

Hållbarhetsstrategier inom den europeiska modeindustrin

– Jämförande studie mellan snabb- och lyxmodesektorerna i Europa

Examensarbete - Kandidatprogram Textilt Management inriktning mode och handel
VT24

Josefine Danell
Josefine Ericsson
Maria Gajewska

2024.13.05



HÖGSKOLAN
I BORÅS

Förord

Denna uppsats är ett avslut på tre års studier som studenter på kandidatprogrammet Textilt Management inriktning mode och handel vid Textilhögskolan i Borås. Det har varit en oerhört lärorik tid att studera de europeiska snabb- och lyxmodeindustrierna utifrån ett hållbarhetsperspektiv, vilket vi tar med oss vidare till arbetslivet.

Vi vill först och främst rikta många tack till vår handledare Emelie Hultberg som under arbetets gång bistått med ovärderliga synpunkter och feedback som har hjälpt oss att utveckla studien i rätt riktning. Vi vill även tacka Textilhögskolan för tre lärorika år. Slutligen vill vi tacka varandra för ett bra samarbete.

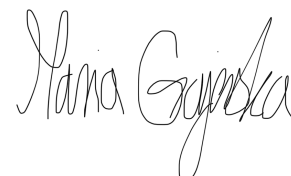
Borås, 23 Maj 2024



Josefine Danell



Josefine Ericsson



Maria Gajewska

Svensk titel: Hållbarhetsstrategier inom den europeiska modeindustrin - Jämförande studie mellan snabb- och lyxmodesektorerna i Europa

Engelsk titel: Sustainability strategies in the European fashion industry - Comparative study between the fast and luxury fashion sectors in Europe

Utgivningsår: 2024

Författare: Josefine Ericsson, Josefine Danell & Maria Gajewska

Handledare: Emelie Hultberg

Abstract

The fashion industry is a significant part of people's daily lives and self-expression, but it also has a substantial impact on the environment and resources. Fast fashion and luxury fashion have different business models and affect the environment in various ways. Fast fashion is known for high volumes, low costs, and short production cycles, which increase its environmental footprint. On the other hand, luxury fashion emphasises exclusivity, quality, and status, but it also has environmental consequences. The purpose of this study is to identify the sustainability strategies of the fast fashion and luxury fashion sectors and compare the similarities and differences between their approaches. This was addressed through a review of sustainability reports from four groups and one company in each sector. An enhanced version of Seuring and Müller's (2008) Sustainable Supply Chain Management (SSCM) framework, connected to the UN's Sustainable Development Goals (SDGs), constituted the study's theoretical perspective. SSCM provides a structure for identifying sustainability strategies that address climate-related challenges, while the UN's goals set a common agenda for environmental sustainability. The results show several sustainability strategies as well as similarities and differences between the approaches. The discussion presents and contrasts these strategies. The conclusion is that both the fast fashion and luxury fashion sectors implement several sustainability strategies, but prioritise them differently due to their distinct business models. The study contributes to an understanding of the European fashion industry's sustainability efforts and the strategies and priorities undertaken by each sector. Since this study is limited to environmental sustainability, further research should investigate the social and economic dimensions to broaden the understanding of the sectors' sustainability efforts.

Keywords: Fast fashion, Luxury fashion, Environmental sustainability, Sustainability strategies, SSCM, Fashion industry, Europe, Similarities, Differences.

Sammanfattning

Modeindustrin är en betydande del av människors vardag och självuttryck, men den har också en stor inverkan på miljön och naturresurser. Snabbmode och lyxmode har olika affärsmodeller och påverkar miljön på olika sätt. Snabbmode är känt för att ha höga volymer, låga kostnader och korta produktionscykler, vilket ökar dess miljöavtryck. Å andra sidan betonar lyxmode exklusivitet, kvalitet och status, men även det har miljökonsekvenser. Syftet med studien är därmed att identifiera snabb- och lyxmodesektorernas hållbarhetsstrategier och jämföra likheter och skillnader mellan arbetssätten. Detta besvarades genom en granskning av hållbarhetsrapporter från fyra koncerner och ett företag i respektive sektor. En utvecklad version av Seuring och Müllers (2008) Sustainable Supply Chain Management (SSCM)-ramverk kopplad till FNs globala mål för hållbar utveckling utgjorde studiens teoretiska perspektiv. SSCM erbjuder en struktur för att identifiera hållbarhetsstrategier som riktas mot klimatrelaterade utmaningar, medan FN:s mål sätter en gemensam agenda för miljömässig hållbarhet. Resultatet visar flera hållbarhetsstrategier samt likheter och skillnader mellan arbetssätten. Diskussionen presenterar och ställer dessa mot varandra. Slutsatsen är att både snabb- och lyxmodesektorerna implementerar flera hållbarhetsstrategier, men prioriterar dem olika i följd av sina åtskilda affärsmodeller. Studien bidrar med en förståelse för den europeiska modeindustrins hållbarhetsarbete och vilka strategier och prioriteringar respektive sektor åtar. Eftersom denna studie är avgränsad till miljömässig hållbarhet, bör vidare forskning undersöka de sociala och ekonomiska dimensionerna för att bredda förståelsen för sektorernas hållbarhetsarbete.

Nyckelord: Snabbmode, Lyxmode, Miljömässig hållbarhet, Hållbarhetsstrategier, SSCM, Modebranschen, Europa, Likheter, Skillnader.

Begreppslista

Supply Chain Management: Handlar om hantering av materialflödet genom ett företag.

Sustainable Supply Chain Management: Implementering av social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet i hantering av materialflödet.

Värdekedja: En uppsättning aktiviteter som leder till en värdefull produkt.

Mode: Mode avser kläder, skor och accessoarer.

Lyx: Handlar traditionellt sätt om hög kvalitet, långvarighet och betydande värde (Hennigs, Wiedmann, Klarrmann & Behrens 2013).

Snabbmodesegmentet: Avser koncerner och företag inom snabbmodesektorn.

Lyxmodesegmentet: Avser koncerner och företag inom lyxmodesektorn.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	9
1.1 Bakgrund.....	9
1.2 Problemdiskussion.....	10
1.3 Syfte.....	12
1.4 Frågeställningar.....	13
1.5 Avgränsningar.....	13
1.6 Disposition.....	14
2. Teoretisk utgångspunkt.....	15
2.1 Hållbarhetsstrategier.....	15
2.2 Seuring och Müllers SSCM-ramverk.....	15
2.2.1 Utlösare som uppmanar till att anamma SSCM-praxis.....	16
2.2.2 Leverantörsutvärdering för risk och prestanda.....	16
2.2.3 Supply Chain Management för hållbara produkter.....	17
2.2.4 Motivering för val av SSCM-ramverket.....	17
2.3 Förenta Nationerna.....	19
2.3.1 FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling.....	19
2.3.2 Motivering för val av FN:s globala mål för hållbar utveckling.....	21
2.4 Koppling mellan SSCM-ramverket & FN:s globala mål för hållbar utveckling.....	22
3. Metod.....	23
3.1 Forskningsmetod och design.....	23
3.2 Forskningsansats.....	23
3.3 Urval.....	24
3.3.1 Tabell 2 - Lyxmodesektorn.....	26
3.3.2 Tabell 3 - Snabbmodesektorn.....	26
3.4 Datainsamlingsmetod.....	27
3.5 Tillvägagångssätt vid analys av material.....	27
3.5.1 Utdrag ur kodningsschema.....	28
3.6 Studiens kvalitet.....	28
3.6.1 Validitet och reliabilitet.....	28
3.6.2 Reflektion kring vald metod.....	29
3.7 Etiska överväganden.....	30
4. Resultat och analys.....	31
4.1 Riskhantering.....	32
4.1.1 Snabbmode.....	32
4.1.2 Lyxmode.....	34
4.2 Förbättra prestanda.....	35
4.2.1 Snabbmode.....	35
4.2.2 Lyxmode.....	37
4.3 Tillverkningsprocess.....	38
4.3.1 Snabbmode.....	38
4.3.2 Lyxmode.....	40
4.4 Material.....	41

4.4.1 Snabbmode.....	42
4.4.2 Lyxmode.....	43
5. Diskussion.....	47
5.1 Likheter och skillnader i förhållande till tidigare forskning.....	47
6. Slutsats.....	51
6.1 Begränsningar och förslag för framtida forskning.....	51
7. Referenslista.....	53

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Modeindustrin har blivit en central del av människans vardag och självuttryck med dess unika förmåga att påverka trender, kultur och konsumtionsbeteenden. Genom att skapa och kommunicera estetiska och identitetsbärande produkter kombinerar den innovation, affärsstrategi och kreativitet (Lo & Ha-Brookshire 2018). Däremot är modeindustrin också rankad som den tredje största tillverkningsindustrin efter fordons- och teknikindustrierna (Zhang, Zhang & Zhou 2021) och den näst mest förorenande efter oljeindustrin (Papasolomou, Melanthiou & Tsamouridis 2023). Den har en avsevärt hög påverkan på jordens klimatavtryck genom den enorma koldioxidutsläpphalten som globalt sett står för 10% av den totala mängden koldioxidutsläpp. Dessutom är det beräknat att modeindustrin kommer att släppa ut närmare 2,8 miljarder ton växthusgasutsläpp fram till 2030 (Li, Zhou, Zhao, Guan & Yang 2024). Hållbarhet präglar vardagliga beslut på olika sätt då samhället ständigt påminns om dess avtryck på jordens resurser. Med tanke på modeindustrins påtagliga hållbarhetspåverkan finns ett behov för en hållbar omvandling, vilket har uppmärksammats på grund av den rådande klimatkrisen (Thorisdottir, Johannsdottir, Rahbek Gjerdrum Pedersen & Niinimäki, 2024). Tidigare forskning belyser att det sker ett skift i modeindustrin mot att implementera hållbarhetsarbete för att främja hållbar utveckling (Di Leo, Sfodera, Cucari, Mattia & Dezi 2023). Ett avsevärt initiativ mot en hållbar framtid är de 17 globala målen för hållbar utveckling som Förenta Nationerna (FN) har utfärdat. Dessa förväntas vara uppnådda fram till år 2030 i linje med Agenda 2030 (Globala målen A, u.å.), vilket betyder att även modeindustrin behöver förhålla sig till specifika riktlinjer.

Modeindustrin är uppdelad i olika sektorer; snabbmode och lyxmode. Snabbmodesektorns affärsmodell erbjuder trendbaserade plagg utifrån en försörjningskedja med snabb respons och överkomliga priser (Li et al. 2024), där hög volym, låga kostnader och korta produktionscykler är i centrum. Industrin har expanderat i en rasande takt sedan 1980-talet, det började med att små butiker öppnades i Europa och sedan vidareutvecklades i USA (Li et al. 2024). Idag är fiberproduktionen och plaggtillverkningen flyttad till Kina och andra länder i Asien för att hålla ner kostnaderna och öka omsättningen (Li et al. 2024). Detta har lett till att snabbmodeindustrin ökar vatten- och energiförbrukningen samt växthusgasutsläppen i alla leden inom den textila värdekedjan (Niinimäki et al. 2020; Li et al. 2024). Under 2018 bestod snabbmodeindustrin för hälften av modeindustrins totala mängden växthusgasutsläpp på 2,1

miljarder ton (Wren 2022). Lyxmodeindustrin har andra förutsättningar och krav än snabbmode, dess affärsmodell fokuserar på exklusivitet, kvalitet, hantverk och lyxiga upplevelser. Utöver detta erbjuder lyxvarumärken en symbolisk värdegrund som förknippas med status, prestige och sällsynthet (Lo & Ha-Brookshire 2018). Det finns ingen universell definition av lyx, utan konsumentens uppfattning av ett varumärke är avgörande för om det är ett lyxvarumärke (Ko, Costello & Taylor 2019). Därav är tidigare forskning om lyxmode mestadels konsumentinriktad och fokuserar på konsumentupplevelser av branschen.

