie mi & Vainio 2014; Siegrist, Visschers & Hartmann 2015; Amin & Tarum 2022; Polzin, Lusk & Wahdat 2023). Detta medför att en kvalitativ metod för en förståelse för vad som ligger bakom motiven är av väsentlighet inom ämnet.

Trots nämnda studier på området menar Amin och Tarum (2022, ss. 1346, 1357) att det saknas grundlig förståelse för vilka faktorer som påverkar konsumenter i deras val gällande hållbara konsumtionsval. Forskarna syftar alltså på att drivkrafterna för hållbara köpintentioner behöver analyseras, varav både sociala och kulturella sammanhang bör belysas. Likt detta lyfter även Kamboj och Kishor (2022, s. 1) att det finns brist på kunskap gällande sambandet mellan kundupplevda värderingar och ekologisk matkonsumtion. Det blir därför intressant att studera ämnet kopplat till theory of planned behaviour som visar vad som påverkar konsumenters beteende. Sammantaget är även majoriteten av nämnda studier gjorda i exempelvis Finland (Mäkinie mi & Vainio 2014), Thailand (Aungatic hart, Fukushige & Aryupong 2020), Rumänien (Brata et al. 2022) och Kina (Wie, Liu, She & Wu 2022) vilket visar på relevansen att studera detta även i Sverige.

Vidare diskuterar även Shin, Kim och Severt (2021, s. 299) mer specifikt att mer studier om studenter behövs gällande deras konsumentupplevelse. Studenter har begränsad ekonomi och endast 40 procent anser att deras kostnader täcks helt av studiemedlet trots att heltidsstudier motsvarar ett heltidsarbete (Sveriges förenade studentkårer 2020, s. 4). Boendet står högt på listan för studenters utgifter och därefter kommer mat på 24 procent (Finnerman & Holmvall 2015, s. 4). Inte nog med att studenter har en begränsad ekonomi är majoriteten av studenter i en av generationerna där miljön har blivit ett stort fokus, exempelvis skriver SEB (2019, s. 11) att de som prioriterar hållbarhet är kvinnor mellan 16-29 år.

Utöver studenters begränsade ekonomi har världen precis gått igenom Covid-19 pandemin, det pågår ett krig och Sverige lever i inflation med stigande priser, alla saker som påverkar konsumenters privatekonomi. Många av dessa saker menar Polzin, Lusk och Wahdat (2023, s. 1) att har skapat en oro inom branschen för hållbara livsmedel. Organic Sweden och Ekologiska Lantbrukarna (2023, ss. 8, 14) skriver att den totala ekologiska konsumtionen har ökat med 2,5 procent de senaste åren. Ökningen kommer från restaurangbranschen då hushållens ekologiska konsumtion har minskat. Detta menar författarna beror på effekterna av pandemin och inflationen. Liknande resultat har funnits av Brata et al. (2022, ss. 10-11) vars resultat visar att nästan 20 procent av konsumenterna hade minskat konsumtionen av ekologisk mat under pandemin. Samtidigt som detta lyfter de att pandemin ökade konsumenters medvetenhet gällande mat och dess ursprung. Sammantaget betyder detta att samhället är under förändring vilket medför att ämnet blir relevant att studera.

1.3 Syfte och frågeställning

Tidigare forskning har identifierat motiv för att konsumera alternativt inte konsumera hållbara livsmedel men en bakomliggande förståelse saknas till följd av kvantitativa metodval. Denna studie syftar därmed till att skapa en förståelse för bakomliggande faktorer som ger upphov till studenters konsumtionsval gällande hållbara livsmedel. Faktorerna kopplas även an till de tre hållbarhetsdimensionerna ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet samt analyseras utifrån theory of planned behaviour. Genom att analysera tidigare forskning och teorier tillsammans med insamlad empiri kommer denna studie bidra till diskussionen och ökad kunskap inom ämnesområdet för hållbara livsmedel. Därför är målet med studiens bidrag att tillföra en förståelse av bakomliggande faktorer för att förstå vad som främjar eller motverkar konsumtion av hållbara livsmedel för en hållbar utveckling. För att undersöka detta har följande frågeställning konstruerats.

- Vilka bakomliggande faktorer finns till motiven för konsumtion av hållbara livsmedel och hur främjar eller motverkar dessa studenters konsumtion av hållbara livsmedel?

1.4 Avgränsningar

Avgränsningarna i denna studie har en grund i den tidsram som erhöles för arbetet. Det har medfört att ett reducerat urval har undersökts i studien. Detta urval är studenter i generation Z som flertalet källor (Kamenidou, Stavrianea & Bara 2020, s. 17; Shin, Kim & Severt 2021, s. 299; Swedish Scalesup 2020) är mer hållbarhetsfokuserade än den generella populationen. Det betyder att resultatet från denna studie kan tyckas vinklas utifrån ett urval som är mer positiva till hållbarhet och att resultatet kanske därmed inte hade varit detsamma om en annan generation studerats. En annan begränsning i denna studie är att studien bara utgår från intervjuer. Det betyder att eftersom intervjupersonernas faktiska beteende inte undersöks vilket exempelvis hade kunnat göras genom observationer och det är därmed inte säkert att intervjupersonerna gör som de faktiskt säger.

1.5 Disposition

Nästkommade del i studien är ett teoriavsnitt som kopplar till syfte och frågeställning. Här kommer de tre hållbarhetsdimensionerna och tidigare hittade konsumtionsmotiv som främjar hållbar utveckling förklaras. Vidare tydliggörs vad som kommer betraktas som hållbara livsmedel och hållbara konsumtionsval i denna studie. Vanor och konsumtion för identitet redogörs därefter då detta är saker som påverkar konsumenters konsumtionsval. Sist i teorin kommer den teoretiska referensramen theory of planned behaviour beskrivas och kopplas till forskningsämnet. Efter teorin kommer ett metodavsnitt som förklarar valet av en kvalitativ metod med induktiv ansats och hur den kommer genomföras med djupintervjuer. Därefter presenteras varför studenter valts som urval vilket sedan leder vidare till hur datainsamlingen skett. Metodavsnittet avslutas med en metodgranskning och forskningsetiska aspekter för att visa på studiens tillförlitlighet samt att den genomförts på korrekt sätt.

Därefter presenteras analysdiskussionen som bygger på de funna bakomliggande faktorerna utifrån intervjumaterialet som även kopplas an till vilka av de tre hållbarhetsdimensionerna som främjas. Valet av en analysdiskussion användes för att möjliggöra jämförelse mellan empiri och teori för att kunna utläsa kontraster och likheter mellan de två samt att strukturen främjade ett tydligt svar på studiens syfte och frågeställning. Avslutningsvis redogörs resultat och slutsatser för att besvara syfte och frågeställning. Slutsatsen som presenteras är de hittade

bakomliggande faktorerna vilket är konsumentens syn på hållbara livsmedel, familj och kultur, den sociala omgivningen, inkomst, kunskap och trovärdighet samt vanor. Resultatet redovisas därefter gällande vad som är de stora drivkrafterna inom vardera bakomliggande faktor som resulterat i att dessa har kunnat identifieras. Till sist presenteras förslag på framtida forskning inom forskningsområdet.

2. Teori

Denna studies syfte är att undersöka studenters matvanor och bakomliggande faktorer till varför de väljer eller inte väljer att konsumera hållbara livsmedel. För att förstå människors beteende kommer denna studie att utgå från motiv som ligger till grund för att främja de tre hållbarhetsdimensionerna ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet. Sedan redogörs det för vad hållbara livsmedel och hållbara konsumtionsval anses vara samt motiven i relation till konsumtionsvanor och konsumtion för identitetsskapande. Av anledning att skapa en förståelse inom detta kommer theory of planned behaviour att användas som teoretisk referensram. Teorierna har valts ut för ett inriktat fokus på hållbarhet och förståelse av människors beteende samt vad tidigare forskning belyst.

2.1 Hållbar utveckling

2.1.1 Motiv till ekologisk hållbarhet

Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 21) beskriver ekologisk hållbarhet som att ekonomisk tillväxt inte kan ske på bekostnad av jordens natur, miljö och ekologi. Gulliksson och Holmgren (2015, s. 133) skriver att det inte finns någon klar definition av ekologisk hållbarhet. Några definitioner författarna menar används är att den biologiska mångfalden bevaras och att det ekologiska kretsloppet sluts och förblir slutet. Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 34) fortsätter att skriva att ekologisk hållbar konsumtion kan vara exempelvis vad som äts, hur energi används och hur hushållsavfall hanteras.

Kopplat till tidigare forskning har Yadav et al. (2019, s. 8) hittat att ett bakomliggande motiv till konsumtion av hållbara livsmedel är miljön. Författarna skriver att koppling till naturen och förbättra jordens bördighet är anledningen till att konsumenter väljer att handla hållbara livsmedel. Wie et al. (2022, s. 7) fortsätter att skriva att konsumenterna som är mer miljömedvetna och miljöintresserade är de som konsumerar det på grund av ekologiska skäl. Å andra sidan lyfter Siegrist, Visschers och Hartmann (2015, s. 34) att konsumenter väljer att avstå från hållbara livsmedel för de misstror dess positiva miljöeffekter.

Mat är en av de största utsläppen i människors privatkonsumtion (Guyader, Ottosson & Parment 2020, s. 34). Studenter anses vara i den generation Kamenidou, Stavrianea och Bara (2020, s. 17) beskriver ser miljön som ett av de största problemen i samhället. En intressant infallsvinkel att studera är därmed studenters bakomliggande faktorer för motiven till ekologisk hållbarhet, eftersom de anses vara miljömedvetna och mat har en stor klimatpåverkan. I denna studie kommer ekologisk hållbarhet definieras utifrån konsumtion för miljöns bästa.

2.1.2 Motiv till ekonomisk hållbarhet

Den ekonomiska hållbarheten beskriver hur samhället kan utvecklas ekonomiskt utan mutor och korruption (Guyader, Ottosson & Parment 2020, s. 21). Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 31) menar att från en konsuments perspektiv ska konsumenter inte konsumera mer än de har råd till och att detta har en koppling till hälsomässiga risker. Författarna hävdar därmed att människor med låga inkomster blir mindre benägna att fungera socialt i samhället.

Hållbara livsmedel är ofta av dyrare prisklass. Det är sedan länge känt att pris är en faktor som påverkar konsumenters allmänna val vid inköp av livsmedel (Steptoe, Pollard & Wardle 1995, s. 282). Kopplat till hållbara livsmedel visar Mäkinemi och Vainios (2014, s. 15) resultat att priset var den största anledningen till att konsumenter inte valde att konsumera hållbara livsmedel. Yadav et al. (2019, s. 8) stärker detta och visar på resultat gällande priset som signifikant barriär för konsumenter att konsumera hållbara livsmedel. Även om priset är en barriär visar författarna att konsumenter är villiga att betala mer för ekologiska livsmedel trots att det anses vara överprisat.

Som presenterats har även ekonomisk hållbarhet en koppling till hälsa. Yadav et al. (2019, s. 8) resultat visar även att hälsan är ett motiv till varför konsumenter konsumerar hållbara livsmedel. Skäl för detta är exempelvis för att undvika hälsoproblem och biverkningar men även för hygien. Mindre besprutningsmedel och bättre kvalitet är exempel på varför hållbara livsmedel anses bättre för hälsan enligt Amin och Tarun (2022, s. 1 345). Likt detta visar Wie et al. (2022, s. 7) resultat att konsumenter med oro för sin hälsa är mer benägna att konsumera hållbara livsmedel för deras egna skull. Samtidigt skriver Polzin, Lusk och

Wahdat (2023, s. 6) att hållbara livsmedels positiva näringsvärde inte var en anledning till att konsumenterna konsumerar det eftersom dess effekter inte anses främja hållbarhet.

Sammantaget anses den ekonomiska hållbarheten relevant att studera eftersom pandemin, kriget och inflationen påverkat den samhällsekonomiska situationen. Detta är intressant att analysera kopplat till studenter eftersom Finnerman och Holmwall (2015, ss. 4, 9) lyfter att studenter har en begränsad ekonomi samt att mat är en av deras största utgifter. Därför kommer ekonomisk hållbarhet betraktas i denna studie som när konsumtionen av hållbara livsmedel påverkas av hälsomässiga eller ekonomiska skäl och kan därmed ge möjligheten att besvara syfte och frågeställning.

2.1.3 Motiv till social hållbarhet

Social hållbarhet kommer även betraktas i denna studie för att kunna besvara syfte och frågeställning. Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 37) förklarar social hållbarhet som att ingen ska föras illa vid produktion eller konsumtion av varan. Gulliksson och Holmgren (2015, s. 69) beskriver istället social hållbarhet som ett rättvist, jämlikt, inkluderande och demokratiskt samhälle. Författarna menar att social hållbarhet ska garantera rimlig livskvalitet för dagens och kommande generationer.

Social hållbarhet handlar därför om att samhället ska uppfylla grundläggande mänskliga rättigheter. Att den sociala hållbarheten upprätthålls kan för det första kopplas till konsumenters sociala liv. Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 52) skriver att konsumenters sociala motiv för konsumtion påverkas av människorna i dess omgivning, familj, vänner vilket skapar en persons tycke och smak. Saker som trender, kändisar, politik och åsikter fortsätter påverka konsumenter genom livet och tillsammans formar det vad konsumenter väljer att konsumera. För det andra kan konsumenters kulturella liv också ha en påverkan på att den sociala hållbarheten uppfylls. Konsumtion på grund av kulturella motiv kan bero på vilken nationalitet eller grupp konsumenten tillhör då Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 52) skriver att kultur, subkulturer och medlemskap förenar eller distanserar människor.

Yadav et al. (2019, s. 8) visar att det sociala är en motiv till varför konsumenter väljer att konsumera hållbara livsmedel till exempel på grund av livsstil och trender. Bartels och Onwezen (2014, s. 87) har hittat liknande resultat och menar att konsumenters sociala miljö påverkar vilka matval de gör. Detta stärker Polzin, Lusk och Wahdat (2023, s. 6) som skriver att de sociokulturella motiven har en påverkan på konsumenters miljöpreferenser och därigenom vilken mat de väljer att konsumera. Författarna exemplifierar detta genom att lyfta sociala normers roll vid minskning av konsumtionen av rött kött.

Eftersom tidigare forskning hittat motiv bakom hållbara livsmedel av sociala och kulturella skäl är detta en intressant aspekt att hitta bakomliggande faktorer till. Kopplat till studenter visar det på en intressant infallsvinkel då många studenter flyttar hemifrån, hittar nya umgängen och kanske kommer bort från den kultur som de är uppvuxna i. Därför kommer social hållbarhet i denna studie utgå från konsumenters val till eller avstånd från hållbara livsmedel till följd av social och kulturell tillhörighet.

2.2 Konsumtion

2.2.1 Hållbara livsmedel

Det finns flera olika hållbara livsmedel. I Sverige kan dessa urskiljas med hjälp av märkningar som exempelvis EU-lövet, Fairtrade, Från Sverige, Krav och Nyckelhålet. EU-lövet är EUs märkning på ekologiska livsmedel, Fairtrade visar att livsmedel har producerats på ett hållbart sätt för arbetarnas skull. Från Sverige visar livsmedel med ursprung från Sverige, livsmedel med Krav märkning är odlat utan konstgödsel eller kemiska bekämpningsmedel och Nyckelhålet hjälper konsumenter hitta de hälsosammare livsmedlena (Axfood u.å.). Märkningar är något som tidigare forskning menar hjälper konsumenter att välja det mer hållbara livsmedlena samt påminner dem att handla det mer hållbara alternativet (Steenson & Buttriss 2021, s. 303).

Ekologiska livsmedel kan också anses som hållbara livsmedel och syftar till att det inte används några kemiska gödningsmedel eller bekämpningsmedel samt att inga livsmedelstillsatser eller konserveringsmedel används (Yadav et al. 2019, s. 1). De ekologiska livsmedlena anses både vara bra för miljön och människors hälsa då de är av bättre kvalitet,

mer näringsrika och tillverkas utan djurtestning (Amin & Tarun 2022, s. 1345). Tidigare forskning visar dock att konsumenter inte litar på dess positiva miljöpåverkan bara för att de har en märkning eller är ekologisk och därför väljer att avstå från att konsumera det (Mäkinieniemi & Vainio 2014, s. 16; Yadav et al. 2019, s. 7). Sammantaget eftersom tidigare forskning lyft både positiva och negativa sidor av de ekologiska livsmedlena samt märkningarna är det intressant att studera vad för bakomliggande faktorer som påverkar studenterna ställningstagande till dessa.

2.2.2 Hållbara konsumtionsval

Hållbara konsumtionsval behöver inte vara valet av miljömärkta eller ekologiska livsmedel utan WWF (2023) förklarar att konsumenter kan konsumera hållbart genom att äta mer vegetariskt och mindre kött, äta svenskproducerad mat eller äta efter säsong. Idag importeras ungefär hälften av köttet som konsumeras i Sverige och köttproduktionen är den som släpper ut mest koldioxid (Guyader, Ottosson & Parment 2020, s. 35). Tidigare forskning förklarar också att en minskning av kött mot en mer vegetarisk diet inte bara är positivt för miljön utan också för den enskilda konsumentens hälsa (Steenson & Buttriss 2021, s. 301).

Att äta svenskt nämner WWF (2023) är både bra för konsumenter och bönder. I Sverige är det höga krav på djurvälstånd och livsmedelssäkerhet vilket gör att du som konsument konsumerar bra varor samtidigt hjälper det hålla landsbygden levande. Detta minskar också de långa transportsträckorna och dess utsläpp, något som Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 34) menar är ett problem inom livsmedelsbranschen då det påverkar planetens luft, vatten och jord. Till sist nämner WWF (2023) säsongsbaserad mat som betyder att handla varor som är i säsong. Det betyder att konsumenter i Sverige exempelvis på våren ska handla groddar, grova rotfrukter och baljväxter medan på hösten ska de handla färska svenska grönsaker. Detta anses både billigare och godare för konsumenten, något som Tobler, Visschers och Siegrist (2011, s. 681) slutsats visar är anledningarna som får konsumenter att handla utefter säsong.

Både Yadav et al. (2019, s. 8) samt Mäkinieniemi och Vainio (2014, s. 15) skriver att otillgängligheten, dåligt utbud och brist på kunskap är anledningar att konsumenter väljer att avstå från hållbara livsmedel. Det visar att perspektivet på hållbara konsumtionsval av

livsmedel såsom svenskt, säsonganpassat och vegetariskt också är av intresse att betrakta. Detta perspektiv på konsumtion av hållbara livsmedel som också är bättre för miljön och konsumenters hälsa kan anses lättare att hålla koll på än de tidigare diskuterade märkningarna. Detta visar på relevans att analysera de bakomliggande faktorerna som påverkar att konsumenter väljer eller inte väljer att konsumera hållbart på detta sätt.

2.2.3 Konsumtion utifrån vanor

Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 74) förklarar vanor som upprepade handlingar över tid men menar att de kan förändras och är en kritisk del för att få konsumenter att agera hållbart. Detta stärker Mäkinemi och Vainio (2014, s. 16) som menar att vanor bör tas till hänsyn vid hållbara konsumtionsval då vanor ofta är omedvetna val medan vid etiska och miljömässiga val krävs det reflekterande och medvetna beslut. Samtidigt skriver författarna att framtida forskning bör ta hänsyn till vanors flexibla natur och miljövänligt beteende.

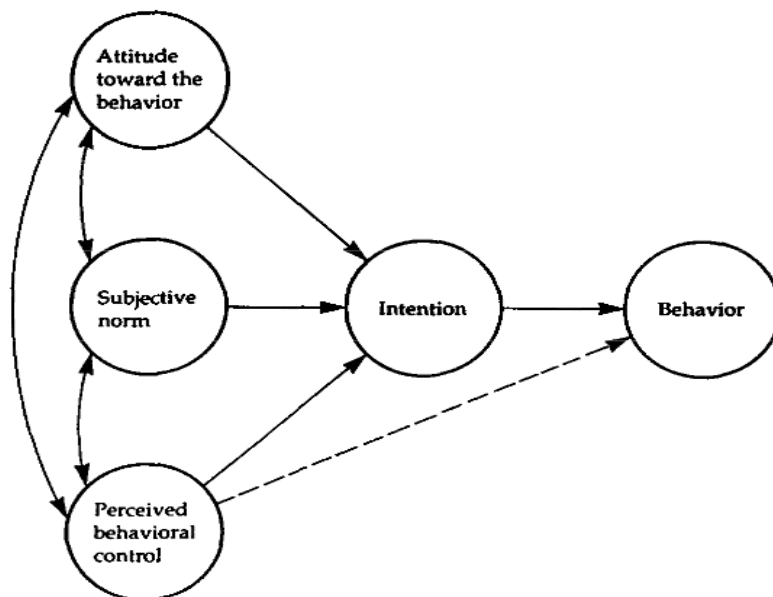
Matvanor kan också ses som en av de svåraste vanorna att bryta då det anses vara en känslig fråga och är kopplad till kulturella och sociala uppfattningar (Kamenidou, Stavrianea & Bara 2020, s. 16). Resultat från tidigare studier visar istället att vanor är anledningen till att konsumenter väljer att inte konsumera hållbart (Siegrist, Visschers & Hartmann 2015, s. 34). Därför är det intressant att utifrån vanor undersöka de bakomliggande faktorerna som har skapat dessa och hur det främjar eller motverkar konsumenter att konsumera hållbara livsmedel.

2.2.4 Konsumtion för identitetsskapande

Hammarén och Johansson (2009, s. 27) beskriver identitet som ett kollektivt begrepp kopplat till mognad, utveckling och stadier inom socialpsykologin. Att en människas sociala identitet ger en viss plats i samhället och att på denna plats spelar människor olika roller. Människor kan ha olika roller och byta mellan dessa men en viss roll i ett sammanhang skapar vissa möjligheter samtidigt som det begränsar andra. Dessa roller definierar människans identitet och författarna menar att i det posttraditionella samhället har människor nya möjligheter att identitetsskapa (Hammarén & Johansson 2009, s. 29).

Mat är en av de varor som människor konsumerar genom hela livet och ger därför stort utrymme till att uttrycka vem man är, det sociala jaget men även vem man inte vill vara (Cronin, McCarthy & Collins 2014, s. 3). Konsumtion av hållbara livsmedel ger alltså möjligheten för konsumenten att uttrycka en viss social identitet. Det visar att de är villiga att konsumera varor som är bättre för världen med egna pengar (Guyader, Ottosson & Parment 2020, s. 72). Mat är även kopplat till mer än endast fysiologiska behov eftersom det också tillfredsställer sociala, kulturella, symboliska, moraliska och religiösa övertygelser (Kamenidou, Stavrianea & Bara 2020, s. 16). Detta visar på en relevans att studera identitet i relation till de bakomliggande faktorerna i denna studie eftersom konsumtion av hållbara livsmedel ger konsumenter möjlighet att uttrycka den identitet de eftersträvar eller för att passa in.

2.3 Teoretisk referensram



Figur 1: Modell som beskriver “Theory of planned behaviour”.

(Ajzen 1991, s. 182)

Denna studies teoretiska referensram kommer vara theory of planned behaviour (se figur 1). Theory of planned behaviour kan utifrån specifika kontexter förklara och förutsäga mänskliga beteende. Teorin menar att mänskligt beteende formas av tre kärnor som är attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll och är en förläggning av theory of reasoned action (Ajzen 1991, s. 181).

Med attityd menar Ajzen (1991, s. 188) i vilken grad en person har en gynnsam eller ogynnsam utvärdering och bedömning av beteendet i fråga. Subjektiva normer är den sociala kärnan och hänvisar till en persons sociala press att utföra eller inte utföra beteendet. Den sista delen upplevd beteendekontroll handlar om att människors beteende är beroende av hur lätt eller svårt de anser att handlingen är att utföra. Detta är beroende av tidigare erfarenheter och vilka hinder som förväntas finnas. Den allmänna regeln för de tre kärnorna är att desto mer gynnsam attityd och fördelaktiga subjektiva normer, samt om personen har ett stort beteendekontroll desto större sannolikhet är det att beteendet sker. Relationen mellan dessa tre kan dock variera mellan beteende och situation (Ajzen 1991, s. 188).