Under de senaste årtiondena har det uppstått en omfattande debatt kring snabbmodes påverkan på miljön och jordens resurser (Xiaopei Wu & Li 2020; Ellen MacArthur Foundation 2017; Peters, Li, & Lenzen 2021). Denna debatt har också fått ökad uppmärksamhet både inom akademiska och industriella kretsar (Lion, Macchion, Danese & Vinelli 2016). Det ökade intresset kan härledas till den betydande ökning av konsumtion som snabbmode har drivit (Bartl & Ipsmiller 2023), vilket har väckt oro för de oundvikliga konsekvenserna av bristande hållbarhet som följer. Som ett resultat av detta ställs det höga krav på snabbmodeföretag att införa cirkulära affärsstrategier och omvandlas till mer hållbara verksamheter för att passa in i en framtida cirkulär ekonomi.

Lyxmodeindustrin har inte blivit lika noggrant granskad när det gäller dess påverkan på miljön som snabbmodeindustrin (Karaosman, Perry, Brun & Morales-Alonso 2020) och är underrepresenterad inom den akademiska litteraturen (Fionda & Moore 2009). Den ökande populariteten för lyxmode, med en ekonomisk vinstökning på 36 procent år 2023 (Business of Fashion & McKinsey 2024), medför därmed ett ökat ansvarstagande när det gäller miljöpåverkan. Traditionellt förknippas lyxmode inte med hållbarhet i samma utsträckning som snabbmodeindustrin, med tanke på industrins bevarande fokus på unika och sällsynta material som ska spegla en drömvärld för konsumenten (Karaosman et al. 2020).

1.2 Problemdiskussion

Tidigare forskning inom snabbmode fokuserar på de negativa miljömässiga konsekvenserna som denna sektor bedriver och visar att industrin är ohållbar och har en hög miljöpåverkan på grund av ohållbara tillvägagångssätt i produktion (Li et al. 2024; Peters, Li & Lenzen 2021; Wren 2022). Vidare forskning tyder även på att medvetenheten kring snabbmodes negativa miljöpåverkan har ökat på senare år, vilket har lett till att snabbmodeföretag har börjat implementera olika strategier i syfte att minska dess miljöpåverkan (Peters, Li, Lenzen 2021).

Brewer (2019) hävdar däremot att för att eliminera den negativa miljöpåverkan som snabbmodesektorn bidrar till, krävs mer konkret lagstiftning eftersom den för tillfället är otillräcklig och innehåller begränsningar i hur den kan påverka företagens beteende.

Tidigare forskning inom lyxmodeindustrin kopplat till hållbarhetsstrategier är däremot motsägelsefull. Studien av Kaur, Choudhary & Tyagi (2024) påstår att det finns anklagelser riktade mot lyxmodeindustrin kopplade till cirkulär ekonomi, på grund av bristande användning av återvunnet och återanvändbart material. Två studier tyder också på att hållbarhet upplevs som en sekundär prioritet hos lyxmodeföretag på grund av konsumentens preferenser att behålla samma kvalitet och sällsynthet, trots att de är miljömedvetna och är villiga att handla mer hållbart (Achabou & Dekhili 2013; Chang, Taecharungroj & Kapasuwana 2022). Dekhili, Achabou & Alharbi (2019) lyfter poängen att trots att mer hållbara material har samma kvalitet som de ursprungliga, har de en negativ inverkan på den upplevda kvaliteten av lyxprodukter för konsumenten. Anledningen till detta är att det finns en latent förväntan hos konsumenten att lyxvarumärken automatiskt främjar hållbara strategier i verksamheten (Lo & Ha-Brookshire 2018) för att de anser att högre kvalitetsmaterial bör garantera hållbarhet och en lång livslängd (Catry 2003; Beckham & Voyer 2014). Konsumentens efterfrågan har därför en påverkan på vilka hållbarhetsstrategier lyxvarumärken väljer att anta, samtidigt som lyxmodeföretagen också vill bevara exklusiviteten och status och därför inte prioriterar hållbarhetsstrategier. Ett exempel på detta framgår i Lee Park, Fracarolli Nunes och Paivas (2021) studie som visar att lyxvarumärken bränner osålda produkter i perfekt skick, istället för att sälja de till ett billigare pris, i syfte att inte attrahera och inbjuda andra kundgrupper än de ursprungliga.

Andra studier tyder däremot på att lyxmodeindustrin anammar miljömässig hållbarhet som en värdegrund för vad lyx innebär, då det sker ett skifte i lyxmodeindustrin (Hennigs, N., Wiedmann, K., Klarmann, C., & Behrens, S. 2013). Studien av Jacqueline, Hussain & McColl (2020) påstår också att lyxmode och hållbarhetsstrategier är kompatibla, där hållbarhetsutmaningar inom lyxmodesektorn utifrån ett Triple Bottom Line (TBL)-perspektiv lyfts fram. Dessutom hävdar Aggarwal, Singh & Misra (2024) att det finns bevisade samband mellan lyxvarumärken och hållbarhet. Exempelvis tar studien upp att Yves Saint Laurent växer på den indiska marknaden när det kommer till hållbara lyxprodukter (Aggarwal et al., 2024). Ytterligare visar studien av Di Leo et al. (2023), som granskar globala lyxvarumärkens hållbarhetsrapporter, att lyxvarumärken har ett tydligt fokus på hållbarhetsfrågor även om det

finns en anmärkningsvärd fragmentering i dess tillvägagångssätt. Mok, Yu och Zihayat (2022) identifierar också att lyxvarumärken har utvecklade hållbarhetsstrategier, men hävdar att det saknas forskning om hur de kommunicerar deras hållbarhetsåtaganden och hur de uppnår hållbarhet.

Dessutom finns det studier som tyder på att lyxmodeindustrin inte granskas tillräckligt gällande hållbarhetsstrategier (Karaosman, et al. 2020). I en studie av Kaur, Choudhary och Tyagi (2024) förklaras termen hållbart lyxmode (SLF), som har uppkommit för att föra samman kläder och beteenden som har en mindre påverkan på människor och planeten. Kaur, Choudhary och Tyagi (2024) hävdar att praktiska åtaganden för SLF har utvecklats snabbt, men att det finns bristande akademisk litteratur som definierar och konceptualiserar hållbart lyxmode. Di Leo et al. (2023) påstår dessutom att det finns brist inom litteraturen när det kommer till lyxmodebranschens antagande av olika hållbara rapporterings- och kommunikationsmetoder, som utgör en förståelse för de externa intressenterna gällande lyxmodeföretags engagemang för implementering av hållbarhetsstrategier.

I den tidigare forskningen framgår det att snabbmodeindustrin är ohållbar, medan det finns en betydande tvetydighet kring lyxmodeindustrins hållbarhetsstrategier och dess faktiska miljöpåverkan. Vi identifierar detta som en central kunskapslucka och har för avsikt att utforska och förstå denna komplexitet på ett mer djupgående sätt. För att stärka argumentationen och belysa vårt bidrag till forskningsområdet, fokuserar studien därmed på att identifiera vilka hållbarhetsstrategier som snabb- och lyxmodeindustrierna påstår att de anammar för att sedan jämföra dem. En jämförande studie mellan dessa sektorer är relevant för att reda ut tvetydigheten inom lyxmodesektorn genom att konkret se likheter och skillnader mellan sektorerna. Genom att rikta fokus mot de brister och motsägelser som tidigare forskning har identifierat, strävar vi efter att ge en mer nyanserad och holistisk bild av hur hållbarhetsfrågor integreras både inom snabb- och lyxmodeindustrin. Vi ser därför att detta motiverar behovet av ytterligare forskning inom området av snabb- och lyxmodeindustrins hållbarhetsstrategier.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att, på grund av tvetydigheten kring lyxmode, jämföra europeiska snabb- och lyxmodesektorernas hållbarhetsstrategier för att reda ut om det finns skillnader och likheter mellan arbetssätten.

Studien ämnar att bidra till att öka förståelsen för hur den europeiska modeindustrin arbetar med miljömässiga hållbarhetsstrategier.

1.4 Frågeställningar

RQ1: Vilka strategier använder de europeiska snabb- och lyxmodesektorerna för att agera miljömässigt hållbart?

RQ2: Vilka likheter och skillnader finns det mellan europeiska snabb- och lyxmodeindustriernas miljömässiga hållbarhetsstrategier inom SCM?

1.5 Avgränsningar

Studien avgränsas till att studera snabb- och lyxmodesektorernas europeiska koncerner och företag som fokuserar på de åtgärder som har vidtagits och för närvarande vidtas i enlighet med offentligt publicerade hållbarhetsrapporter. En jämförelse mellan snabb- och lyxmodeskoncerners hållbarhetsstrategier möjliggör klargöringen av den motsägelsefulla forskningen kring lyxmodeindustrins hållbarhetsarbete, samtidigt som den fastställer vilka åtgärder snabbmodesektorn åtar för att bli mer hållbara. Studien inkluderar däremot inte leverantörers synpunkter och åsikter kring ämnet, utan datamaterial baseras enbart på vad koncernerna och företagen påstår.

För att utvärdera detta kommer studien att använda Sustainable Supply Chain Management (SSCM)-ramverket, utvecklat av Seuring och Müller (2008), som teoretisk utgångspunkt. Ramverket fungerar som en vägledning under datainsamlingen och medför avgränsningar kring studiens fokus gällande snabb- och lyxmodesektorernas hållbarhetsstrategier. Detta ramverk har utvecklats med hjälp av FNs globala mål för hållbar utveckling i syfte att lättare kunna utgöra vilken information som är relevant i hållbarhetsrapporterna. De globala målen fungerar därför som en referenspunkt.

Vidare avgränsas studien till att analysera miljömässig hållbarhet eftersom modeindustrins miljöpåverkan är en huvudsaklig anledning till att industrin behöver implementera hållbarhetsstrategier för att bekämpa den rådande klimatkrisen och främja hållbar utveckling (Thorisdottir, T. S., Johannsdottir, L., Rahbek Gjerdrum Pedersen, E., & Niinimäki, K 2024).

1.6 Disposition

Uppsatsen är indelad i 7 kapitel. Mot det inledande kapitlet, introduceras studiens teoretiska ramverk och dess tillämplighet i nästkommande kapitel. Däribland presenteras Seuring och Müllers SSCM-ramverk och FN:s globala mål för hållbar utveckling. Här beskrivs dessutom väsentliga begrepp. Kapitlet följs av metodkapitlet som förklarar studiens forskningsmetod, undersökningsdesign, datainsamlingsmetod, urval samt studiens kvalitet. Avsnittet redogör avslutningsvis för etiska överväganden. Fortsättningsvis inleds empirikapitlet med en sammanställning av det empiriska datamaterialet, det vill säga offentliga hållbarhetsrapporter från europeiska snabb- och lyxmodekoncerner och företag. Sedan analyseras den insamlade datan genom en tematisk analys med hjälp av det teoretiska perspektivet. Därefter följs diskussionskapitlet, där resultatet diskuteras. Slutligen presenteras studiens slutsats, där även förslag på framtida forskning ges.