Detta teoretiska ramverk skapar alltså en förståelse att det finns bakomliggande faktorer för hur människor väljer att agera. Utifrån hållbarhetsdimensionerna, synen på hållbara livsmedel, vanor och identitetsskapande kommer denna studie applicera detta på theory of planned behaviour. Det vill säga att konsumenternas bland annat val, tankar, bakgrund och omgivning kommer synas genom deras attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll som tillsammans resulterar i deras beteende. Det ger forskarna möjligheten att analysera dessa bakomliggande faktorer och skapa en förståelse för vilka av dessa som främjar och vilka som hämmar konsumtion av hållbara livsmedel samt besvara syfte och frågeställning.

3. Metod

3.1 Kvalitativ metod med induktiv ansats

Metodvalet baseras på syfte och frågeställning vilket i denna studie fokuserar på att undersöka vad som är studenters bakomliggande faktorer till motiven att konsumera alternativt inte konsumera hållbara livsmedel. Studien präglas av ett konstruktionistisk ontologisk synsätt som Bryman (2018, s. 58) beskriver ser den sociala verkligheten, dess mening och individer som kontinuerligt reproducerande. Studien genomsyras även av en tolkande interpretativistisk epistemologi. Det interpretativistiska synsättet studerar den sociala verkligheten och ger en tolkande syn på kunskap som resulterar i att det inte finns ett entydigt svar utan fakta och data tolkas av människor (Bryman 2018, s. 52).

För att få en förståelse av studenters bakomliggande faktorer till eller från konsumtion av hållbara livsmedel har kvalitativa forskningsintervjuer använts. Detta då Kvale och Brinkmann (2014, s. 17) skriver att kvalitativa forskningsintervjuer syftar till att se intervjupersonernas synvinkel, erfarenheter och verklighetsbild. Likt detta beskriver Bryman (2018, s. 562) att kvalitativa intervjuer är följsamma och flexibla utefter intervjupersonernas svar och bidrar till en djupare förståelse av intervjupersonerna. Detta ger intervjupersonerna möjlighet att uttrycka fria svar och visa på deras verklighetsuppfattning vilket anses mest effektivt till studiens syfte och frågeställning då det inte tycks finnas ett entydigt svar.

Intervjuerna strukturerades upp genom en intervjuguide (se bilaga 1) som byggde på teman från tidigare forskning om hållbarhet och motiv till konsumtion av hållbara livsmedel. Intervjuguiden hade öppna frågor för intervjupersonernas egna tolkningar och fokus lades på uppföljningsfrågor utifrån deras svar. Därmed användes intervjuguiden som stöd för att säkerställa svar som kunde besvara syftet och frågeställningen. På liknande vis beskriver även Bryman (2018, ss. 260, 562-563) semistrukturerade djupintervjuer som relativt öppna intervjuer med flexibel användning av intervjuguiden och med fokus på att följa intervjupersonen.

En kvantitativ studie hade inte lett till en djupare förståelse av individers upplevelser utan hade snarare visat motiven. Resultatet hade även blivit mer generaliserbart likt Bryman

(2018, s. 216) beskriver kvantitativa studier. Dessutom finns det redan studier i detta område som funnit motiven och därmed fyller de kvantitativa frågeställningar (Tobler, Visschers & Siegrist 2011; Mäkiniemi & Vainio 2014; Siegrist, Visschers & Hartmann 2015; Amin & Tarum 2022; Polzin, Lusk & Wahdat 2023), vilket resulterar i att den djupare förståelsen uteblivit. Att använda dessa kvantitativa forskningar som teoretisk utgångspunkt resulterade i ett induktivt arbetssätt som Bryman (2018, ss. 61-62) lyfter är typiskt tillvägagångssätt för en kvalitativ studie.

3.2 Urval

Urvalet för studien har avgränsats till att endast inkludera studenter. De valda studenterna är i den yngre generation som Kamenidou, Stavrianea och Bara (2020, s. 17) förklarar har ökat hållbarhetsintresse, förståelse för hälsoproblemen, ökad miljömedvetenhet och uttrycker oro för samhället. Detta stärker Swedish Scalesup (2020) som förklarar att hållbarhet är en dealbreaker för de yngre generationerna. Hälften av svenskar mellan 18-35 år är villiga att välja bort företag som inte agerar hållbart för ett visat hållbarhets engagemang. Höga siffror visas även gällande konsumenters vilja att betala mer för hållbara produkter, välja bort oetiska företag samt att trenden för hållbarhet fortsätter öka hos den yngre generationen. Även om de är villiga att betala mer för hållbara produkter har studenter en begränsad ekonomi där mat är en av deras största utgifter (Sveriges förenade studentkårer 2020, s. 4; Finnerman & Holmvall 2015, ss. 4, 9).

Studenter blir därmed ett målstyrt urval då de är strategiskt selekterade för att främja bevarandet av syfte och frågeställning. De är inte valda slumpmässigt vilket enligt Bryman (2018, ss. 496, 498) beskrivs som ett icke-sannolikhetsurval. Studiens målstyrda urval selekterades även på grund av de begränsade resurser samt tidsramen som inte möjliggjorde ett större urval. Studenter har även valts då det enligt Shin, Kim och Severt (2021, s. 299) finns ett forskningsgap gällande studenters konsumentupplevelser av hållbara livsmedel.

Studenterna som intervjuats för denna studie är mellan 21 och 24 år, det vill säga generationen Z, som är en av generationerna med ökat hållbarhetsintresse enligt tidigare lyfta källor (Kamenidou, Stavrianea & Bara 2020, s. 17; Shin, Kim & Severt 2021, s. 299; Swedish Scalesup 2020). De tio intervjuerna var relativt jämnt fördelade mellan könen med

sex tjejer och fyra killar. Att fler tjejer intervjuades kan styrkas av SEB (2019, s. 11) som menar att störst hållbarhetsintresse finns hos unga kvinnor. Studenterna bor i Skåne, studerar på två olika universitet i Skåne och samtliga har intresse för träning och hälsa. Intervjupersonerna är bekanta med hållbara livsmedel och gör aktiva val vid konsumtion, oavsett om de konsumerar hållbara livsmedel eller inte. Detta urvalet har valts dels på grund av uppsatsens begränsade resurser och tidsram men även då det finns få studier om studenter på området i Sverige.

URVAL	Kön	Ålder	Hushåll	Inkomst
Intervjuperson 1	Kvinna	21	Bor med sambo	ca. 15 000
Intervjuperson 2	Kvinna	21	Bor med sambo	ca. 13 000
Intervjuperson 3	Man	22	Bor med sambo	ca. 12 000
Intervjuperson 4	Kvinna	23	Bor med kompis	ca. 14 000
Intervjuperson 5	Kvinna	22	Bor själv	ca. 12 000
Intervjuperson 6	Kvinna	21	Bor med sambo	ca. 14 000
Intervjuperson 7	Man	22	Bor med sambo	ca. 12 000
Intervjuperson 8	Kvinna	22	Bor i korridor	ca. 15 000
Intervjuperson 9	Man	24	Bor i kollektiv	ca. 15 000
Intervjuperson 10	Man	21	Bor med familj	ca. 20 000

Tabell 1: Urval, kodning och faktorer

3.3 Datainsamling

Intervjupersonerna var kompisar och bekanta som kontaktades via sociala medier. I meddelandet blev de tillfrågade att ställa upp på intervjun med information om vad som undersöktes, hur lång tid det skulle ta och när den önskades äga rum. Meddelandet anpassades utefter att mat kan vara ett känsligt ämne. Av de elva personerna som tillfrågades var tio personer villiga att ställa upp, varav den sista tackade nej på grund av ämnets

känslighet. Intervjuerna bokades in men två av intervjuerna behövdes senare bokas om på grund av sjukdom och jobb men alla skedde mellan den 10 och den 25 april. Innan första intervjun genomfördes en kortare testintervju med en familjemedlem för att se om frågorna var förståeliga och om upplägget fungerade bra. Intervjuerna gjordes fysiskt på plats och anpassades utefter intervjupersonerna, därav skedde vissa intervjuer hemma hos intervjupersonerna medan andra skedde i bokade grupprum på studieplatser. Innan intervjuerna började småpratades det för att skapa avslappnad stämning och fika bjöds på. Detta då Kvale och Brinkmann (2014, s. 170) förklarar att de första minuterna av intervjun är avgörande varav forskarna försökte skapa tillit hos intervjupersonerna. Utefter riktlinjer för uppsatsen, resurs- och tidsbegränsningen genomfördes därmed tio stycken intervjuer som var mellan 50 minuter och 1 timme och 11 minuter långa vilket resulterade i 10 timmar och 30 minuters intervjumaterial.

Intervjuerna började med att presentera studien och förutsättningarna för intervjun för intervjupersonen, som exempelvis hur materialet kommer hanteras, att alla svar är välkomna och att inga tankar rätt eller fel samt att samtycke kontrollerades. Temana som frågorna var formulerade utefter var därefter uppdelade i tre delar. Första delen beskriver Kvale och Brinkmann (2014, s. 176) ska handla om inledande frågor som ger en förståelse för intervjupersonens uppfattning om ämnet. I denna studie började intervjuerna med bakgrundsfrågor om intervjupersonen, deras konsumtionsmönster och deras syn på hållbarhet för att få en bred inblick i personens liv, exempelvis hur personen bor och dess sociala omgivning. Detta för att senare kunna analysera detta kopplat till deras attityder och konsumtionsmönster gällande livsmedel och de tre hållbarhetsdimensionerna som var temana i den andra delen. Den tredje delen är en avslutande del som syftar till att avrunda, sammanfatta, kontrollera om intervjupersonen har något tillägg samt säkerställa samtycke.

Till följd av formatet av de kvalitativa semistrukturerade intervjuerna så följdes intervjupersonerna i deras svar vilket resulterade i att de olika områden diskuterades olika mycket i intervjuerna. Detta gjordes med åtanke på vad Kvale och Brinkmann (2014, s. 180) beskriver gällande vikten att lyssna på vad intervjupersonen säger och att ställa följdfrågor. Båda forskarna närvarade på alla intervjuer för att minimera intervju effekter vilket Bryman (2018, ss. 287-288) menar kan vara avgörande gällande hur intervjupersonerna uppfattar frågorna, baserat på vem som ställer de och hur de ställs. Alla intervjuer spelades in, detta eftersom Bryman (2018, s. 577) skriver att vid samtalsanalys är inspelning nödvändigt för en

noggrann analys, underlätta minnet samt för att informationen ska kunna offentliggöras som trovärdig källa. För att obehöriga inte skulle få tillgång till intervjumaterialet samt kunna lova intervjupersonerna full konfidentialitet spelades intervjuerna in på en diktafon och laddades inte upp på ett moln.

Efter intervjuerna skett transkriberades de vilket är första steget för en bra analys. För att få en korrekt bild av intervjupersonernas perspektiv transkriberades intervjuerna så detaljrikt och exakt som möjligt. Det som undveks i transkriberingen var instämmande “mm”-ande från forskarna under tiden intervjupersonerna berättade något. För att möjliggöra sortering av materialet konstruerades teman som användes för kodning av intervjutranskriberingarna. Likt hur Rennstam och Wästerfors (2015, s. 80) beskriver, gjordes tematiseringen i uppsatsen genom att bläddra fram och tillbaka mellan transkriberingar för att jämföra, färgkoda samt kommentera i marginalerna. Under tiden intervjutranskriberingarna analyserades och bearbetades var forskarna öppna för nya teman. Exempelvis synen på hållbara livsmedel upptäcktes vara en bakomliggande faktor som tidigare inte var känt och blev därmed ett nytt tema. Dessutom tonades inte motsägelser till teorin ner som hittats eftersom det gör analysen intressant. Sammantaget stämmer detta sätt att analysera överens med hur Alvehus (2019, ss. 114-116) beskriver sortering, reducering och argumentation av intervjumaterialet. Detta resulterar i att forskarna blev bekanta med materialet och dess detaljer inför analysen vilket gav ett bra sorteringsarbete, som Rennstam och Wästerfors (2015, s. 87) lyfter är viktigt.