2. Teoretisk utgångspunkt

2.1 Hållbarhetsstrategier

Hållbar utveckling omfattar hela samhället, från privatpersoner till multinationella företag vars ansvar är avgörande för framtida generationers tillgång till naturresurser (Eccles & Krzus 2010). För att åstadkomma hållbar utveckling i samhället behöver verksamheter och organisationer förhålla sig till begränsningar av den enorma mängden använda resurser-sociala, ekonomiska och naturliga som produktionen kräver (Eccles & Krzus 2010). Dessa begränsningar utformas med hjälp av hållbarhetsstrategier vars funktion är att vägleda företag mot en mer långsiktig hållbarhet i värdekedjan samt att skapa värde för företags interna och externa intressenter (Eccles & Krzus 2010). Hållbarhetsstrategier bidrar också till en mer effektiv resursanvändning i värdekedjan, vilket är nödvändigt med hänsyn till den klimatkris som råder (Niinimäki et al. 2020). Genom att utforma strategier som integrerar sociala, miljömässiga och ekonomiska faktorer, skapar företag tydliga riktlinjer för hur dess hållbarhetsarbete ska genomföras. Dessutom skapar de även konkurrensfördelar på marknaden eftersom en stor andel konsumenter påverkas av miljömedvetenhet i sitt beslutfattande (Tsai & Liao 2017). Genom att främja ett långsiktigt tänkande kring aspekter som miljö, samhälle och ekonomi, leder företagen industrin mot en mer hållbar riktning (Eccles & Krzus 2010).

I studien avser hållbarhetsstrategier de aktiviteter som kan kopplas till en specifik miljöaspekt och som visar vilket tillvägagångssätt som används, exempelvis inom vattenförbrukning, energianvändning eller koldioxidutsläpp.

2.2 Seuring och Müllers SSCM-ramverk

SSCM förklarar tillämpning av social, ekonomisk och miljömässig hållbarhetsintegration i värdekedjan (Roy, Schoenherr & Charan 2018). Stefan Seuring och Martin Müller (2008) har utvecklat ett ramverk för SSCM. Det konceptualiseras och kännetecknas av tre huvudkomponenter: 1) utlösare som uppmanar företag att anamma SSCM-praxis, 2) leverantörsutvärdering för risk och prestanda samt 3) Supply Chain Management för hållbara produkter.

2.2.1 Utlösare som uppmanar till att anamma SSCM-praxis

Strategin för utlösare handlar om att identifiera olika påtryckningar och incitament som driver hållbarhet i värdekedjan. Konsumentens krav samt statliga- och icke-statliga organisationers regleringar och påverkan är särskilt framträdande och bidragande faktorer till att företag känner press över att agera mer hållbart. Konsumenten är den som slutligen accepterar företags produkter och tjänster, varpå det motiverar driften av värdekedjan. Staten har en övre makt, som kontrollerar företag genom lagstiftning. Företag för över denna press på sina leverantörer, vilket Seuring och Müller (2008) menar är ett utmärkande drag för SSCM.

2.2.2 Leverantörsutvärdering för risk och prestanda

Denna strategi diskuterar interna faktorer som påverkar hållbarhetsinsatser i värdekedjan. Tre förekommande hinder identifieras: ökade kostnader, koordinationskomplexitet och bristande kommunikation. Företagsövergripande kommunikation och användning av ledningssystem som ISO 14001 tas upp som exempel på åtgärder. Leverantörsutvärderingssystem integrerar miljömässiga och sociala kriterier för att hantera dessa hinder och förbättra leveranskedjans prestanda. Standarder och revisioner spelar en viktig roll i att säkerställa leverantörernas överensstämmelse med hållbarhetskrav (Seuring & Müller 2008). Målet är alltså att förbättra leverantörers övergripande prestanda samt att undvika risker som kan uppstå i leverantörskedjan (Turker & Altuntas 2014).

- Supplier Assessment Plan

För att säkerställa att leverantörskedjan uppfyller hållbarhetskriterier och standarder är det av hög vikt att utvärdera och bedöma leverantörers prestanda. Supplier Assessment Plan (SAP) är alltså en central del inom ovan strategi (Seuring & Müller 2008). En mer proaktiv åtgärd som författarna menar bör antas inom leverantörsutvärdering är att utbilda personal som är involverad i leverantörskedjan i syfte att öka deras kompetens och kunskap om hållbarhetskriterier (Seuring & Müller 2008).

Leverantörsutvärdering består av kritiska frågor som ska möjliggöra utveckling för en strategisk och konkurrenskraftig position i leverantörskedjan. Detta är en betydande aspekt för att integrera en hållbar försörjningskedja. De framgångsrika resultaten inom de traditionella ekonomiska måtten är lika viktiga att åstadkomma som de miljömässiga och sociala (Dai & Blackhurst 2011). Å andra sidan, hävdar Dai och Blackhurst (2011) också att lägga till hållbarhetsaspekter kan ge en ökad komplexitet inom leverantörsutvärderingsprocessen. I förhållande till modeindustrins uppmärksammade stora

miljöpåverkan, är det däremot av omfattande vikt att modeföretag implementerar leverantörsutvärdering för dess miljömässiga hållbarhetsprestanda.

2.2.3 Supply Chain Management för hållbara produkter

“Supply Chain Management för hållbara produkter” framför strategin för att hantera hållbara produkters prestanda. Hållbara produkter innebär produkter med förbättrad miljö- och social kvalitet. Livscykelbedömning (LCA) är den vanligaste metoden att använda för att specificera produktrelaterade krav. Företag är ansvariga för att redogöra detta och begära det från leverantörer. Därav har säkerställandet av produktens kvalitet och prestanda samt relationerna och samarbetet med alla leverantörer en stor betydelse, eftersom hela försörjningskedjan från råvara till slutkund ska integreras. Detta kräver omfattande investeringar och utbildningar av leverantörer för att de ska förstå de bakomliggande orsakerna till förbättringarna (Seuring & Müller 2008).

- Product Life Cycle Assessment

LCA är ett ‘cradle-to-grave’-analysverktyg som beskriver en produkts livscykel från råmaterial till bortskaffande av en produkt, tjänst eller service. Dess funktion är att utvärdera den miljömässiga påverkan mellan produkter i hela värdekedjan och ge förslag på förbättringar för att främja hållbar utveckling (Black, Borrion & Mwabonje 2021; Curran 2015). Den visar hur livscykelkonceptet är en avgörande faktor för miljömässig hållbarhet och kan kopplas till ansvarsfullt beslutsfattande (Curran 2015) i form av strategiskt tänkande och planerande (Black, Borrion & Mwabonje 2021). LCA grundas bland annat på ISO 14044-standarden, som består av fyra steg; (1) målets definition och omfattning, (2) livscykelinventering (LCI), (3) livscykelns konsekvensbedömning (LCIA) och (4) normalisering och tolkning (Lathuillière et al. 2021).

2.2.4 Motivering för val av SSCM-ramverket

Turker och Altuntas (2014) menar också att LCA är nära kopplat till leverantörer, där krav gällande miljö- och sociala standarder i design- och produktionsstadierna ställs på dem av ledningssystem. Ett nära samarbete och bra kommunikation med leverantörer i syfte att förbättra dessa metoder är därför väsentligt för att utvärdera en produkts livscykel. Studien ämnar att använda LCA i samband med SSCM-ramverket eftersom den ingår i huvudkomponenten “SCM för hållbara produkter”.

På grund av de vaga juridiska hållbarhetskraven som råder anses SSCM-ramverket relevant vid analys av värdekedjor inom modeindustrin. Det utgör därmed en möjlighet för varumärken att rapportera om framstegen inom hållbarhet utifrån egna mätvärden (Wren 2022). Denna studie utgår därför ifrån koncerners och företags hållbarhetsrapporter inom snabb- och lyxmodeindustrin, för att identifiera konkreta hållbarhetsstrategier utifrån rapporternas egna tillämpade mätvärden.

Wren (2022) använder detta teoretiska ramverk för att jämföra de två snabbmodeföretagen H&M och Everlanes miljömässiga hållbarhetsstrategier med SSCM. Detta ramverk är vägledande för resultatet och ger en tydlig inblick i de två snabbmodeföretagens strategier, där tydliga skillnader och likheter framhävs som också visar på företagens styrkor och svagheter inom området. Resultatet visar att trots Everlanes hållbara uppfattning utåt sett, agerar H&M och Everlane liknande i flera delar inom SSCM, och står därför inför liknande utmaningar inom området (Wren 2022).

Turker och Altuntas (2014) baserar också sin studie på Seuring och Müllers ramverk där de undersöker CSR-rapporter från nio snabbmodeföretag. Ramverket hjälper författarna att identifiera olika dimensioner och strategier som senare är avgörande för att bedöma företagens prestationer och praxis utifrån SSCM. För att analysera den insamlade datan används fem huvudkoncept som utgår ifrån Seuring och Müllers ramverk; undvikande av risker, leverantörsprestanda, kriterier för leverantörer, kommunikation med leverantörer samt förbättring av leverantörer. Turker och Altuntas (2014) fastställer i resultatet att snabbmodeföretag särskilt fokuserar på att interagera leverantörer i sitt hållbarhetsarbete främst genom att skapa egna uppförandekoder i enlighet med accepterade principer inom näringslivet. Dessutom strävar de efter regelbunden revidering för att minimera risker och förbättra leverantörskedjans prestanda. Detta innebär att Seuring och Müllers ramverk fungerar effektivt för att analysera företagsrapporter, och identifiera vad företag använder för åtgärder i syfte att effektivisera SSCM i värdekedjan.

Däremot används SSCM-ramverket inom dessa två studier endast till ett fåtal specifika snabbmodeföretag, vilket gör att resultatet inte kan generaliseras till varken snabb- eller lyxmodesektorn. Studien av Turker och Altuntas (2014) erkänner även behovet av ytterligare forskning för att fördjupa resultaten genom att analysera fler hållbarhetsrapporter och andra dokument. Att utöka urvalsstorleken och inkludera ytterligare källor till data kan förbättra

analysens omfattning. Det kan dessutom ge en mer heltäckande förståelse för hur företag inom snabbmodesektorn implementerar hållbarhetspraxis inom sina värdekedjor. Därav kommer denna studie både fokusera på ledande koncerner och enskilda företag inom både snabb- och lyxmodesektorerna, för att säkerställa detta och styrka generaliseringen av studiens resultat om det miljömässiga hållbarhetsarbetet inom båda sektorerna.

Dessa exempel är betydande argument för valet av detta ramverk som studiens teoretiska utgångspunkt för att jämföra snabb- och lyxmodeindustrins hållbarhetsstrategier. Det teoretiska verktyget vägleder processen för att analysera och förstå skillnader och likheter mellan sektorerna. Därav är det ett huvudsakligt hjälpmedel till att redogöra för lyxmodeindustrins miljömässiga hållbarhetsarbete. Detta bidrar till en förbättrad förståelse för dess nuvarande tvetydigt presenterade miljömässiga hållbarhetsstrategier inom SCM.

Trots att ramverket fokuserar på leverantörsrelationer inkluderar ovannämnda studier inte leverantörers synpunkter, utan baseras på hållbarhetsrapporter publicerade av fallföretagen. Eftersom båda studier har fått fram betydande och konkreta resultat, fungerar detta ramverk därför att använda trots att leverantörerna inte inkluderas i studien. Dessutom är vi medvetna om att ramverket inte är en generell teori, men eftersom den ofta förekommer inom SSCM-litteratur och används i flera tidigare studier som enda teoretiska utgångspunkten, finner vi den lämplig för studien (Wren 2022; Turker & Altuntas 2014). Dessutom hävdar Wren (2022) att ramverket är det mest passande för att kartlägga företags hantering av SSCM.

2.3 Förenta Nationerna

FN, *United Nations* på engelska, är en internationell icke-statlig organisation som på deras webbplats beskrivs som: *“One place where the world's nations can gather together, discuss common problems and find shared solutions.”* (UN u.å.). Organisationen grundades år 1945 efter andra världskrigets slut i syfte att bevara fred på jorden. Sedan dess har FN expanderats och för närvarande har 193 medlemsstater gått ihop för att tackla världsliga kriser och hantera utmaningar tillsammans (UN u.å.).

2.3.1 FNs 17 globala mål för hållbar utveckling

År 2015 lanserade FN 17 globala mål inom ramen för Agenda 2030 (se figur 1), vilka syftar till att främja social, ekonomisk och miljömässig hållbar utveckling. Dessa mål omfattar

områden som välfärd, jämställdhet, infrastruktur, produktion, konsumtion, natur och partnerskap (FN u.å.). Målet är att samtliga länder runt om i världen ska ha uppnått dessa mål senast år 2030. Med tanke på att flera olika aktörer inom samhället förväntas följa dessa mål är det av avgörande betydelse att modeindustrin aktivt bidrar att de uppnås. Av den anledningen fann vi det relevantt att i denna studie analysera hur både lyx- och snabbmodeindustrin aktivt arbetar för att nå FNs miljömässiga globala mål. De mål som är relevanta för studiens frågeställningar är mål 6, 7, 12, 13, 14 och 15. Dessa mål har en tydlig koppling till miljömässig hållbarhet och är därmed centrala för studiens fokusområde. För att anpassa SSCM-ramverket till forskningsområdet, har vi utvecklat modellen genom att koppla samman det med de miljömässiga globala målen av FN som är relevanta för studien.



Figur 1. Bild över FN's 17 globala mål om hållbar utveckling. (FN u.å.).

Mål 6 “Rent vatten och sanitet för alla” är grundat i erkännandet att vatten utgör en grundläggande nödvändighet för allt liv på planeten och är avgörande för andra vitala sektorer såsom livsmedels- och energiproduktion. Det utgör en väsentlig förutsättning för mänsklig hälsa och främjar långsiktig hållbar utveckling (Globala målen B, 2022).

Mål 7 “Hållbar energi för alla” avser att garantera allmän tillgång till hållbar, tillförlitlig och förnybar energi samt rena bränslen. Det betraktas som en nödvändig förutsättning för att hantera utmaningar såsom ekonomiskt underskott, klimatförändringar och främjande av inkluderande tillväxt. En betydande andel av de växthusgasutsläpp som vi genererar härstammar från processer relaterade till utvinning, omvandling och användning av fossila bränslen. Emellertid tenderar förnybara energilösningar att bli mer kostnadseffektiva, pålitliga och effektiva med varje dag som går (Globala målen C, 2022).

Mål 12 "Hållbar konsumtion och produktion" handlar om att säkerställa strukturer som bidrar till mer hållbar konsumtion och produktion. Med ökad konsumtion kommer även ökad produktion av varor och resurser. Ökad användning av naturresurser är ohållbart och har negativ effekt på miljön och människors hälsa. Därav krävs omställning (Globala målen D, 2022).

Mål 13 "Bekämpa klimatförändringar" syftar till att bekämpa klimatförändringar och dess påverkan genom att vidta åtgärder för att minska utsläppen av växthusgaser och öka motståndskraften mot klimatrelaterade risker. Det innebär att genomföra åtgärder för att begränsa den globala uppvärmningen, anpassa sig till klimatförändringar och mobilisera resurser för att stödja utvecklingsländer i deras ansträngningar för att hantera klimatrelaterade utmaningar (Globala målen E, 2022).

Mål 14 "Hav och marina resurser" handlar om att bevara och hållbart nyttja haven och dess resurser. Det innefattar åtgärder för att minska föroreningar, skydda marina ekosystem, främja hållbart fiske och skydda kustsamhällen. Målet syftar till att säkerställa att haven och dess mångfald bevaras för framtida generationer (Globala målen F, 2022).

Mål 15 "Ekosystem och biologisk mångfald" fokuserar på bevaringen av ekosystem och biologisk mångfald samtidigt som samhället bör tillgodose människors behov av livsnödvändiga förnödenheter som livsmedel, energi, vatten och råmaterial (Globala målen G, 2022).

2.3.2 Motivering för val av FN:s globala mål för hållbar utveckling

FNs globala mål om hållbar utveckling presenterar åtgärder som världen kollektivt måste beakta för att bekämpa utmaningar och kriser (UN u.å.). De utgör därmed en stabil grund för utvecklingen av SSCM-ramverket genom att koppla det till gemensamma hållbarhetsmål. Eftersom näringslivet är en nyckelspelare för att uppnå målen, är det vanligt förekommande att företag visar sitt hållbarhetsarbete genom att referera till dem och på så sätt synliggöra sitt bidrag offentligt till sina intressenter (Ferrero-Ferrero, Muñoz-Torres, Rivera-Lirio, Escrig-Olmedo & Fernández-Izquierdo 2023). Vijayarasa och Liu (2021) analyserar jämställdhet inom modeindustrin kopplat till FN:s globala mål, vilket omfattar social hållbarhet. Resultatet i artikeln visar att FN:s globala mål är ett uppmärksammat politiskt åtagande som har stor potential för att agera som ramverk för att förbättra hållbarheten inom

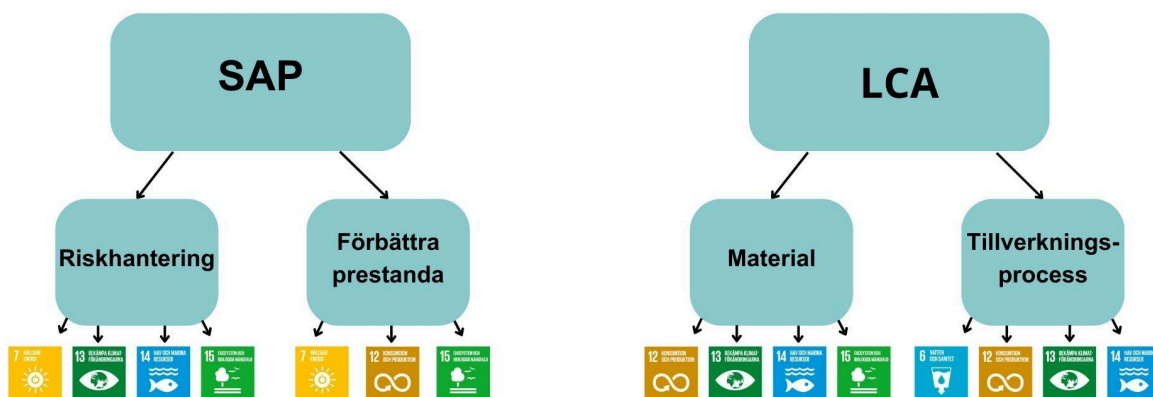
modeindustrin (Vijayarasa och Liu 2021). Detta är ett konkret exempel på varför FN:s globala mål är relevanta att analysera kopplat till modeindustrin. Eftersom denna artikel belyser social hållbarhet, är det relevant att titta på de miljömässiga globala målen för att bidra med forskning utifrån en miljömässig synvinkel kopplat till de globala målen.

2.4 Koppling mellan SSCM-ramverket & FN:s globala mål för hållbar utveckling

Turker & Altuntas (2014) uppdaterade version av Seuring och Müllers (2008) SSCM-ramverk kopplas samman med de relevanta globala målen inom miljömässig hållbarhet som är anpassade efter studiens forskningsområde. Studien kommer inte att inkludera “Utlösare som uppmanar till att anamma SSCM-praxis” eftersom den komponenten saknar relevans för forskningsområdet. Inom SAP kopplas *riskhantering* och *förbättrad prestanda* till mål 7, 12, 13, 14 och 15 för att översiktligt se över hur snabb- och lyxmodesektorn arbetar mot att förbättra den klimatrelaterade miljömässiga prestandan och risker inom värdekedjan.

Inom LCA kategoriseras områdena i *tillverkningsprocess* och *material*, i linje med Turker och Altuntas (2014) leverantörskategorier. Istället för att fokusera på leverantörsrelationer, riktas LCA i studien mot produktionsprocesser. Tillverkningsprocessen relateras till mål 6, 12, 13 och 14 för att förstå hur snabb- och lyxmodeindustrin arbetar med miljöåtgärder för relevanta produktionsaspekter. Se tabell 1 nedan för en översikt över den framtagna versionen av SSCM-ramverket.

SSCM-ramverket kopplat till FN:s globala mål för hållbar utveckling



Tabell 1. Tabell över SSCM-ramverket kopplat till de globala målen. Källa: Egen.

3. Metod

3.1 Forskningsmetod och design

Eftersom studien byggde på en uppdaterad version av Seuring och Müllers (2008) ramverk för SSCM tillsammans med FNs 17 globala hållbarhetsmål, vilka båda fokuserar på kvalitativ dataanalys, var en kvalitativ metod lämplig för att undersöka forskningsområdet. Genom att tolka och förstå den europeiska modeindustrins hållbarhetsstrategier och de organisatoriska processerna bakom, behandlade metoden kvalitativ data (Rennstam & Wästerfors 2018). Eftersom studien fokuserar på ett begränsat antal enheter möjliggjorde den en fördjupad förståelse inom forskningsområdet genom att identifiera en världsbild av hur den europeiska modeindustrin kommunicerar hållbarhetsstrategier. Ett kvalitativt tillvägagångssätt var därmed relevant för studien eftersom den syftar till att öka förståelsen för de miljömässiga hållbarhetsstrategierna inom de europeiska snabb- och lyxmodesektorerna baserat på publicerade hållbarhetsrapporter.

Precis som Turker och Altuntas (2014) genomför en innehållsanalys för att analysera nio stycken modeföretags miljömässiga hållbarhetsstrategier inom SSCM utifrån hållbarhetsrapporter, utgick vi från ett liknande tillvägagångssätt. Utifrån det framtagna ramverk skapades en innehållsanalys baserat på de valda koncernerna och företagen inom de europeiska snabb- och lyxmodesektorerna. Detta gav en tydlig bild över vilka strategier som modesektorerna påstår att de applicerar utefter de olika områdena inom SSCM och de miljömässigt fokuserade globala målen.

3.2 Forskningsansats

Bell, Bryman och Harley (2022) argumenterar för att en induktiv ansats ofta antas i kvalitativa studier, där teori genereras genom forskning. I de fall fastställer studiens resultat en teori. Vi valde dock att använda en deduktiv ansats eftersom studien är baserad på ett tidigare utvecklat teoretiskt ramverk av Seuring och Müller (2008). Ansatsen förutsätter också att teorin driver forskningen från insamling av empiriskt material till att uppnå syftet och besvara forskningsfrågorna (Bell, Bryman & Harley 2022). Som grund för datainsamlingen började därför forskningsprocessen med att fastställa en lämplig teori, det vill säga SSCM-ramverket i kombination med FN:s globala mål för hållbar utveckling.

Trots att kvalitativ forskning vanligtvis antar en induktiv ansats (Bell, Bryman & Harley 2022), var orsaken till valet av deduktiv ansats att vi behövde veta vad vi letade efter innan innehållsanalysen ägde rum för att få konkreta svar. Detta innebar att vi behövde förstå vilka miljömässiga aspekter som är centrala för datainsamlingen. FN:s globala mål för hållbar utveckling vägledde oss i denna process. Genom att granska de mål som kunde kopplas till miljömässig hållbarhet valdes relevant data ut som relaterar till den teoretiska referensramen för en fördjupad analys. För att ytterligare utveckla resonemanget om den valda ansatsen framhålls att den bidrar till att skapa en strukturerad och vägledande ram för forskningen. Genom att bygga på det etablerade ramverket av Seuring och Müller (2008) säkerställdes en stabil grund för arbetet och resultatet. Detta tillvägagångssätt möjliggjorde en mer preciserad och riktad datainsamling, då vi redan från början identifierade vilka miljömässiga aspekter som var relevanta för studien utifrån FN:s globala hållbarhetsmål.