3.4 Metodgranskning

Trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och möjlighet att stärka och konfirmera är fyra tillförlitlighetskriterier som används för att granska kvaliteten för kvalitativ forskning (Bryman 2018, s. 75). För att säkerställa dessa tillförlitlighetskriterier har olika åtagande i denna studie gjorts. Till att börja med genomfördes en djup litteraturöversikt och informationshämtning på området för att säkerställa god kunskap innan arbetet påbörjades. Detta underlättade förståelsen av forskningsgapet inom ämnet, uppbyggnaden av teoriavsnittet samt skapandet av intervjuguiden som allt tillsammans grundade studien och dess trovärdighet. Hur pålästa forskarna är och kan identifiera resultatens relevans till den sociala omvärlden menar Bryman (2018, s. 467) avgör trovärdigheten.

För att uppfylla överförbarhetskriteriet som Bryman (2018, ss. 467-468) beskriver som möjligheten att kunna applicera resultatet på andra kontexter, har ett blandat urval inom urvalsramen använts. Materialet har med största ansträngning hanterats objektivt och återkoppling samt kritik från handledningstillfällen har noga betraktats för att följa kriterierna möjlighet att styrka och konfirmera samt pålitlighet. Vilket stämmer överens med hur Bryman (2018, ss. 468-470) beskriver dessa kriterier.

3.4.1 Forskningsetiska aspekter

Studien studerar privatpersoners åsikter, tankar och upplevelser om hållbara livsmedel samt deras ställningstagande kring detta. Vid studier som detta menar Kvale och Brinkmann (2014, s. 99) att det är viktigt att följa forskningsetiska principer. Författarna menar att forskarnas kunskaper och erfarenhet gällande de forskningsetiska principerna påverkar kvaliteten på uppsatsen. Det resulterar i att forskarna behöver vara pålästa om forskningsämnet samt förstå värdeladdade frågor och känslig information. Hur forskarna följer de forskningsetiska principerna påverkar uppsatsens men också intervjupersonernas och forskarnas konfidentialitet (Kvale & Brinkmann 2014, ss. 109-111).

Bryman (2018, ss. 170-171) förklarar att etiska frågor inom forskningen rör konfidentialitet, anonymitet, integritet och frivillighet för alla som är direkt inblandade eller kopplade till forskningen. Informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet är fyra krav för forskningen (Bryman 2018, ss. 170-171). För att upprätthålla dessa etiska forskningsaspekter inledde intervjutillfället med att intervjupersonerna fick ett samtyckespapper med information om uppsatsen som de fick börja med att läsa genom. Pappret informerade vilka person- och kontaktuppgifter samt känslig information som skulle samlas in och hur dessa skulle hanteras, sparas och anonymiseras. Därefter inledde forskarna med att återberätta dessa delar för intervjupersonen samt informera om frivilligheten att delta. Eventuella frågor och funderingar kring uppsatsen, materialhanteringen och deras samverkan besvarades samt samtycke från intervjupersonerna säkerställdes. Efter intervjun säkerställde forskarna att intervjupersonerna fortfarande tyckte deras medverkan och hur materialet skulle användas kändes okej. Då fick de även fylla i pappret för samtycke. Efter intervjuerna anonymiserades personerna direkt vid transkribering och intervjumaterialet raderades när uppsatsen var godkänd av examinator, därmed utlovas intervjupersonerna konfidentialitet.

4. Analysdiskussion

Analysdiskussionen syftar till att besvara syfte och frågeställning gällande de bakomliggande faktorerna till motiv för konsumtion alternativt avstånd från konsumtion av hållbara livsmedel. Analysdiskussionen börjar med att diskutera intervjupersonernas ställningstagande baserat på hur de ser hållbara livsmedel och hållbara konsumtionsval. Därefter diskuteras de övriga hittade bakomliggande faktorerna och dess påverkan hur lätt eller svårt studenterna anser det vara att konsumera hållbara livsmedel. Genomgående i analysdiskussionen kommer de identifierade bakomliggande faktorerna kopplas till tidigare motiv samt de tre hållbarhetsdimensionerna och analyseras utifrån theory of planned behavior.

4.1 Konsumentens syn på hållbara livsmedel

Samtliga intervjupersoners syn på hållbara livsmedel stämmer överens med tidigare forsknings definition och förklaring av hållbara livsmedel samt hållbara konsumtionsval. Vad de främst anser är hållbara livsmedel är avgörande för om de väljer att konsumera det eller inte. Intervjupersonerna 1, 4, 6, 8 och 9 beskriver främst hållbara livsmedel som ekologiskt samt hållbara märkningar vilket stämmer överens med den tidigare beskrivna definitionen av *hållbara livsmedel*. Dessa intervjupersoner anser även att hållbara livsmedel är ett dyrt alternativ och konsumerar därmed inte det på grund av priset och deras begränsade inkomst. Till skillnad från dessa beskriver istället intervjupersonerna 2, 3, 5, 7 och 10 främst hållbara livsmedel som närproducerat, vegetariskt samt konsumtion utefter säsong, likt tidigare beskrivit *hållbara konsumtionsval*. Det är också dessa intervjupersoner som i störst utsträckning konsumerar vad de anser är hållbara livsmedel och gör det främst utifrån miljön och hälsans skull. Att intervjupersonerna som konsumerar utifrån miljöns skull också är mer benägna att minska köttkonsumtionen och äta utefter säsong kan ses stämma överens med Tobler, Visschers och Siegrists (2011, s. 680) resultat.

Konsumtion av hållbara livsmedel på grund av hälsan och miljömässiga skäl är sedan tidigare identifierat av andra forskare, exempelvis diskuterar Yadav et al. (2019, s. 8) samt Wie et al. (2022, s. 7) båda delar. Det samma gäller motivet pris till avstånd från konsumtion av hållbara livsmedel som bland annat Mäkiniemi och Vainio (2014, s. 15) visar resultat om. Studier gällande bakomliggande faktorer som motiverar konsumenter till dessa

konsumtionsval saknas dock. Därmed är en ny upptäckt i denna studie att motiven är beroende av den bakomliggande faktorn av vad konsumenter anser är hållbara livsmedel. Detta då intervjupersonerna som identifierade hållbara konsumtionsval ansåg det billigare jämfört med intervjupersonerna som identifierade hållbara livsmedel i form av ekologiskt och certifieringar. Därmed visades det att hållbara konsumtionsval lättare att uppnå och konsumera utifrån en studentbudget.

4.2 Familj och kultur

Tidigare forskare har sedan länge konstaterat att kulturella motiv är avgörande vid val av allmän matkonsumtion (Steptoe, Pollard & Wardle 1995, s. 268). Som presenterat ovan kan konsumenter se hållbara livsmedel på olika sätt vilket utifrån intervjuerna kan ses påverkas av kulturella motiv. Intervjupersonerna 2, 3, 5 och 10 lyfter alla att deras familj och kulturella bakgrund har påverkat deras matkonsumtionsval idag. De har växt upp med konsumtion av bra mat där hållbara livsmedel har prioriterats och de har vidtagit dessa konsumtionsval vilket även bidrar till ekologisk hållbarhet. Därmed blir den kulturella kontexten en bakomliggande faktor för att konsumera hållbara livsmedel. Exempelvis beskriver intervjuperson 10 det som nedan.

Det är väl mer att jag har fått det lite av föräldrarna för att de har alltid handlat ekologiskt och närproducerat. Så det är väl lite därifrån jag har fått det. Och sen är jag väldigt nöjd med det jag får. Så jag bara följer med helt enkelt.

[Intervjuperson 10, 2023]

Citaten ovan stämmer också överens med Lee och Yun (2015 s. 266) som menar att om konsumenten är nöjd med den ekologiska produkterna kommer de fortsätta konsumera det. Intervjupersonerna 5 och 10 beskriver även hur deras släkt och kulturella bakgrund påverkar deras sätt att konsumera livsmedel.

[...] jag har den bakgrunden med familjen både på den svenska och franska sidan att man tänker efter. [...] handlar produkter efter säsong, till exempel att det är dyrt att köpa jordgubbar men det är extra dyrt nu och inte lika gott såsom rotfrukter som är hur billigt som helst nu.

[Intervjuperson 5, 2023]

Intervjuperson 5 beskriver här hur kulturen från den franska släkten resulterar i ett naturligt hållbarhetsfokus som även inkluderar matkonsumtionen. Intervjuperson 10 prioriterar, liksom intervjuperson 5, att konsumera hållbara livsmedel i form av ekologiskt och närproducerat på grund av sin familj och bakgrund. Hans uppfattning är dock att de konsumerar mer kött än vad som är rekommenderat för miljöns bästa till följd av Balkankulturen. Därmed motsäger kulturen familjens prioriteringar för hållbar matkonsumtion. Att matkonsumtion varierar mellan kulturer lyfter Polzin, Lusk och Wahdat (2023, s. 2) som menar att det därför inte kommer finnas en kost som fungerar överallt utan kulturen påverkar hur vi äter.

Vidare har intervjupersonerna 6 och 8 växt upp med släkt och familj som själva odlat grönsaker och producerat kött. Gällande övrig hållbar matkonsumtion har de dock tillsammans med intervjupersonerna 1, 7 och 9 tagit vid konsumtionsmönster från familjen och konsumerar inte hållbara livsmedel. Därmed visar det att den kulturella kontexten som bakomliggande faktor även kan påverka till att inte konsumera hållbara livsmedel. Sammantaget visar detta på vikten av den kulturella kontexten för främjandet av en social hållbarhet för en grupp tillhörighet och därigenom ett inkluderande samhälle. Därmed kan tidigare erfarenheter genom familj och kultur påverka människors beteende och följaktligen ses som en del av Ajzens (1991, s. 188) upplevda beteendekontrollen i theory of planned behaviour. Citat nedan visar också på ett upplevt hinder till inköp av hållbara livsmedel på grund av tidigare erfarenheter som visar på den bakomliggande kulturella faktorns betydelse.

Jag tänker så... om mina föräldrar hade handlat ekologiskt och hållbart är det klart att jag hade tagit efter alltså fortsatt konsumera på det sättet men nu har jag aldrig varit i den familjen som har gjort det. Så det har satt grunderna i hur jag konsumerar. [...].

[Intervjuperson 1, 2023]

Den upplevda beteendekontrollen inom theory of planned behaviour påverkas också av hur lätt konsumenten anser att handlingen är att utföra (Ajzen 1991, s. 188). Intervjuperson 1 beskriver hållbara livsmedel som dyra. Hon menar på att det är en klassfråga som ger en pengamässig status. Det visar på vilken samhällsklass intervjupersonerna vuxit upp i påverkar hur lätt de anser konsumtion av hållbara livsmedel är. Synen på klasskillnaderna påverkar

också detta då intervjuperson 8 som extrajobbar i matbutik uppfattar att konsumenter som konsumerar hållbara livsmedel anses vara av högre klass. Detta stämmer överens med Guyader, Ottosson och Parment (2020, s. 52) som menar att medlemskap kan distansera människor och i detta fall genom klasskillnader. Sammantaget visar detta på att familjens klass har en påverkan på konsumentens syn på hållbara livsmedel och därigenom dess påverkan som en kulturell bakomliggande faktor.

Ovan visar att intervjupersonerna vidtagit konsumtionsmönster från familj och släkt. I kontrast till detta motsägs det av majoriteten av intervjupersonerna gällande hållbara konsumtionsval i form av vegetariska livsmedel. Samtliga intervjupersoner förutom 1 och 9 har i olika stor utsträckning bytt köttkonsumtion till vegetariska alternativ vilket även främjar den ekologiska hållbarheten. Detta är inte något som gjorts i någon av intervjupersonernas familj eller kulturella uppväxt. Dessa intervjupersoner motsäger därmed Steptoe, Pollard och Wardle (1995, s. 268) som skriver att den kulturella kontexten ofta har en inverkan på konsumenters konsumtion genom lika konsumtionsmönster.

Nä men det, asså jag har alltid sagt till det att asså jag tycker att vi borde äta mer vegetariskt. [...], ibland lagade jag någon vegetarisk rätt, men då var det alltid att vissa i familjen klagade [...]. Så då blev det ju att direkt när jag flyttade så kände jag att jag äntligen kunde börja äta vegetariskt liksom. [...].