Det deduktiva tillvägagångssättet, med en förutbestämd teori, möjliggjorde dessutom en mer noggrann analys och tolkning av insamlad data, då vi från början hade en tydlig teoretisk ram att jämföra och resonera utifrån. Därav var den valda ansatsen passande för studien då det teoretiska perspektivet fastställdes innan själva datainsamlingen påbörjades.

3.3 Urval

Inom kvalitativa studier fokuserar urval på enheter som är direkt relaterade till forskningsfrågorna i syfte att ge konkreta riktlinjer kring vilka ämnen som bör studeras (Bell, Bryman & Harley 2022). Därför användes ett strategiskt urval för att avgöra vilka företag och koncerner som skulle analyseras i studien. I ett strategiskt urval väljs specifika enheter ut som har i syfte att representera ett större område eller fenomen som ska studeras (Körner & Wahlgren 2015), därav studerades ett flertal koncerner och företag inom snabb- och lyxmodesektorerna. Enligt Bryman, Bell & Harley (2022), underlättar detta tillvägagångssätt jämförande studier där forskaren studerar två eller fler fenomen och söker efter likheter och skillnader mellan dem. Därför ansåg vi att detta typ av urval var passande för studien.

Eftersom vi ämnade att undersöka den europeiska modeindustrin var det avgörande att företagen i fråga var lokaliserade i Europa. Anledningen till att vi valde att undersöka den europeiska marknaden var för att koncerner och företag inom den behöver förhålla sig till samma hållbarhetskrav från EU och arbeta mot FN:s globala mål. En ytterligare utgångspunkt var att företagen från båda sektorerna skulle ha någon typ av hållbarhetsrapport

offentligt publicerad på sin webbplats. Vid val av fallföretag upptäckte vi att majoriteten av koncernerna utfärdar en rapport som inkluderar alla ingående företag istället för en enskild rapportering för varje företag. Med detta i åtanke valde vi huvudsakligen att undersöka koncerner inom båda sektorerna, vilket är fördelaktigt eftersom dessa representerar betydande delar av den europeiska modeindustrin och därigenom möjliggör att resultaten kan generaliseras till en större del inom respektive sektor. Eftersom antalet koncerner med tillgängliga hållbarhetsrapporter var begränsat, kompletterades urvalet med ett enskilt företag per sektor som är relevanta och välkända på marknaden.

Eftersom perioder och tidsintervall för rapportering varierar mellan företag, utgick studien från de mest aktuella rapporterna. De valda fallkoncernerna inom den europeiska lyxmodesektorn inkluderade Kering, LVMH och Prada Group. Både Kering och LVMH är positionerade i Paris, Frankrike. Kering grundades av Francois Pinault år 1963 och erbjuder lyxprodukter såsom kläder, smycken, accessoarer och läderprodukter. Varumärken som ingår i koncernen är bland annat Gucci, Yves Saint Laurent och Balenciaga (Kering A, u.å.). LVMH däremot, erbjuder mer än bara modeprodukter. Koncernen grundades år 1987 av Henri Recamier och Alain Chevalier och omfattar idag 75 olika företag. Företagets produktkategorier innefattar fem olika: vin och sprit, mode och lädervaror, klockor och smycken samt selektiv detaljhandel. Studien fokuserade enbart på mode och lädervaror. Exempel på varumärken som ingår är Louis Vuitton, Dior, Fendi och Givenchy (LVMH u.å.). Prada Group är ett italienskt modehus beläget i Milano, Italien. Koncernen grundades år 1985 av Miuccia Prada och de mest omtalade varumärken som ingår är Prada och Miu Miu (Prada Group u.å.). Vidare kompletterades urvalet för lyxmodesektorn med det brittiska lyxvarumärket Burberry som erbjuder ett brett sortiment av kläder, väskor och accessoarer i hög kvalitet. Varumärket kännetecknas av ett långvarigt kulturarv, välskräddade kläder och exklusiva designs (Burberry A, u.å.). Se tabell 2 som representerar urvalet för att få en överblick över de koncerner och företag som studerades.

När det kommer till snabbmodeföretag tog studien hänsyn till de tre största koncernerna i Europa - H&M, Inditex och Varner Group. H&M Group omfattar varumärken som H&M, &Other Stories och Arket. Koncernen grundades 1947 av Erling Persson och är idag aktuell på omkring 75 olika marknader (H&M u.å.). Den andra skandinaviska koncernen är norska Varner Group där den första butiken öppnades 1962 i Oslo (Varner Group u.å.). Dess varumärken som Cubus, Junkyard, Bik Bok och Dressmann erbjuder en variation av stilar

och produkter. Den sista koncernen är spanska modejätten Inditex. Trots att grundaren Amancio Ortega öppnade den första butiken 1975, skapades koncernen Inditex 1985 (Inditex u.å). Med varumärken som Zara, Bershka, Stradivarius och Massimo Dutti i toppen erbjuder de både tidlösa och trendbaserade produkter. Den sista hållbarhetsrapporten som var med i urvalet för den europeiska snabbmodesektorn är den brittiska snabbmodejätten Primark. De erbjuder kläder, accessoarer och inredningsprodukter till ett lägre pris. Se tabell 3 för att få en överblick över urvalet av den europeiska snabbmodesektorn.

3.3.1 Tabell 2 - Lyxmodesektorn

Koncern/företag - lyxmode	LVMH	Kering	Prada Group	Burberry
Varumärken som ingår	Louis Vuitton, Dior, Celine, Fendi, Givenchy, Kenzo, Loewe, Loro Piana m.m.	Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen m.m.	Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe m.m.	Burberry
Grundades	1987	1963	1985	1856
Högkvarter	Paris, Frankrike	Paris, Frankrike	Milano, Italien	London, England
Rapportens verksamhetsår	2023	2020-2023	2023	2022/2023
Rapportens omfattning	160 sidor	33 sidor	192 sidor	336 sidor

Tabell 2. Visar fallkoncerner och företag inom den europeiska lyxmodesektorn. Källa: Egen.

3.3.2 Tabell 3 - Snabbmodesektorn

Koncern/företag - snabbmode	H&M Group	Inditex	Varner Group	Primark Stores Limited
Varumärken som ingår	H&M, H&M Home, COS, ARKET, Monki, Weekday, & Other Stories, Afound, Sellpy, The Singular Studio, Creator Studio	ZARA, ZARA Home, Stradivarius, Pull & Bear, Bershka, Massimo Dutti, Oysho	Bikbok, Cubus, Carlings, Junkyard, Dressmann, Volt	Primark, Primark Home
Grundades	1987	1985	1962	1969
Högkvarter	Stockholm, Sverige	A Coruña, Spanien	Oslo, Norge	Dublin, Irland
Rapportens verksamhetsår	2023, 2023	2023	2022, 2023	2022/2023
Rapportens omfattning	90 sidor, 75 sidor	321 sidor	193 sidor, 176 sidor	65 sidor

Tabell 3. Visualisering av fallkoncerner och företag inom den europeiska snabbmodesektorn. Källa: Egen.

3.4 Datainsamlingsmetod

I syfte att besvara frågeställningar inleddes datainsamlingsmetoden av en omfattande litteraturoversikt som senare följdes upp av en innehållsanalys som innefattade en granskning av hållbarhetsrapporter. Studien ämnade att analysera publika dokument, vilket är officiella rapporter som innefattar både statistikinformation och publikt tillgängligt material i textform (Bell, Bryman & Harley 2022). Hållbarhetsrapporterna hämtades från koncernernas och de enskilda företagens hemsidor. Vi valde att genomföra analysen digitalt och därav laddades och sparades de senaste publicerade versionerna av rapporterna ned i PDF-format. Innehållsanalysen började med att samtliga gruppmedlemmar läste igenom de relevanta delarna som var riktade till det miljömässiga hållbarhetsområdet från alla rapporterna utifrån vårt forskningsområde och valda forskningsfrågor. Därefter gick alla var och en igenom en rapport i taget för att identifiera nyckelbegrepp inom de miljömässiga hållbarhetsstrategierna, vilket skrevs ner i form av citat eller en kort sammanfattande text utifrån det framtagna ramverket. Vi placerade en passande strategi i linje med lämpligt globalt mål och kategori inom SSCM. Till sist läste alla tre igenom den miljömässiga delen i rapporterna en sista gång för att säkerställa att ingen information hade uteblivits.

3.5 Tillvägagångssätt vid analys av material

Studiens empiriska resultat samt det teoretiska ramverket utgjorde grunden för forskningens analys. Eftersom kvalitativa studier genererar en stor mängd data, som ofta är oorganiserad och komplex, krävs det att forskaren blir bekant med materialet för att kunna analysera informationen (Rennstam & Wästerfors 2018). Därav tillämpades en tematisk analys, då syftet är att kategorisera och identifiera återkommande teman i datamaterialet.

Analysen inleddes därför med en diskussion om det insamlade datamaterialet för att bekanta oss med informationen. Sedan sammanställde vi samtliga strategier som identifierats i hållbarhetsrapporterna under varje företag inom båda sektorerna kopplat till de målen som tagits ut under varje huvudkategori inom SSCM-ramverket. Därefter genomfördes kodning av materialet där strategierna kopplades till relevanta teman inom varje SSCM-kategori för både snabb- och lyxmodesektorn. Teman genererades genom att identifiera vilka hållbarhetsstrategier majoriteten av koncernerna inom respektive sektor implementerar, se tabell 5 i resultatkapitlet för en konkret visualisering av teman. Slutligen reducerades materialet ytterligare en gång för att koncentrera innehållet till den mest väsentliga

informationen som utgör det slutliga resultatet. Se nedan utdrag från vårt sammanställda kodningsschema.

3.5.1 Utdrag ur kodningsschema

	H&M Group	Inditex	Varner Group	Primark
Riskhantering	<p>Mål 13</p> <ul style="list-style-type: none"> Utför riskanalys sedan 2019 enligt Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) rekommendationer. Använder sig av en väsentlighetsbedömning utförd genom <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>. De är medlemmar i <i>The Fashion Pact</i>, ett projekt ledd av företagsledare som sammanför modebranschen för att hitta gemensamma svar på klimatförändringar, återställa biologisk mångfald och skydda haven. Delar upp sin riskredovisning i kortsiktiga och långsiktiga risker kopplat till olika scenarion. 	<p>Mål 13</p> <ul style="list-style-type: none"> Deras ramverk för att hantera och avslöja risker och möjligheter är i linje med rekommendationerna från arbetsgruppen för klimatrelaterade frågor; Financial Disclosures, (TCFD) - detta är en översikt över agerande i samband med TFCF-pelarna, fysiska risker - akuta och kroniska, övergångsriser, reglerande juridiskt, teknologisk, anseende s.204 Risker som identifierats kopplat till klimatförändringarna är: Akuta risker: orsakas av extrema väderhändelser. Kroniska risker: resultatet av gradvisa förändringar i långsiktiga vädermönster. I vissa fall kan det finnas en kombination av både akuta och kroniska risker. De redovisar sina risker i tre nivåer, långsiktiga, medel och kortsiktiga. De delar också upp risker i physical risks och transitional risk. 	<p>Mål 13</p> <ul style="list-style-type: none"> Medlemmar i STICA sedan 2020 för att gemensamt med den nordiska textilindustrin bidra till klimataktion. Risk Assessment övning utfördes 2022 där en del av analysen var kopplat till miljömässiga risker, för länder, material och produkter. Olika verktyg har används för att genomföra detta; OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains in the Garment & Footwear sector, ETI-Norway Salient Risk Tool, indikatorer från Environmental Performance Inditex (EPI), and the Textile Exchange Material Summaries. 	<p>Mål 13</p> <ul style="list-style-type: none"> I februari 2021 beställde vi en oberoende riskbedömning av biologisk mångfald i vår leverantörskedja, utförd av vår partner Biodiversity, ett konsultföretag inom biologisk mångfald. Denna bedömning var i linje med <i>Interim Guidance for the Science Based Targets for Nature</i>. Bedömningen drogs slutsatsen att råvaruproduktion utgör de mest betydande riskerna för den biologiska mångfalden. "Vi har undertecknat WRAP:s Textiles 2030-initiativ och detta betyder att vi har skrivit under ett mål för att minska vattenavtrycket. I år kartlade vi också våra strategiska nivå 1 och nivå 2 leverantörsfabriker för att bedöma sannolikheten för vattenriskmaterialiseras. Vi har använt rumsliga verktyg som WWF Water Risk Filter och WRI Aqueduct för att kartlägga geografiska hotspots för vatten risker relaterade till klimatförändringar såsom översvämningar, brist och försämrade kvalité."

Tabell 4. Utdrag ur kodningsschema. Källa: Egen.

3.6 Studiens kvalitet

3.6.1 Validitet och reliabilitet

Reliabilitet handlar om att reflektera över om resultaten av en studie är repeterbara. Det syftar vanligtvis till kvantitativa studier för att adressera om de åtgärder som appliceras på begrepp inom företag och ledning är konsekventa eller inte (Bell, Bryman & Harley 2022). Eftersom studien är kvalitativ, anpassas reliabilitet utefter den kvalitativa metodens karaktär. Intern reliabilitet kan kopplas samman med denna kvalitativa studie, eftersom det handlar om studier där flera observatörer ingår för att reflektera över om alla i gruppen håller med om vad de ser och hör (Bell, Bryman & Harley 2022). För att säkerställa att alla inom gruppen var i samma linje gällande hållbarhetsrapporternas innehåll kopplat till forskningsområdet, gick vi igenom samma sidor i alla rapporterna. Detta öppnade upp för en diskussion som samtliga kunde delta i, där alla tillsammans kom fram till hur informationen på mest lämpliga sätt kunde appliceras genom det framtagna analysramverket och hur det skulle presenteras i resultatet.

Till skillnad från reliabilitet, handlar validitet om slutsatsens redbarhet som genereras från en forskning. Däremot har termen på samma sätt som reliabilitet begränsade

användningsområden inom kvalitativ forskning, eftersom den i huvudsak fokuserar på mätning. Intern validitet kan inom kvalitativ forskning ses som ett begrepp som diskuterar om observationerna tillsammans med de utvecklade teoretiska idéerna är en bra match (Bell, Bryman & Harley 2022). För att säkerställa att observationerna och den teoretiska utgångspunkten stämmer överens, har vi tagit fram en innehållsanalys som baseras på de två ledande forskningsfrågorna och den framtagna teoretiska modellen. Detta gjorde det möjligt att presentera ett resultat och en slutsats som stämmer överens med undersökningens syfte.

Extern validitet är också relevant att diskutera för studien, eftersom det handlar om till vilken grad resultatet kan generaliseras till samhället i stort. Extern validitet kan i många fall inom kvalitativa studier ses som problematiskt, då det är vanligt att studierna har små urvalsgrupper eller baseras på fallstudier (Bell, Bryman & Harley 2022). För att undvika denna fallgrupp, valde vi att granska tre snabb- och lyxmodekoncerner. Ytterligare, granskade vi två separata modeföretag inom båda sektorerna som har egna enskilda leveranskedjor. Detta urval har vi i gruppen tillsammans med vår handledare kommit fram till, för att göra det så representativt som möjligt för den europeiska snabb- och lyxmodesektorn.

3.6.2 Reflektion kring vald metod

Inom kvalitativa studier riskerar resonemanget att bli subjektivt eftersom författaren med egna ord och tolkningar resonerar kring fenomenet som studeras (Bell, Bryman & Harley 2022). Vi var medvetna om risken för studiens subjektivitet, eftersom utgångspunkten var rapporter som koncernerna och företagen själva utfärdat och därmed inte tar hänsyn till leverantörers synpunkter i analysen. Med hänsyn till begränsade resurser utgick vi från att det som framgår i hållbarhetsrapporterna stämmer överens med verkligheten, samtidigt som det finns en risk att informationen inte nödvändigtvis speglar de faktiska handlingarna. Det fanns inte tillräckligt med kapacitet för att undersöka huruvida företagens hållbarhetsstrategier tillämpas i praktiken.

En annan faktor som kan påverka forskningens kvalitet är att inte alla hållbarhetsrapporter som analyserades utfärdades under samma år, vilket betyder att det finns en risk att strategier som företag har börjat jobba med det senaste året inte finns med i resultatet. Det var däremot avgörande för forskningens resultat att granska de senaste rapporterna, även om samtliga inte var från år 2023.





3.7 Etiska överväganden

Etiska principer var viktiga för oss att ta hänsyn till under processens gång, för att kunna säkerställa integriteten av studien och den generella representationen av samhällsforskningen (Bell, Bryman & Harley, 2022). Vidare hävdar Bell, Bryman och Harley (2022) att ju mer internetsidorna är erkända som offentliga, desto mindre skyldighet har undersökarna att beakta anonymitet eller begära samtycke för att använda informationen och utnämna personerna eller företagen i studien. Eftersom hållbarhetsrapporterna finns tillgängliga på koncernernas och de enskilda företagens hemsidor, som är offentligt publicerade och till för intressenter att ta del av, har vi bortsett från anonymitet och samtycke i studien. Vi har inte under några omständigheter förvrängt information, utan endast utgått från de miljömässiga hållbarhetsstrategierna som rapporterna belyser. Detta har stärkt studien och dess tillförlitlighet, eftersom det ger läsaren möjligheten att själv kontrollera att informationen som resultatet presenterar stämmer. Dessutom har det stärkt resonemanget för att urvalet är representativt, eftersom läsaren kan ta del av exakt vilka företag som studien baseras på.

4. Resultat och analys

Resultatet delas in i huvudkategorier kopplat till det teoretiska ramverket: *riskhantering*, *förbättra prestanda*, *tillverkningsprocess* och *material*. Under varje kategori diskuteras vilka hållbarhetsstrategier för respektive sektor som har identifierats utifrån analysen, där underkategorier i form av teman indikerar vad majoriteten av koncernerna och företagen inom sektorerna fokuserar på (se figur 4). Vi vill understryka att frånvaron av diskussionen kring en viss underkategori för en sektor och dess hållbarhetsstrategier inte betyder att företagen inom den sektorn inte inkluderar sådan information i sina hållbarhetsrapporter. Det indikerar bara att den andra sektorn lägger större vikt vid dessa aspekter i sina rapporter. Detta är anledningen till varför teman inte är identiska i varje huvudkategori och respektive sektor, därför har vi valt att fokusera på olika underkategorier för att belysa skillnaderna i resultatet.

I första huvudkategorin, *riskhantering*, har *riskanalys* och *initiativ inom miljömässig riskhantering* identifierats som teman för snabbmodesektorn. För lyxmodesektorn har *forskning* och *initiativ inom miljömässig riskhantering* identifierats. I huvudkategori två, *förbättra prestanda*, har *Higg FEM* och *utbildningar* identifierats som teman för snabbmodesektorn. För lyxmodesektorn har *LEED-certifieringar* och *One Planet Business for Diversity* identifierats. I den tredje huvudkategorin, *tillverkningsprocess*, har samma teman *kemikaliehantering* och *vattenförbrukning* för både snabb- och lyxmodesektorn identifierats. I den fjärde och sista huvudkategorin, *material*, har *initiativ kring fiberodling och materialframställning* för snabbmodesektorn identifierats. För lyxmodesektorn har *efterförsäljningsservice* och *riktlinjer och innovativa lösningar för användning av proteinbaserade fiber* identifierats.

SSCM - Huvudkategori	Snabbmodesektorn	Lyxmodesektorn
Riskhantering 	<ul style="list-style-type: none"> • Riskanalys • Initiativ inom miljömässig riskhantering 	<ul style="list-style-type: none"> • Forskning • Initiativ inom miljömässig riskhantering
Förbättrad prestanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Higg Facility Environmental Module • Utbildningar 	<ul style="list-style-type: none"> • LEED-certifieringar • One Planet Business for Diversity
Tillverkningsprocess 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemikaliehantering • Vattenförbrukning 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemikaliehantering • Vattenförbrukning
Material 	<ul style="list-style-type: none"> • Initiativ kring fiberodling och materialframställning 	<ul style="list-style-type: none"> • Efterförsäljningsservice • Riktlinjer och innovativa lösningar för användning av proteinbaserade fiber

Tabell 5. Översikt över resultatet kopplat till SSCM-ramverket och FN:s globala mål för hållbar utveckling. Källa: Egen.

4.1 Riskhantering

4.1.1 Snabbmode - Riskanalys

Ett genomgående tema för majoriteten av företagen inom snabbmodesektorn är att fördela riskhanteringen i långsiktiga och kortsiktiga risker med hjälp av en riskanalys som vägleds av en tredje part. Ett exempel på en tredjepartsorganisation är Task Force Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), där snabbmodeföretag ser till att dess ramverk för att hantera och avslöja risker är i linje med TCFD:s rekommendationer för klimatrelaterade frågor (Inditex 2024). Dessa rekommendationer baseras på fyra vägledande pelare: styrning, strategi, riskhantering, mätvärden och mål.

Exempelvis arbetar Inditex med strategi genom att samarbeta med en akademisk partner som utför bedömningar för klimatrisker under olika tidsperioder:

Vår metod för bedömning av klimatrisker är baserad på den som används av University of Cambridge's Centre for Risk Studies. Därför samarbetar vi med deras akademiska partner, Resilience, för att utforma en bedömning av klimatrisker under olika scenarier på kort sikt (0-5 år), medellång sikt (5-10 år) och lång sikt (mer än 10 år). (Inditex 2024, s. 205).

När det kommer till riskhantering och det tillvägagångssätt för identifiering, bedömning och hantering av klimatrelaterade risker som Inditex väljer att anta, presenteras de enligt följande:

Vi använder scenariouppgifter för att förstå de potentiella effekterna av klimatförändringar på vårt företag. Vi kan sedan tillämpa denna kunskap på strategisk planering, riskhantering och bedömning av vår motståndskraft. (Inditex 2024, s. 205).

Sammanfattningsvis utgår snabbmodesektorn ifrån dessa punkter för att ta fram ett konkret tillvägagångssätt för hantering av klimatrelaterade risker. Genom att de genomför riskanalyser och implementerar styrningsmekanismer för att hantera detta, arbetar de enligt hållbarhetsrapporterna aktivt med att bekämpa klimatförändringar i linje med FN:s globala hållbarhetsmål 13 “Bekämpa klimatförändringar” (Globala målen u.å.). TFCF fungerar här som ett hjälpmedel för att kunna identifiera och hantera risker relaterade till klimatförändringar på ett strategiskt sätt. Att ta fram strategier för att identifiera de faktiska och potentiella effekterna av klimatförändringar visar på en medvetenhet om klimatpåverkan. Genom att följa riktlinjer från organisationer som TFCF och offentliggöra strategierna för hantering av klimatrelaterade risker, visar på transparens. Detta ökar inte bara förtroendet från intressenter, utan kan också driva andra företag att följa efter och anta liknande åtgärder.