[Intervjuperson 8, 2023]

På det vis beskriver en intervjuperson att hon fick aktivt motstånd från familjen vid hennes intresse för konsumtion av vegetariska alternativ. Det visar på att familj och kultur inte alltid är avgörande vid matkonsumtion då intervjupersonen nu vidtagit konsumtion av vegetariska alternativ. Hon stärker detta genom att förklara hur hennes tvilling inte vidtagit samma tankesätt som henne trots deras identiska uppväxt. Sammantaget motsäger detta Bartels och Reinders (2010, s. 350) resultat som visar att delade kulturella värderingar är avgörande för konsumenters uppfattningar om nya livsmedelsprodukter. Det eftersom intervjupersonen valt att börja konsumera vegetariska alternativ trots att det går emot familjens kulturella uppfattning. Likt intervjuperson 8 beskriver intervjuperson 7 hur samma motstånd förekom i familjen när hans mamma ville konsumera mer vegetariskt. I detta fall var det intervjuperson 7 som tillsammans med resterande familj gjorde motstånd. Idag har han bytt uppfattning på grund av den sociala omgivningen som därmed tyder på att det är fler bakomliggande

faktorer som är avgörande vid val av konsumtion av hållbara livsmedel, vilket kommer diskuteras vidare härnäst.

4.3 Den sociala omgivningen

Till skillnad från familj och kultur som påverkar intervjupersonernas syn på hållbara livsmedel påverkar den sociala omgivningen istället till stor del hur de väljer att konsumera idag. En bakomliggande faktor inom den sociala omgivningen är staden som intervjupersonen bor i. Intervjupersonerna 2, 3, 4, 5, 7, 8 och 9 bor alla i samma stad som intervjuperson 3 beskriver som hållbarhets inriktad. Det är dock bara fyra av dessa som är medvetna om att staden har påverkat dem till ökad konsumtion av hållbara livsmedel. Intervjupersonerna 2, 4 och 8 säger alla att de har märkt att fler är vegetarianer eller äter vegetarisk kost, något som de själva också har anammat. Efter att ha flyttat till denna stad och börjat äta mer vegetariskt fortsätter intervjuperson 4 förklara att det har fått henne att själv försöka influera andra att göra samma.

Jo men det är lite så, jag kom till [storstad i södra Skåne] och sen så tipsar många av oss studenter om “men gud du kan göra detta och du kan göra det här” [...]. Men aa så skulle jag säga, och sen så har man själv ju också influerat liksom de äldre, försökt.

[Intervjuperson 4, 2023]

Den beskrivna kontexten stämmer överens med Polzin, Lusk och Wahdats (2023, s. 6) resultat som visar att sociala normer har en påverkan vid minskad konsumtion av rött kött. Detta visar på att staden där intervjupersonerna bor är en bakomliggande faktor för främjandet av konsumtion av hållbara livsmedel. Denna bakomliggande faktor främjar också den ekologiska hållbarheten genom minskad konsumtion av kött vilket även bidrar till den sociala hållbarheten genom gemenskap och inkludering för lika konsumtion.

Den sociala omgivningen kan också vara en motstridande faktor för att få konsumenter att konsumera hållbara livsmedel. Intervjuperson 9 är den enda personen från samma stad som inte konsumerar vegetariska alternativ. Han menar att detta inte pratas om vilket påverkas av människorna i hans omgivning. Liknande uppfattning har intervjuperson 1 som inte heller

konsumerar hållbara livsmedel och menar att detta är på grund av människorna hon är omringad av. Hon menar också att detta inte är något som pratas om i hennes umgänge. Å ena sidan motsäger detta Yadav et al. (2019, s. 8) resultat som visar att det sociala har en positiv påverkan för främjandet av konsumtion av hållbara livsmedel. Å andra sidan stämmer det överens med Cronin, McCarthy och Collins (2014, s. 3) som menar att mat kan få konsumenter att visa vem de vill vara eller inte vill vara. Något som intervjupersonerna kan anses göra genom att välja att konsumera som deras sociala omgivning för att passa in och visa vem de är. Detta kan kopplas vidare till Guyader, Ottosson och Parments (2020, s. 52) tankar om att lika konsumtion inom en grupp bidrar till gemenskap och samhörighet mellan individer.

Det är därmed inte bara staden som är en bakomliggande faktor utan som beskrivits ovan från intervjupersonerna 1 och 9 är kompisar och människor runt dem också en faktor. För intervjupersonerna 1 och 9 gör människor runt dem att de inte konsumerar hållbara livsmedel. Samtidigt främjar människor runt intervjupersonerna 2, 3, 5 och 8 konsumtionen av hållbara livsmedel vilket därmed även främjar den ekologiska hållbarheten genom att fler konsumerar vegetariska alternativ. I citaten nedan beskriver två intervjupersoner hur en person i deras närhet påverkat dem till att börja äta vegetariskt.

Mm, jag har ju en kompis, [namn], hon har ju försökt asså förespråka. Asså jag har ju fått smaka mycket vegetariskt av henne, har jag. Och sen så har jag bara fått smaka lite och bara “ja men det här var ju gott”. Och då har jag bara så här “aa men då kan kanske jag också börja göra någonting med det”.

[Intervjuperson 8, 2023]

Ja, min sambo äter vegetariskt och det är därför det blir mycket eller jag tror att hon är anledningen till att jag äter vegetariskt annars vet jag inte om jag hade gjort det så eller fått upp ögonen för det i det tillfället iallafall.

[Intervjuperson 3, 2023]

Sammanhanget liknas med Bartels och Onwezens (2014, s. 87) resultat som menar att den sociala miljö konsumenten omringas av är avgörande för vilka matval de gör. Det stämmer överens med Ajzens (1991, s. 188) subjektiva normer i theory of planned behaviour och hur det påverkar konsumentens sociala press att utföra beteendet. Något

som kan anses finnas inom konsumtion av hållbara livsmedel. Det spelar alltså ingen roll om intervjupersonerna konsumerar eller inte konsumerar hållbara livsmedel men den sociala omgivningen som staden och kompisar påverkar i båda fall och kan därmed anses som bakomliggande faktorer.

4.3.1 Nyfikenhet

Den sociala omgivningen har tidigare beskrivits påverka vissa intervjupersoner mot en mer vegetarisk kost och därmed ekologisk hållbarhet. Något som också främjar detta är nyfikenhet. Intervjupersonerna 5 och 8 beskriver det likt nedan.

Jag är ju uppvuxen med att vi kunde få rött kött till middagen inte en gång i veckan men nu är det något mina föräldrar inte alls gör längre så min konsumtion har väl ändrats för jag var nyfiken på vegetariskt.

[Intervjuperson 5, 2023]

Och att jag vet att det är många som, jag skulle inte säga att det eller jo kanske att det har varit lite trendigt. Och att jag då också har blivit lite nyfiken och att jag då på något sätt också har velat testa då.

[Intervjuperson 8, 2023]

Citaten visar att nyfikenheten grundades från olika saker hos intervjupersonerna. För intervjupersonerna 3, 4, 5 och 8 grundades nyfikenheten i nya kontexter. Dessa personer har inte ätit vegetariskt hemma men när de flyttade hemifrån till en ny stad, fick nytt umgänge och egna matrutiner kom en nyfikenhet att testa annat. Den nya livsstilen anses därför vara främjande av vegetarisk konsumtion och stämmer därmed överens med Yadav et al. (2019, s. 8) resultat om att trender och livsstil är anledningar att konsumenter konsumerar hållbara livsmedel. Intervjupersonerna 6 och 10 stämmer istället överens med att de konsumerade hållbara livsmedel på grund av de ansåg vegetariska alternativ som en trend. Sammantaget visar det att livsstil och trender som påverkas av den sociala omgivningen är bakomliggande faktorer till nyfikenhet som motiv till konsumtion och hållbara livsmedel.

4.4 Inkomst

För jag är uppväxt så att det ska gärna vara liksom svenskt kött, närproducerat och ekologiskt, försöker. Men nu har man ju fått välja ett annat och kanske inte liksom ta ekologiska varor för just knapert i plånboken. Så det, jag tycker det är synd att det är så att det ska vara mycket dyrare.

[Intervjuperson 4, 2023]

Alltså grönt och frukt och sånt, mycket mindre för mig själv, märkbart mindre, jobbigt mindre. Jag vill äta mer frukt och grönt men det är så dyrt tycker jag så det har jag inte råd med.

[Intervjuperson 9, 2023]

Likt ovan beskriver två intervjupersoner att deras inkomst är avgörande vid matkonsumtionen och på liknande sätt argumenterar även intervjupersonerna 1, 6, 7 och 8. Intervjupersonerna 2 och 3 har delvis liknande tankar och försöker konsumera mer hållbara alternativ, såvida inte prisskillnaden är för stor. Motiv för att inte konsumera hållbara livsmedel på grund av dyra priser har i tidigare forskning visat vara ett motiv (Yadav et al. 2019, s. 8; Mäkinieni & Vainio 2014, s. 15; Steptoe, Pollard & Wardle 1995, s. 282; Polzin, Lusk & Wahdat 2023, s. 6). Från intervjuerna kan priset även här avläsas vara ett avgörande motiv. Det kan dock tydas att den egna inkomsten är en bakomliggande faktor för att intervjupersonerna inte konsumerar hållbara livsmedel. Det kan stärkas av att intervjuperson 6 beskriver hur allt är dyrt som student och intervjuperson 9 som lyfter att inte mycket pengar finns kvar i slutet av månaden. Intervjuperson 8 förklarar att hon numera konsumerar mer vegetariskt då hon anser att detta är billigare. Att en minskning av köttkonsumtionen har en koppling till kostnadsbesparingar motsäger Tobler, Visschers och Siegrists (2011, s. 680) resultat som menar att det inte finns en koppling däremellan.

Samtliga intervjupersoner påpekar även hur inflationen orsakat höga stigningar i priser på livsmedel vilket gör inkomsten som bakomliggande faktor mer väsentlig att ta hänsyn till eftersom pengarna måste prioriteras. Majoriteten av intervjupersonerna menar att det nu är ännu mer förståeligt att konsumenter inte prioriterar att konsumera hållbara livsmedel till följd av inflationen. Intervjuperson 5 nämner även hur det borde vara mer acceptabelt för studenter att bortprioritera hållbara livsmedel under studietiden till följd av den begränsade

inkomsten. Vilket gör att priset och inkomsten därmed kan ses som, likt Ajzen (1991, s. 181) beskriver, en extern resurs som hindrar beteendekontroll i theory of planned behaviour. Det visar tydligt på hur priset, likt som även Yadav et al. (2019, s. 8) beskrivit som ett avgörande motiv, blir än mer väsentlig idag samt under studietiden. Vidare beskriver en intervjuperson motivet likt nedan.

Vi märkte ju det också ganska tydligt för vi var ju iväg en termin nu i höstas, och det var väl lite då som alla priser började gå upp så när vi kom hem så var det lite att något som kostade 60 kostar ju 80! Och vi bara "Shit, vad dyrt!" liksom. Men, aa, så då blir det ju lite mer nu att man håller lite i pengarna [...].

[Intervjuperson 2, 2023]

Trots dessa aspekter konsumerar ändå intervjupersonerna 5 och 10 samt delvis intervjupersonerna 2 och 3 mycket hållbara livsmedel. För intervjupersonerna 2 och 5 kan det förklaras genom kulturella och sociala bakomliggande faktorer som tidigare diskuterats medan för intervjuperson 3 beror det främst på sociala bakomliggande faktorer. I kontrast till det väljer intervjuperson 10 att prioritera hållbara livsmedel trots de höga priserna på grund av att han jobbar mycket samt bor med föräldrar. Det resulterar i högre inkomster och lägre utgifter jämfört med övriga intervjupersoner, vilket kan ses i tabell 1.

Inkomsten kan också ses som en bakomliggande faktor till konsumtion av hållbara livsmedel av hälsomässiga motiv som klassas inom ekonomisk hållbarhet. Intervjuperson 4 har vuxit upp med hälsosam och bra mat och förklarar nedan.

[...]. Och jag tror ändå att de tankarna har man fått med sig också nu, hur jag försöker också tänka men det är klart att nu kanske man inte väljer att man köper en gurka för 20 spänn, utan man får prioritera men när man har varit hemma eller om man haft mer inkomst så kanske man hade valt de mer hälsosamma valen.