- Initiativ inom miljömässig riskhantering

Ett annat förekommande tema är att koncernerna är medlemmar i olika initiativtagande organisationer, såsom The Scandinavian Textile Initiative for Climate Action (STICA) och The Fashion Pact. Ett exempel på hur snabbmodesektorn arbetar med dessa organisationer är:

Under 2023 deltog våra leverantörer på flera marknader i klimataktionsutbildningar organiserade av STICA. Vi fortsätter att identifiera marknadsspecifika utmaningar och bidrar genom vårt medlemskap i STICA till att utveckla mer användbara utbildningar för våra leverantörer. (Varner Group B, 2024 s. 138).

The Fashion Pact och STICA arbetar med att hjälpa modeindustrin att minska dess klimatpåverkan och söka alternativa lösningar för miljöutmaningar som klimatförändringar, biodiversitet och havsförstöring (The Fashion Pact, u.å.; STICA u.å.). Genom att snabbmodesektorn enligt hållbarhetsrapporterna erbjuder utbildningar och träning inom

klimateaktion i samarbete med STICA uppmärksammas leverantörer om modeindustrins klimatpåverkan och vilka åtgärder som bör tas. Denna hållbarhetsstrategi är en form av riskhantering då medvetenheten om klimatpåverkan hos snabbmodesektorns leverantörer ökar och initierar att förändring måste prioriteras. Detta visar på att snabbmodeföretag enligt hållbarhetsrapporterna arbetar mot FN:s globala hållbarhetsmål 13 “Bekämpa Klimatförändringar” inom riskhanteringsfrågor (Globala målen E, 2022). Genom att delta i initiativ som The Fashion Pact och STICA visar snabbmodesektorn engagemang för att minska dess klimatpåverkan. Genom samarbete med andra aktörer inom branschen kan företagen dela optimala praxis, utveckla gemensamma mål och driva förändring mot en mer hållbar framtid för modeindustrin.

4.1.2 Lyxmode

- Forskning

Lyxmodesektorn investerar enligt hållbarhetsrapporterna både tid och pengar i forskning som en del av riskhanteringen inom produktion i syfte att reducera användningen av konventionella tillvägagångssätt som bidrar till en högre klimatpåverkan. Ett exempel som visar på att lyxmodesektorn aktivt investerar i att driva forskning är:

Vi finansierade också ett tvåårigt forskningsprojekt, vilket avslutade detta räkenskapsår med Hongkong Research Institute of Textiles & Apparel (HKRITA) till utveckla ett system för läderprodukter efter konsumentåtervinning. (Burberry B, u.å. s. 67).

Att lyxmodesektorn väljer att genomföra forskning i samarbete med partners för att aktivt söka lösningar och alternativ till miljöutmaningar inom modeindustrin, indikerar på deras engagemang för riskreducering. Genom att investera i forskning strävar lyxmodesektorn aktivt efter att minska sin klimatpåverkan. Till exempel bidrar utvecklingen av alternativa material och processer, som kräver färre resurser och har mindre miljöpåverkan, till att minska utsläppen av växthusgaser och stödja målet att bekämpa klimatförändringar (mål 13).

- Initiativ inom miljömässig riskhantering

Även lyxmodesektorn är med i ett antal initiativ för att hantera miljömässig riskhantering. Två återkommande initiativ som företagen är medlemmar i är: The Fashion Pact och Science Based Targets Initiative (SBTi). Ett exempel på hur lyxmodeindustrin implementerar hållbarhetsstrategier i samarbete med The Fashion Pact är:

Under räkenskapsåret 2022/23 deltog vi i flera initiativ från Fashion Pact, inklusive ett förpackningstest av pappersbaserade alternativ till polybags och ett projekt för biodiversitetsforskning för att granska effekter över vår bomullsförsörjningskedja i USA. (Burberry B, u.å. s. 53).

SBTi hjälper lyxmodesektorn med strategier kring klimatpåverkan och växthusgasutsläpp (Science Based Targets u.å.). Ett exempel på hur lyxmodesektorn implementerar hållbarhetsstrategier i samarbete med SBTi är:

Under pelaren för Planet fastställs mål för att minska miljöpåverkan och de mål som godkänts av Science Based Targets initiative (SBTi) för att minska utsläppen av växthusgaser i Scope 1, 2 och 3, omfattande användning av alternativa material med låg miljöpåverkan för både färdiga produkter och förpackningar, och ett mer cirkulärt tillvägagångssätt för material som används i produktionen och för andra ändamål som utställningar och evenemang, där avfall återvinns och återanvänds. (Prada Group 2024, s. 63).

Genom att samarbeta med The Fashion Pact och SBTi arbetar lyxmodesektorn enligt hållbarhetsrapporterna med miljömässig riskhantering, eftersom de tillsammans hittar alternativa lösningar för att främja biologisk mångfald och minska växthusgasutsläpp. Via dess medverkan i The Fashion Pact visar lyxmodesektorn sitt engagemang för att minska användningen av icke-hållbara material och främja bevarandet av biologisk mångfald. Dessa åtgärder är därmed kopplade till mål 15 om ekosystem och biologisk mångfald. Samarbetet med SBTi ger lyxmodesektorn strategisk vägledning när det gäller att minska växthusgasutsläpp och att arbeta mot vetenskapligt grundade mål för att begränsa sin miljöpåverkan. Detta relaterar till både mål 13 om att bekämpa klimatförändringar och mål 15 om ekosystem och biologisk mångfald. Dessutom bidrar samarbetet med SBTi till en övergång till mer hållbara energikällor och produktionsmetoder inom sektorn, vilket relaterar till mål 7 om hållbar energi för alla.

4.2 Förbättra prestanda

4.2.1 Snabbmode

- Higg Facility Environmental Module

Ett återkommande tema för att utvärdera snabbmodesektorns miljöprestanda är verktyget Higg Facility Environmental Module (FEM), ett index som används i flera delar av snabbmodesektorns värdekedjor, exempelvis inom Environmental Management System (EMS).

Exempelvis använder Varner Group Higg FEM för att utvärdera EMS tillsammans med företagets egna interna bedömningsverktyg. På så sätt hjälper verktyget till att bland annat korrekt dokumentera användningen av energi, vatten, kemikalieanvändning, avfall och generering av avloppsvatten, hitta en effektiv EMS-organisationsstrategi samt göra en korrekt konsekvensbedömning (Varner Group A, 2023).

Sammanfattningsvis förbättras den miljömässiga prestandan både internt och externt för snabbmodeföretag med hjälp av utvärderingar inom leverantörernas EMS, samt genom egna interna utvärderingsverktyg (Varner Group A, 2023). Därav är Higg FEM ett övergripande hjälpmedel för att implementera miljömässiga hållbarhetsstrategier inom SCM för snabbmodesektorn som kopplas till ett flertal mål, exempelvis 7, 12 och 13 eftersom den behandlar den miljömässiga prestandan inom flera olika områden.

- Utbildningar

Snabbmodesektorn fokuserar enligt hållbarhetsrapporterna på att implementera utbildningar för anställda och leverantörer främst i omfattning tre och fyra. Nedan exempel visar på att snabbmodesektorn prioriterar utbildning som en hållbarhetsstrategi:

Under 2023 utbildade vi 286 av våra leverantörer om Primark Cares protokoll och standarder, vilket hjälper dem att övergå till återvunna eller mer hållbara fibrer för att säkerställa att produktanspråken är korrekta. (Primark u.å, s. 18).

Under 2023 tränade vi bönder i regenerativa metoder. Bönderna bevattnade anläggningar med hjälp av gårdsdammar, diversifierade grödor genom att odla grönsaker och små fruktträdgårdar, samt införde boskapsuppfödning, vilket hjälper till att återställa marken. (H&M Group A, 2024 s. 28).

Genom att utbilda leverantörer i omfattning tre och fyra arbetar snabbmodesektorn enligt hållbarhetsrapporterna med att främja den miljömässiga prestandan inom leveranskedjan, vilket bidrar till mål 12 “Hållbar konsumtion och produktion” samt mål 15 “Ekosystem och biologisk mångfald”. Genom att utbilda leverantörer om hållbarhetsstandarder och protokoll som Primark Cares, kan snabbmodesektorn öka medvetenheten och förståelsen för vikten av hållbara produktionsmetoder. Till exempel kan leverantörer få kunskap om kraven för användning av återvunna eller mer hållbara fibrer och hur de kan implementera dessa krav i tillverkningsprocessen. På så sätt främjas övergången till mer hållbara material, vilket minskar sektorns negativa miljöpåverkan. Dessutom kan leverantörer genom utbildning lära sig om effektiva sätt att använda resurser som vatten och energi samt att minska avfallsgenereringen. Exempelvis kan de få träning i att optimera produktionsprocesser för att minska spill och överflödiga resursanvändningar, vilket bidrar till en mer hållbar produktion som är i linje med mål 12.

4.2.2 Lyxmode

- LEED-certifiering

Lyxmodesektorn har ett tydligt fokuserat arbete på energieffektivitet inom värdekedjan där en återkommande certifiering är Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), vilket ska främja användningen av grön el i företagens byggnader som används i värdekedjan. Ett exempel på en hållbarhetsstrategi som lyxmodesektorn implementerar för att uppnå energieffektivitet är:

LEED-certifiering: 142 projekt blev ackrediterade, inklusive 3 till LEED Platinum-nivå (Bulgari Shanghai-IFC samt Loewes flaggskeppsbutiker i Paris och Madrid). Dessutom utfördes 56 revisioner i butiker för LIFE in Architecture interna bedömningssystem. Resultatet blev att 7 butiker uppnådde Silver-certifiering och 29 Brons-certifiering. (LVMH 2024, s. 103).

LEED, skapat av U.S. Green Building Council, är ett internationellt erkänt system för att bedöma hållbara byggnader. Dess syfte är att främja konstruktion av byggnader som minimerar klimatpåverkan och uppmuntrar användningen av hållbara materialcykler (U.S. Green Building Council, u.å.). Genom att koncernernas faciliteter och byggnader uppnår LEED-certifieringar och därmed främjar användningen av grön el, visar lyxmodeindustrin

enligt hållbarhetsstrategier engagemang för att minska användningen av fossila bränslen och främja övergången till förnybar energi. För tre av fyra lyxmodedeföretag är en LEED-certifiering synonymt med deras engagemang för att förbättra miljöprestandan. Detta indikerar att certifieringen spelar en nyckelroll för att driva övergången till gröna energikällor och visar företagets aktiva insatser för att uppnå hållbarhetsmål 7 "Hållbar energi för alla".

- One Planet Business for Diversity (OP2B)

Ett annat tydligt tema som har identifierats inom lyxmodesektorn är medlemskapet i affärsalliansen One Planet Business for Diversity (OP2B). Denna organisation är skapad i syfte att främja hållbara metoder inom näringslivet och värna om biologisk mångfald samt bevara ekosystem (One Planet Business for Diversity, u.å.). Strategin bygger på att samla resurser och expertis från olika branscher, skapa en positiv förändring inom näringslivet och samhället.

Som en affärsallians samlar OP2B företag från olika sektorer som delar liknande jordbruksleveranskedjor och påverkan på biologisk mångfald, inklusive mode-, livsmedels- och skönhetsmärken. (Kering B, u.å. s. 15).