[Intervjuperson 4, 2023]

Detta instämmer intervjupersonerna 1, 6, 8 och 9 med och menar att om de hade haft större inkomst och då konsumerat hållbara livsmedel hade deras egen hälsa varit den största anledning till varför. Därmed stämmer resultatet överens med Mäkinieni och Vainios (2014,

s. 15) resultat som syftar till att priset är en barriär som får konsumenter att inte välja de hållbara alternativen.

4.5 Kunskap

Utöver pris som barriär till att konsumera hållbara livsmedel diskuterar även Mäkiniemi och Vainio (2014, ss. 15, 17) samt Siegrist, Visschers och Hartmann (2015, s. 38) bristen på kunskap som ett motiv att avstå från konsumtion av hållbara livsmedel. Brist på kunskap kan i denna studie ses som en bakomliggande faktor mot konsumtion av hållbara livsmedel. Samtliga tio intervjupersoner är alla aktiva och tränar på olika sätt. De är också alla måna om vad de äter men det är bara fyra av dessa som köper hållbara livsmedel för hälsans skull.

Sen också lite vad jag stoppar i mig för man vet ju generationen våra morfar och farfar dem männen var ju som starkast på 50-talet och nu ser man att de har fertilitet och man har alltid sagt att det är kvinnan som inte kan föröka sig men det är så mycket männen på grund av det dem äter.

[Intervjuperson 5, 2023]

Ovanstående citat stämmer överens med Wie et al. (2022, s. 7) som menar att konsumenter som är mer oroliga över deras hälsa konsumerar hållbara livsmedel vilket intervjuperson 4 vidare beskriver att hon gör då det finns hälsoproblem i släkten. Samtliga fyra personer som konsumerar för hälsans skull stämmer överens med tidigare forskning som Yadav et al. (2019, s. 8) hittat att hälsan är ett motiv för att konsumera hållbara livsmedel.

Tre av dessa fyra personer anses också vara de mest pålästa på ämnet och vet konsekvenserna av att konsumera exempelvis besprutade frukter och grönsaker vilket kan skapa en oro för deras hälsa. Oro för den personliga hälsan menar Amin och Tarun (2022, s. 1 354) är något som påverkar konsumenter att konsumera hållbara livsmedel. Den ökade kunskapen och medvetenheten om mat och dess ursprung berodde inte på Covid-19 som Brata et al. (2022, ss. 10-11) tidigare har hittat. Det berodde istället på egna initiativ som kunskap från dokumentärer och påläsning. Därför kan den bakomliggande faktorn till motivet att konsumera hållbara livsmedel för hälsans skull

vara kunskap. Kunskap främjar den ekonomiska hållbarheten och de hälsomässiga motiven då hållbara livsmedel är bättre för den enskilda konsumentens kropp.

En okunskap hos övriga intervjupersoner samt oviljan att bli pålästa om ämnet kan ses främst hos intervjupersonerna med störst träningsintresse. Intervjuperson 7 beskriver att han innan inte konsumerade vegetariskt för det inte hade fullständigt protein.

Då blev det att jag ofta att jag inte åt vegetariskt för deras protein är inget fullständigt protein med aminosyror och sådant grejer och när jag tränade och var aktiv så ville jag få in proteinet från köttet.

[Intervjuperson 7, 2023]

Samma tankar gällande proteinet uttrycker intervjuperson 1. Detta säger emot Yadav et al. (2019, s. 6) resultat som visar att näringsvärdet var ett motiv till att konsumenter konsumerade hållbara livsmedel. Samtidigt stämmer det överens med Polzin, Lusk och Wahdat (2023, s. 6) vars resultat visar att konsumtion av hållbara livsmedel för näringsvärdets skull hade en låg korrelation till varför konsumenter konsumerar hållbara livsmedel. Författarna skriver också att hållbara livsmedels positiva näringsvärde inte är en anledning till att konsumenter konsumerar det eftersom dess effekter inte ses främja hållbarhet. Intervjupersonernas okunskap om dess positiva näringsvärde och dess miljöeffekter stödjer detta och förklarar varför de väljer att avstå från att konsumera hållbara livsmedel.

Brist på kunskap kan också ses som en bakomliggande faktor till priset. Många intervjupersoner lyfter hur köttet är en dyr produkt. Därmed menar intervjuperson 3, som beskrivet i citatet nedan, hur vegetarisk kost blir billigare alternativ.

[...] köpte jag en fryst kyckling men har inte tillagat den och jag känner att det var tufft att lägga ner den i kundvagnen i mataffären för den var dyr. [...], vegofärsen är ett billigare alternativ men är någonstans bland det dyraste vegetariska man kan ha. En rätt med kikärter, bönor och sådär kan man få upp portioner som är fem kronor liksom. Lagar man något med kött är det dubbla eller trippla per person.

[Intervjuperson 3, 2023]

Citatet visar att hållbara livsmedel inte alltid måste vara dyrare utan likt tidigare beskrivits som hållbara konsumtionsval, kan vara billigare alternativ. Det stämmer överens med resultat från studien av Mäkinemi och Vainio (2014, s. 17) som visar på hur priserna på kött är betydligt högre jämfört med motsvarande alternativ av baljväxter. Det är inte bara intervjuperson 3 som argumenterar på detta vis utan intervjupersonerna 2, 4, 5, 6, 8 och 10 lyfter även detta perspektiv. Majoriteten av dessa intervjupersoner som äter vegetariskt menar att priset på kött jämfört med det vegetariska är tillsammans med sociala bakomliggande faktorer som tidigare presenterats den främsta anledningen till att de började konsumera vegetariska alternativ. Detta visar på att personerna som äter hållbart har en kunskap om priset mellan varorna vilket tyder på att okunskap kan vara en bakomliggande faktor till personerna som anser att alla hållbara livsmedel är dyrt. Likt Mäkinemi och Vainio (2014, s. 17) beskriver som ett missförstånd då konsumenterna inte vet tillräckligt mycket om hållbara livsmedelsalternativ. Sammantaget skapar kunskapen eller okunskapen konsumenten besitter en viss gynnsam eller ogynnsam attityd mot hållbara livsmedel. Något som Ajzen (1991, s. 181) i theory of planned behaviour menar påverkar människors beteende.

4.5.1 Trovärdighet

Flera av intervjupersonerna visar misstro till de hållbara certifieringarna som tidigare presenterats. Av de åtta intervjupersonerna som tar en ställning till uttalandet är det bara hälften av dem som litar på certifieringarna. Intervjuperson 6 litar inte på dem och visar att misstron har en koppling till kunskap som bakomliggande faktor.

[...] vi var på en föreläsning i skolan och någon sån marin-någonting i [storstad i Skåne], och då sa dem ju det här om, om ni hört märket MRC, det fiskmärket, eller så, att det där är ju egentligen bara köpta märken. Så jag vet inte, just när det gäller fisk, så litar jag inte ett dugg på märkena. [...].

[Intervjuperson 6, 2023]

Detta stämmer överens med Siegrist, Visschers och Hartmann (2015, s. 34) och Mäkinemi och Vainios (2014, s. 17) resultat som visar att en misstro har en negativ effekt på konsumtion av hållbara livsmedel. Dock konsumerar intervjuperson 3 hållbara livsmedel även om han misstror certifieringarna efter att ha fått kunskap från en dokumentär. Han menar att eftersom

han konsumerar vegetarisk kost har inte certifieringarna lika stor betydelse utan det främjar ekologisk hållbarhet oavsett. Intervjuperson 3 säger därmed emot resultaten från tidigare nämnda studier om att misstro gör att konsumenter avstår från att konsumera hållbara livsmedel. Det visar att kunskap som bakomliggande faktor gör att konsumenter kan göra aktiva val för att främja ekologisk hållbarhet.

Kunskap visades också vara en bakomliggande faktor till om intervjupersonerna tyckte att de som enskild person kunde göra skillnad för miljön. Intervjupersonerna 1, 4, 6, 7, 9 och 10 kan anses minst pålästa om ämnet och var även de som tyckte att deras konsumtion inte var avgörande för miljön.

[...]. Och sen tänker jag, ibland, jag är liksom en nål i en höstack. Vad lilla jag kan göra asså? Hur mycket påverkan har det för hela samhället? Men om alla tänker så så kommer vi ju gå in i det här, asså och då kommer ju jorden gå under asså.

[Intervjuperson 4, 2023]

Detta är precis vad Amin och Tarum (2022, s. 1355) säger att om konsumenter tycker att de gör en skillnad väljer de lättare hållbara livsmedel. Intervjupersonerna som har en brist på kunskap om certifieringar och hur mycket deras konsumtion påverkar miljön tycker istället att butikerna har en större roll för att skapa en förändring. Intervjupersonerna 1, 4, 6, 7, 8 och 9 tycker också att för att de ska börja konsumera mer hållbara livsmedel ska butikerna göra det lättare att veta vilka livsmedel som är hållbara. Detta styrker Polzin, Lusk och Wahdats (2023, s. 6) resultat som visar att förvirring är en anledning att konsumenter väljer att avstå från att konsumera hållbara livsmedel. Butikerna har då en möjlighet att minska denna förvirring för konsumenter utan kunskap. Butikernas roll för att ge konsumenterna en förståelse för vad som är hållbara livsmedel samt dess fördelar menar Lee och Yun (2015 s. 265) är väsentligt för att fler ska konsumera det.

4.6 Vanor

Jo men en hel del som kaffet jag dricker till exempel köper jag enbart för det är det vi hade hemma och jag har inte testat något annat. Mjölken är också samma,

den tar jag för att det är den jag vuxit upp med samma med smöret. Så absolut en hel del saker och vissa saker inte men en stor del ja.

[Intervjuperson 9, 2023]

Utöver de tidigare diskuterade bakomliggande faktorerna är vanor, som exemplifieras i citatet ovan, ytterligare en faktor som ofta är central vid konsumtionsval. Hos intervjupersonerna 1, 2, 3, 5, 7, 9 och 10 är vanor en avgörande faktor vid konsumtion av livsmedel. Tidigare studier som Mäkinie mi och Vainio (2014, s. 16) belyser att vanor ofta är omedvetna val, vilket tydligt kan synas i citatet ovan. Det visar på väsentligheten av vanor som bakomliggande faktor till varför konsumenter konsumerar eller avstår från konsumtion av hållbara livsmedel. Siegrist, Visschers och Hartmann (2015, s. 34) uppmärksammar även att dessa vanor ofta orsakar att det är svårt att anta konsumtion av hållbara livsmedel. Detta mönster syns hos majoriteten av intervjupersonerna.

Mäkinie mi och Vainio (2014, s. 16) förklarar även vikten av att vanor bör tas hänsyn till vid hållbara livsmedel eftersom det kräver begrundade och avsiktliga konsumtionsbeslut. Det kan synas i citatet nedan där intervjupersonen handlar likt sina föräldrar, utefter vanor, men förklarar hur detta är medvetna val där föräldrarna velat ta ställning genom sin konsumtion.

Mina föräldrar har liksom ändå tyckt att det har varit viktigt vad vi har stoppat i oss och vad man stöttar liksom genom sin konsumtion och så, de har alltid varit ganska medvetna om det också. Och det är klart att det färgar av sig.

[Intervjuperson 2, 2023]

Citatet ovan stärker resultat från Kamenidou, Stavrianea och Bara (2020, s. 16) som menar att matvanor kan vara svåra att ändra eftersom de ofta är kopplat till kulturella och sociala föreställningar. Trots det har några av intervjupersonerna, intervjuperson 4, 6 och 8, brutit dessa vanor. Den främsta anledningen till detta har varit genom en förändring av intervjupersonernas ekonomiska situation till följd av att de flyttat hemifrån och börjat studera. Detta förklarar intervjuperson 4 genom att lyfta hur matvanor suttit inpräglade sedan ung ålder men att konsumtionsvalen med tiden kan komma att förändras till följd av ekonomin samt omvärlden, kopplat till de stigande matpriserna. På liknande sätt har intervjuperson 8 också upplevt det men förklarar även ett annat perspektiv på situationen nedan.

[...] jag vill liksom inte att andra ska styra mina vanor på det viset. [...] “Varför köper jag fortfarande Lindahls kvarg bara för att jag gjorde det hemma hos mamma liksom?” [...] så jag skulle inte vilja säga att jag handlar så traditionenligt längre. Precis i början gjorde jag det men sen så kom jag på att “nä, jag kan faktiskt konsumera exakt vad jag vill nu, för nu bor jag själv och jag kan bestämma över mig själv med mina egna pengar”.

[Intervjuperson 8, 2023]

I citatet lyfter intervjuperson 8 tankar som stämmer överens med många studiers resultat gällande att vanor har en avgörande roll vid konsumtionsval (Mäkinemi & Vainio 2014, s. 16; Siegrist, Visschers & Hartmann 2015, s. 34). Kamenidou, Stavrianea och Baras (2020, s. 16) resultat gällande att matvanor kan vara djupt rotade och svåra att förändra, motsägs dock i citatet ovan. På det sätt intervjupersonen tar ställning mot de tidigare vanorna kan dock liknas med Mäkinemi och Vainios (2014, s. 16) resultat om att valen måste vara medvetna. I detta fall väljer inte intervjupersonen att konsumera hållbara livsmedel till följd av ekonomiska begränsningar men genom medvetenheten om vanebeteendet har hon brutit vanorna och konsumerar det som passar henne bäst. Därmed innebär det att olika vanor kan dels främja men även motverka den ekologiska hållbarheten.

Vanors betydelse kan även tydliggöras utifrån theory of planned behaviour. Intervjuperson 4 förklarar exempelvis hur hon alltid sett hållbara livsmedel som ekologiskt och dyrare livsmedel. Om prisskillnaden förändrats uppger intervjupersonen att hon inte reflekterat över eftersom hon växt upp med antagandet att ekologiska livsmedel är ett dyrare alternativ. För många av intervjupersonerna kan vanor å ena sidan därmed ses som ett hinder för att konsumera hållbara livsmedel. Ett hinder som Ajzen (1991, s. 181) med theory of planned behavior menar påverkar den upplevda beteendekontrollen. Å andra sidan kan den upplevda beteendekontrollen upplevas som en möjlighet för att konsumera hållbara livsmedel, likt intervjuperson 2 tidigare beskrev hur hennes familj lagt grunden för hennes vanor att konsumera hållbara livsmedel.

5. Slutsats och resultat

Likt tidigare presenterats har tidigare forskning identifierat motiv till konsumtion av eller avstånd från konsumtion av hållbara livsmedel (Yadav et al. 2019, s. 8; Siegrist, Visschers & Hartmann 2015, s. 34; Amin & Tarum 2022, ss. 1345, 1355; Mäkinieniemi & Vainio 2014, ss. 15-17). Dessa motiv kan även tydas i denna studie och med de som utgångspunkt har studenters bakomliggande faktorer till eller från konsumtion av hållbara livsmedel kunnat identifieras. Därmed kan studiens syfte och frågeställning besvaras och en ökad förståelse för ämnet erhållas. Med studiens teoretiska referensram theory of planned behaviour kan slutsatsen dras att de bakomliggande faktorerna är.

- Konsumentens syn på hållbara livsmedel
- Familj och kultur
- Den sociala omgivningen
- Inkomst
- Kunskap
- Vanor

Utifrån studien går det därmed att utläsa att konsumenternas uppväxt samt dess sociala liv och umgänge formar till stor del synen på vad de anser vara hållbara livsmedel. Det är sedan tidigare hittat att kulturella och sociala motiv påverkar konsumenter i deras konsumtionsval (Guyader, Ottosson & Parment 2020, s. 52). Utifrån denna studie visas resultat om att detta även gäller vid konsumtion av hållbara livsmedel. Specifikt påverkar det synen på hållbara livsmedel som är avgörande för hur lätt eller svårt konsumenter uppfattar det vara att konsumera hållbart. Tillsammans med vanor kan detta ses påverka på ett omedvetet plan som gör att konsumenter tar en viss ställning till hållbara livsmedel.

Utöver konsumentens syn på hållbara livsmedel och vanor påverkar även bakomliggande faktorer såsom inkomst och kunskap hur lätt eller svårt konsumenter anser det vara att konsumera hållbara livsmedel. Från Kamenidou, Stavrianea och Bara (2020, s. 17) samt Sveriges förenade studentkårers (2020) studier går det att utläsa att studenter är i den generation som anses mest hållbarhetsinriktade men att de samtidigt har en begränsad budget. I denna studie visades därför inkomst och kunskap påverka konsumenterna att konsumera alternativt inte konsumera hållbara livsmedel på ett medvetet plan. Inkomst gör att

konsumenterna behöver göra aktiva val för ekonomin samtidigt som kunskap möjliggör att de kan göra aktiva val för miljön och deras egen hälsa.

Sammantaget främjar de bakomliggande faktorerna de tre hållbarhetsdimensionerna olika mycket. Samtliga bakomliggande faktorer kan främja ekologisk hållbarhet men motverkas av en låg inkomst, lite kunskap och uppväxt utan konsumtion av hållbara livsmedel. Den ekonomiska hållbarheten främjas eller motverkas på samma sätt av inkomst och kunskap. Till sist främjas den sociala hållbarheten av gruppstillhörighet genom hållbara konsumtionsval som påverkas av de bakomliggande faktorerna familj, kultur och det sociala.

Sammanfattningsvis är alla tio intervjupersoner studenter med olika bakgrund, personlighet och intressen, alla saker som påverkar deras konsumtion och lägger grund till de bakomliggande faktorerna som identifierats. Som tidigare presenterats påverkar konsumenters konsumtionsval planeten och något måste förändras för att framtida generationer ska kunna leva på samma sätt som generationerna lever idag. Naturskyddsföreningen (2021b) och Livsmedelsverket (2022) skriver båda att livsmedelskonsumtionen är en stor del av hushållens utsläpp. Det skulle därmed kunna ske en stor förändring för planeten om alla konsumenter förändrat sina konsumtionsval gällande livsmedel. Denna studie visar att det finns bakomliggande faktorer som främjar och motverkar konsumtionsvanor, specifikt konsumtion av hållbara livsmedel. Därför är det väsentligt att förstå dessa bakomliggande faktorernas roll för att komma underfund med dess påverkan, vad som behövs förändras och vad som kan få fler konsumenter att konsumera hållbart för planeten och för framtida generationer.

5.1 Framtida forskning

För framtida forskning lämnar denna studies bidrag ett antal områden att utforska vidare. Denna studie inriktas på södra Sverige och studenter som målgrupp. Fler studier inom Sverige kan genomföras för en bredare förståelse för de bakomliggande faktorerna. Liknande studier kan även ses göras i andra länder eftersom alla har olika matkulturer liksom vad Polzin, Lusk och Wahdat (2023, s. 2) beskrivit. Eftersom denna studies resultat visar att sociala och kulturella kontexter är bakomliggande faktorer kan andra kulturella och sociala kontexten därmed skapa intressanta jämförelser med denna studies resultat. Detta stärker även Amin

och Tarum (2022, s. 1 357) som skriver att framtida forskningar bör fokusera på sociala och kulturella sammanhang och hur de främjar hållbar konsumtion.

Framtida forskningar bör även studera andra urval. Som beskrivit tidigare är studenter inom den mer hållbara generationen. Därför bör andra urval studeras för en bredare förståelse vilka fler bakomliggande faktorer som kan finns. Studenter är dock fortfarande understuderat inom hållbara livsmedel enligt Shin, Kim och Severt (2021, s. 299) och därför bör just denna specifika målgrupp även studeras i andra kontexter och länder.

6. Källförteckning

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour & Human Decision Processes*. 50 (2), ss. 179-211. DOI: 10.1016/0749-5978(91)90020-T

Alvehus, J. (2019). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber

Amin, S. & Tarum, Md.-T. (2022). Boosting ecological food consumption behavior among millennials: role of health consciousness, perceived consumer effectiveness and ethical self-identity. *Management of Environmental Quality: An International Journal*. 33 (6), ss. 1 344-1 361. DOI: 10.1108/MEQ-07-2021-0180

Aungatichart, N., Fukushige, A. & Aryupong, M. (2020). Mediating Role of Consumer Identity between Factors Influencing Purchase Intention and Actual Behavior in Organic Food Consumption in Thailand. *Pakistan Journal of Commerce & Social Science*. 14 (2), ss. 424-449. ISSN: 1997-8553

Axfood (u.å.). *Märkningar och certifieringar*.

<https://www.axfood.se/hallbarhet/maten/markbara-val/markningar-och-certifieringar/>
[2023-03-27]

Bartels, J. & Reinders, M.-J. (2010). Social identification, social representations, and consumer innovativeness in an organic food context: A cross-national comparison. *Food Quality and Preference*. 21 (4), ss. 347-452. DOI: 10.1016/j.foodqual.2009.08.016

Bartels, J. & Onwezen, M.-C. (2014). Consumers' willingness to buy products with environmental and ethnical claims: the roles of social representations and social identity. *International Journal of Consumer Studies*. 38 (1), ss. 82-89. DOI: 10.1111/ijcs.12067

Brata, A.-M., Chereji, A.-I., Brata, V.-D., Morna, A.-A., Tirpe, O.-P., Popa, A., Arion, F.-H., Bansizki, L.-I., Chereji, I., Popa, D. & Muresan, I.-C. (2022). Consumers' Perception towards Organic Products before and after the COVID-19 Pandemic: A Case Study in Bihor County, Romania. *International Journal of Environmental Research & Public Health*. 19 (19), ss. 1-14. DOI: 10.3390/ijerph191912712

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.

Cronin, J.-M., McCarthy, M.-B. & Collins, A.-M. (2014). Covert distinction: how hipsters practice food-based resistance strategies in the production of identity. *Consumption Markets & Culture*. 17 (1), ss. 2–28. DOI: 10.1080/10253866.2012.678785

Finnerman, E. & Holmvall, K. (2015). *En kort inblick i studenternas ekonomi - ECOSTUDENT V*. Universitets- och högskolerådet.

https://www.uhr.se/globalassets/_uhr.se/lika-mojligheter/eurostudent/eurostudentv_studentekonomi.pdf

Globala målen (2022). *Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion*.

<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/>
[2023-03-27]

Globala målen (u.å.). *Om globala målen på lättläst svenska*.

<https://www.globalamalen.se/globala-malen-pa-lattlast-svenska/> [2023-03-27]

Gulliksson, H. & Holmgren, U. (2015). *Hållbar utveckling: Livskvalitet, beteende, teknik*. Lund: Studentlitteratur.

Guyader, H., Ottosson, M. & Parment, A. (2020). *Marketing & Sustainability. Why and how sustainability is changing current marketing practices*. Lund: Studentlitteratur

Hammarén, N. & Johansson, T. (2009). *Identitet*. Malmö: Liber.

Kamboj, K. & Kishor, N. (2022). Influence of Customer Perceived Values on Organic Food Consumption Behaviour: Mediating Role of Green Purchase Intention. *FIIB Business Review*. ss. 1-14. DOI: 10.1177/23197145221125283

Kamenidou, I.-E., Stavrianea, A. & Bara, E.-Z. (2020). Generational differences toward organic food behavior: Insights from five generational cohorts. *Sustainability (Switzerland)*. 12 (6), ss. 1-25. DOI: 10.3390/su12062299

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Naturskyddsföreningen (2021a). *Hållbar konsumtion - För att få planetens resurser att räcka*.

<https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/hallbar-konsumtion-for-att-fa-planetens-resurser-att-racka/> [2023-03-27]

Naturskyddsföreningen (2021b). *Mat, klimat och miljö - så påverkar maten klimatet*.

<https://www.naturskyddsforeningen.se/faktablad/mat-klimat-och-miljo-sa-paverkar-maten-klimatet/> [2023-03-27]

Lee, H.-J. & Yun, Z.-S. (2015). Consumers' perception of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions towards organic food. *Food Quality & Preference*. 39 (9), ss. 259-267. DOI: 10.1016/j.foodqual.2014.06.002

Livsmedelsverket (2022). *Miljö*.

<https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/miljo> [2023-03-27]

Mäkinieniemi, J.-P. & Vainio, A. (2014). Barriers to climate-friendly food choices among young adults in Finland. *Appetite*. 74, ss. 12-19. DOI: 10.1016/j.appet.2013.11.016

Organic Sweden & Ekologiska Lantbrukarna (2023). *Ekologiska årsrapporten 2022: Så utvecklades marknaden för ekologiska livsmedel i Sverige - försäljning, trender och analyser*.

<https://www.ekolantbruk.se/rapporter/ekologiska-arsrapporten-2022>

Polzin, S.-S., Lusk, J.-L. & Wahdat, A.-Z. (2023). Measuring sustainable consumer food purchasing and behavior. *Appetite*. 180, ss. 1-9. DOI: 10.1016/j.appet.2022.106369

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.

SEB (2019). *Svenskar och hållbarhet - Svenska folkets attityder till hållbarhet 2019*.
https://sebgroup.com/siteassets/press_sv/bilagor/ovriga/svenskar-och-hallbarhet.pdf

Shin, Y.-H., Kim, H. & Severt, K. (2021). Predicting college students' intention to purchase local food using the theory of consumption values. *Journal of Foodservice Business Research*. 24 (3), ss. 286-309. DOI: 10.1080/15378020.2020.1848259

Siegrist, M., Visschers, V.-H.M. & Hartmann, C. (2015). Factors influencing changes in sustainability perception of various food behaviors: Results of longitudinal study. *Institute of Environmental Decision*. 46, ss. 33-39. DOI: 10.1016/j.foodqual.2015.07.006

Stenson, S. & Buttriss, J.-L. (2021). Healthier and more sustainable diets: What changes are needed in high-income countries? *Nutrition Bulletin*. 46 (3), ss. 279-309. DOI: 10.1111/nbu.12518

Stepoe, A., Pollard, T.-M. & Wardle, J. (1995). Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: the Food Choice Questionnaire. *Appetite*. 25 (3), ss. 267-284. DOI: 10.1006/appe.1995.0061

Sveriges förenade studentkårer (2020). *Studenters ekonomi - Sedan coronapandemin ut ett längre perspektiv*.
<https://sfs.se/wp-content/uploads/2020/10/SFS-Rapport-studenters-ekonomi-.pdf>

Swedish Scaleup (2020). *Hållbarhet en dealbreaker för de yngre generationerna*.
<https://swedishscaleups.se/inspiration/hallbarhet-en-dealbreaker-for-de-yngre-generationerna/>
[2023-04-03]

Tobler, C., Visschers, V.-H.M. & Siegrist, M. (2011). Eating green. Consumers' willingness to adopt ecological food consumption behaviors. *Appetite*. 57 (3), ss. 674-682. DOI: 10.1016/j.appet.2011.08.010

Wie, S., Liu, F., She, S. & Wu, R. (2022). Values, Motives, and Organic Food Consumption in China: A Moderating Role of Perceived Uncertainty. *Frontiers in Psychology*. 13, ss. 1-11. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.736168

WWF (2023). *Vad ska jag äta?*

<https://www.wwf.se/mat-och-jordbruk/vad-ska-jag-ata/#spara-pengar> [2023-04-04]

Yadav, R., Singh, P.K., Srivastava, A. & Ahmad, A. (2019). Motivators and barriers to sustainable food consumption: Qualitative inquiry about food consumers in a developing nation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 24 (4), ss. 1-10.
DOI: 10.1002/nvsm.1650

7. Bilagor

7.1 Bilaga 1 - Intervjuguide

Inledning

Hej, först och främst vill vi börja med att säga tack men även kul att du vill vara med och delta i att underlätta besvarandet av våra frågeställningar. Vi heter Alva och Frida och vi pluggar Service Management Retail på Lunds Universitet och skriver vårt examensarbete.

Till att börja med så har vi ett papper här som du i slutet av intervjun ska få skriva på för att godkänna att vi har ditt samtycke, men du ska få börja med att läsa igenom den nu, se om du har några frågor och sen så går vi igenom den,

Så, syftet med vår uppsats är att undersöka vad som ligger bakom motiven till att du som konsument konsumerar alternativt inte konsumerar hållbara livsmedel. Din intervju kommer att hjälpa oss att besvara olika frågeställningar. Detta kommer att vara en intervju på en timme ungefär. Intervjun kommer att spelas in på denna diktafonen men direkt vid transkribering kommer du, dina personuppgifter, känslig information och så vidare att anonymiseras och därav kan vi lova dig konfidentialitet i detta arbete. Den enda som kommer veta vem du är, är vi samt vår handledare för möjligheten att säkerställa att du blivit intervjuad.

Detta är helt frivilligt att vara med på skulle där vara något som du inte känner dig bekväm vid så är det bara att säga till, är det någon fråga som du inte skulle vilja svara på så är det helt okej och du får avbryta när som helst om du skulle känna så. Vi vill även lyfta att alla svar, tankar, åsikter, funderingar, reflektioner, idéer och så vidare är okej och helt välkommet i denna intervju! Det finns inga dumma svar, inga svar är rätt eller fel och dina svar är väldigt betydelsefulla för vårt arbete.

Finns det något du skulle vilja lägga till eller berätta innan vi börjar dra igång?

Har vi ditt samtycke?

Bakgrund

- Börja med att berätta om dig själv
 - Vad heter du, hur gammal är du?
 - Vart kommer du ifrån?
 - Vart bor du/bor du med någon annan?
 - Vad jobbar/pluggar du med?
 - Är du engagerad i en nation eller annat utanför studier?
 - Om du vill säga, vad är din ungefärliga månadsinkomst?
 - Hur ser din familj ut?
 - Kompisgäng, hur ofta är du med? Har då många olika kompisgrupper eller en mer satt?

Konsumtion

Allmän konsumtion

- Kan du berätta om hur du ser dig som konsument?
 - Handlar du mycket?
 - Handlar du ofta saker nytt eller begagnat/second hand?
 - Om ex. second-hand - hur länge har du gjort det? Vad är anledningen till att du konsumerar det?
- Hur tror du att andra ser dig som konsument? Tror du deras bild stämmer överens med din självbild?
- Tycker du att konsumtion bidrar till ett större problem i samhället?
- Anser du att din handling påverkar miljön?
- Vad lägger du mest pengar på varje månad?

Matkonsumtion

- Berätta om en standarddag. Vad äter du? frukost, lunch, middag, snacks, fika?
- Hur åt ni hemma i er familj när du var liten?
- Var du ofta med och handlade mat när du var liten?
- Berätta om dina köprutiner gällande mat?
 - Hur ofta handlar du?
 - Handlar du själv?
 - Storhandlar eller småhandlar?

- Har du planerat vad du ska handla innan du kommer till butiken?
- Hur länge går du i butiken - springer snabbt igenom eller strosar rundor?
- Hur mycket pengar lägger du på mat i månaden?
- Hur handlar du livsmedel?
 - Online/butik?
 - Hellofresh
 - Appar som too good to go
- Konsumerar du mycket mat ute?

Hållbar konsumtion

- Hållbara livsmedel - berätta lite vad betyder det för dig?
 - Vad tänker du på när du hör hållbara livsmedel?
 - Vad är dina känslor kopplade till hållbara livsmedel? / Vad tycker du om hållbara livsmedel?
 - Vad du anser är hållbara livsmedel?
- Vad upplever du för skillnad på hållbara livsmedel och icke hållbara?
- Om konsumerar hållbara livsmedel: Vad fick dig att börja konsumera hållbara livsmedel?
- Vilka hållbara märkningar/etiketter känner du till?
- Vad skulle du kunna tänka dig handla hållbart / inte hållbart?
 - Finns det några produktkategorier som du tycker är viktigare att handla hållbart?
 - Kan du nämna något livsmedel du anser är mer hållbart?
- Hur upplever du att andra pratar om ekologiska livsmedel?
- Tycker du det är lätt att hitta hållbara livsmedel där du bor?

Nu när du gått igenom vad du anser är hållbara livsmedel så skulle vi även vilja lägga till några alternativ.

- Märkningar/etiketter, lokalt, svenskt, mindre kött, äta i säsong, ekologiskt...
- [De som inte nämnts] → Vad känner ni kring dessa? Anser ni utgå från några av dessa hållbara konsumtionsval?

→ Vilken är den främsta anledningen till att du konsumerar/inte konsumerar hållbara livsmedel?

Ekologisk hållbarhet

- Anser du att dina matkonsumtion mönster tar skada på miljön?
- Anser du genom att handla hållbart gör du skillnad på miljön?
- Litar du på de certifieringar som finns?
- Anser du dig påläst hur mycket din konsumtion påverkar miljön?

Ekonomisk hållbarhet

- Det pågår mycket i världen just nu. Har inflationen/kriget/covid-19/elpriserna påverkat dig hur du konsumerar?
 - Har det fått dig att börja/sluta konsumera hållbara livsmedel?
- Har din konsumtion förändrats för att du blivit student och inte har lika mycket pengar?
- Hur stor prisskillnad anser du att det är mellan hållbara livsmedel och "vanliga" livsmedel?
- Är priset en avgörande faktor till att du väljer att konsumera hållbara livsmedel, vice versa?

Hälsa

- Skulle du vilja påstå att du äter en hälsosam kost?
- Konsumerar du hållbart för det anses bättre att stoppa i sig än besprutad mat?
- Tar du hand om din kropp utöver maten du stoppar i dig? Tränar?

Social hållbarhet

Sociala

- Konsumerar människor runt dig hållbart? Exempelvis kompisar, familj, kollegor?
- Om du bor tillsammans med någon konsumerar den hållbart?
- Handlar du ofta livsmedel tillsammans med kompisar?
- Om du handlar tillsammans med kompisar och du vill konsumera hållbara livsmedel men dina kompisar inte vill det, hur ställer du dig till det?

- Du som köttätare/allätare: Om du och dina kompisar ska ha tacokväll och en är vegetarian. Hade du kunnat tänka dig byta ut kött mot ett vegetariskt alternativ?
- Du som vegetarian: Om din kompis inte vill äta vegetariskt, hur ställer du dig till detta?
- Följer du personer på sociala medier som förespråkar att handla hållbart?
 - Påverkar detta dig något?
- Konsumerar du hållbart för att det just nu kan anses trendigt?
 - Tycker du att hållbar konsumtion är trendigt?

Kulturella

- Hur såg ni på mat hemma när du växte upp?
 - Åt ni hållbart hemma?
- Följde du med och handlade mat när du växte upp?
- I den kulturen du växte upp i finns det några speciella mattraditioner som du fortfarande anser dig hålla kvar i?

Hedonistiskt

- Tycker du att det är roligt att handla mat?
- Gillar du att laga mat/intresserad av matlagning?
- Brukar du laga olika saker, testa nytt, eller är du bekväm i det du brukar äta.

Etiska

- Bryr du dig om bönderna/gårdarna som producerar hållbara livsmedel?
- Tänker du någonting på djuren när du väljer vad för livsmedel du konsumerar?

Annat

- Anser du att du har tillräckligt med kunskap för att handla hållbart?
- Om du handlar mjölk, vilken väljer du? Vanor
 - Vad tror du detta beror på? Vanor, sociala, kulturella
- Är du en vaneperson? Trivs så som det alltid varit eller tycker du om när det händer saker? Förändringar?

Avslutning

Handla hållbart/inte hållbart

- Vad tror du själv är den bakomliggande anledningen till att du handlar/inte handlar hållbart?
- Vad måste förändras för att du ska handla hållbart?
- Anser du att det är någon annan som har ansvaret för hållbarhet än bara konsumenter?

Avslut

- Har du något du vill lägga till?
- Har du några frågor om detta?

Tack så mycket för att du ställde upp på denna intervju, tycker du allt känns okej?

Är det fortfarande okej att vi använder detta materialet i vårt examensarbete?

Perfekt, då ska du också bara få skriva på pappret här för att visa att vi har ditt samtycke.

→ Följdfrågor

- Uppföljningsfrågor (Utveckla! Hur kommer det sig?)
- Sonderande frågor (Kan du säga mer om...)
- Preciserande frågor (Hur gjorde du då?)
- Strukturerade frågor (Nu skulle jag vilja byta ämne...)
- Tolka frågor (Menade du såhär?)
- Tystnad (Ger IP möjlighet att tänka efter – gör att de fördjupar det som sagts)