Genom att delta i affärsalliansen OP2B engagerar sig lyxmodesektorn aktivt i att främja hållbara metoder och bevara biologisk mångfald, vilket är direkt relaterat till FN:s globala hållbarhetsmål 15, "Ekosystem och biologisk mångfald". Medlemmarna delar kunskap, identifierar bästa praxis och driver innovation för att minska miljöpåverkan och främja biologisk mångfald (One Planet Business for Diversity u.å.). De strävar inte bara efter att minimera negativa effekter på miljön, utan arbetar aktivt för att återställa och förbättra den. OP2B är ett exempel på hur samarbete och gemensamma ansträngningar kan leda till positiva resultat för både affärer och planeten.

4.3 Tillverkningsprocess

4.3.1 Snabbmode

- Kemikaliehantering

De vanligaste och återkommande riktlinjerna som snabbmodesektorn följer när det kommer till kemikaliehantering under tillverkningsprocessen är Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC). ZDHC är ett program som hjälper modeindustrin i processen att eliminera farliga kemikalier från den globala värdekedjan genom att tillsammans bygga en

grund som ska främja hållbar tillverkning (Road Map To Zero 2024). Ett exempel på hur snabbmodeföretg använder ZDHC för att tillämpa miljömässiga åtaganden under tillverkningsprocessen är:

Vår lista över begränsade ämnen för tillverkning Manufacturing Restricted Substance List (MRSL) är fullt i linje med den senaste listan från Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC). Vi genomför ZDHC-programmet Supplier to Zero (S2Z) i hela vår värdekedja för att säkerställa att de bästa kemikaliehanteringspraxiserna och procedureerna är på plats. (Primark u.å, s. 30).

Genom implementeringen av ZDHC främjar snabbmodesektorn enligt hållbarhetsrapporterna hållbara produktionsmetoder och konsumtionsmönster, vilket kan kopplas till mål 12 “Hållbar konsumtion och produktion”. Genom att minska användningen av farliga kemikalier och sträva efter nollutsläpp av dessa ämnen, främjar det en mer hållbar användning av resurser och minskar mängden avfall och föroreningar som genereras genom tillverkningsprocessen. Dessutom bidrar användningen av ZDHC till att aktivt minska risken för vattenförorening och säkerställa att vattendrag och vattenkällor förblir rena och säkra för både människor och ekosystem, vilket kopplas till mål 6 “Rent vatten och sanitet för alla”. Till sist bidrar detta till arbete mot mål 13 “Bekämpa klimatförändringar” eftersom minskandet av användningen och utsläppen av farliga kemikalier drar ner påverkan på växthuseffekten och ozonlagret.

- Vattenförbrukning

Snabbmodeindustrin arbetar med olika program och initiativ som verktyg för att minska vattenförbrukningen inom tillverkningsprocessen. Följande är exempel på hur snabbmodeindustrin arbetar med vattenhanteringsinitiativ inom värdekedjan:

Medveten om vikten av dessa processer inom vattenförvaltning genomförde vi 2023 initiativ syftar till att minska vattenförbrukningen och förbättra utsläppskvaliteten, Inklusive: Förslag till uppdateringar av vår Green to Wear-standard som tillåter det anpassas till de nya produktionsprocesserna, samt att främja, till i möjligaste mån, ännu större besparingar i vattenanvändning. (Inditex 2024, s. 225).

Varner Group utvecklade en färdplan för att säkerställa att korrekta riktlinjer följs vid fabrikernas rening och utsläpp av avloppsvatten. Bland annat handlar kraven om att spåra anläggningarnas avloppsvattens volym, upprätta beredskapsplaner för avloppsvatten samt begära kvalitetstest från avloppsvatten utanför anläggningens behandlingsplan (Varner Group A, 2023).

Genom att implementera vattenhanteringsinitiativ inom försörjningskedjan i förhållande till certifieringar och standarder, exempelvis Green to Wear-standarden, applicerar snabbmodeindustrin konkreta tillvägagångssätt för att bidra till att minska vattenförbrukningen och förbättra kvaliteten av utsläppen. Detta är avgörande för att bevara naturresurserna och säkerställa tillgången till rent vatten för både människor och ekosystem. Genom att minska vattenförbrukningen i tillverkningsprocessen bidrar industrin till att uppnå mål 6 om rent vatten och sanitet för alla. Ytterligare visar främjandet av vattenhanteringsinitiativ inom värdekedjan att snabbmodeindustrin arbetar aktivt för att främja hållbara produktionsmetoder och konsumtionsmönster. Därav bidrar industrin till att uppnå mål 12 om hållbar konsumtion och produktion. Dessutom kan arbetet kopplas till mål 14 "Hav och marina resurser". Detta beror på att vattenförbrukningen och vattenhanteringen i tillverkningsprocessen har en direkt påverkan på vattenkvaliteten och havsmiljön, vilket betyder att snabbmodeindustrins initiativ för att minska vattenförbrukningen och förbättra vattenhanteringen har positiva effekter på hav och marina resurser.

4.3.2 Lyxmode

- Kemikaliehantering

Även lyxmodesektorn prioriterar enligt hållbarhetsrapporterna kemikaliehantering i linje med ZDHC. Ett exempel på hur lyxmodesektorn implementerar kemikaliehantering enligt ZDHC är:

LVMH har utarbetat en handlingsplan med relaterade mål för 2023 som omfattar aspekter såsom införande av programmet Supplier to Zero som säkerställer ansvarsfull hantering av kemikalier. (LVMH 2024, s.112).

Likt snabbmodesektorn är ZDHC-programmet ett verktyg som hjälper lyxmodesektorn att kontrollera kemikaliehanteringen under tillverkningsprocessen. Detta främjar därav hållbar

produktion och en minskad påverkan på jordens resurser, på samma sätt som för snabbmodeindustrins miljöpåverkan i tillverkningsprocessen.

- **Vattenförbrukning**

Lyxmodesektorn implementerar hållbarhetsstrategier i syfte att minska vattenförbrukningen i produktion. Ett exempel på implementering av praxis gällande vattenresurser från Prada Group är ett initiativ som initierades i Torgiano-fabriken för att installera en effektiv sluten krets för vattenanvändning genom att kyla kemtvättmaskinerna i beredningsprocessen. På Torgiano- och Valvigna-produktionsanläggningarna utnyttjas även regnvatten för bevattning och sanitära ändamål. Dessutom återvinns använt vatten för liknande ändamål vid det nya logistikcentret, där ett geotermiskt värmesystem tillämpas. Prada Group använder även avancerade ultraljudstvättmaskiner för att rengöra vissa produktionskomponenter. Detta möjliggör återanvändning av vatten i en sluten krets, vilket i sin tur reducerar det totala vattenuttaget (Prada Group 2024).

Ett annat exempel på lyxvarumärkens hållbarhetsstrategier gällande vattenförbrukning är vattenriskfilter som Burberry påstår att de använder:

Som en del av vårt vattenbesparingsprogram fortsätter vi att använda WWFs vattenriskfilter för att utvärdera och övervaka vattenresilensprofilen i våra verksamheter och leveranskedja. Detta hjälper oss att identifiera nuvarande risker, förutse potentiella framtida påfrestningar på vattenresurser, förstå uppkommande långsiktiga risker och prioritera möjligheter för vattenhantering och effektivitet. (Burberry B, u.å. s. 62).

Genom att implementera dessa strategier, bidrar lyxmodesektorn till att bevara färskvatten, öka vattneffektiviteten och minska vattenförbrukningen. Detta relaterar till FN:s globala hållbarhetsmål 6 “Rent vatten och sanitet för alla” då installation av metoder som återvinning av regnvatten och ett slutet vattenkretslopp är innovativa tekniker som främjar just detta. På samma sätt blir mål 14 “Hav och marina resurser” avgörande eftersom dessa tekniker leder till att vattenresurser återanvänds i produktionsprocessen och därmed inte förorenar hav eller marina resurser. Till sist är också mål 12 “Hållbar produktion och konsumtion” relevant då effektiv vattenanvändning är en del av en hållbar och ansvarsfull tillverkningsprocess eftersom innovativa tekniker såsom ultraljudstvättmaskiner gör att en mindre mängd energi

används till bland annat uppvärmning i produktionsprocesser och på så sätt gör produktionen mer hållbar.

4.4 Material

4.4.1 Snabbmode

- **Initiativ kring fiber odling och materialframställning**

Snabbmodesektorn implementerar hållbarhetsstrategier för ansvarsfullt inköp av material och för att öka mängden återvunnet material i produktion. Detta görs exempelvis genom ett medlemskap i Textile Exchange, en ideell global organisation vars arbete fokuserar på att behandla kärnproblemet och omvandla Tier 4-leverantörers fiber odling från att vara konventionellt till att bli regenerativt (Textile Exchange A & B, u.å.).

Vi arbetar med att anpassa oss till Textile Exchanges definition av föredragna fibrer och material: "En fiber eller råvara som konsekvent ger minskade påverkan och ökade fördelar för klimatet, naturen och människorna jämfört med det konventionella motsvarigheten, genom ett holistiskt tillvägagångssätt för att omvandla produktionssystemen." Textile Exchanges verktyg, Preferred Fiber and Material Matrix (PFMM), ger ytterligare klarhet kring vad som utgör ett "föredraget" material per materialkategori. (H&M Group B, 2024 s. 143).

Genom att snabbmodesektorn aktivt arbetar med att välja föredragna material med hjälp av Textile Exchanges definition av föredragna material och deras PFMM, försöker de minska negativa miljömässiga effekter av produktionen. Detta relaterar till FN:s globala hållbarhetsmål 12, "Hållbar konsumtion och produktion". I mål 13, "Bekämpa klimatförändringar", är ett av huvudmålen att minska utsläppen av växthusgaser för att begränsa den globala uppvärmningen (Globala målen E, 2022). Genom att välja material med lägre klimatavtryck och arbeta för att omvandla fiberodlingspraxis till mer regenerativa och hållbara metoder, kan snabbmodesektorn bidra till att minska koldioxidutsläpp och därigenom bekämpa klimatförändringarna.

Better Cotton är ett annat initiativ som företag och koncerner inom snabbmodesektorn är medlemmar i. Organisationen främjar bättre standarder inom bomullsodlingindustrin (Better Cotton Initiative u.å.). Ett initiativ av Better Cotton är verktyget Better Cotton Traceability som används av H&M Group. Verktyget säkerhetsställer för medlemmarna vilka specifika

länder produkterna kommer från och bidrar därmed till ökad transparens i leveranskedjan (H&M Group A, 2024). Nedan följer ett exempel på hur snabbmodesektorn arbetar med initiativet gällande odling och framställning av fiber och material:

Genom att hämta bomull genom Better Cotton-programmet stöder Varner Better Cottons arbete med att träna bönder och jordbruksarbetare i mer hållbara jordbruksmetoder, minska användningen av bekämpningsmedel, hantera vattenförbrukning och bygga upp markhälsa. Detta hjälper bönderna att implementera bättre jordbrukspraxis för att bli mer motståndskraftiga i framtiden. (Varner Group A, 2023 s. 99).

Inom mål 14, som handlar om att skydda och bevara hav och marina resurser (Globala målen F, 2022), bidrar snabbmodeindustrins arbete med att minska användningen av bekämpningsmedel och förvalta vattenförbrukningen vid fiberodling i samarbete med Better Cotton till att minska föroreningar och negativa effekter på marina ekosystem.

När det gäller mål 15, som syftar till att bevara och återställa ekosystem och biologisk mångfald (Globala målen G, 2022) är användningen av Better Cotton-programmet ett exempel på hur snabbmodesektorn bidrar till att skydda den biologiska mångfalden. Genom att stödja bönder och jordbruksarbetare i att implementera mer hållbara jordbruksmetoder och förbättra markhälsan, bidrar snabbmodesektorn till att bevara och återställa vitala ekosystem som är avgörande för biologisk mångfald och livsmiljöer för många arter. Better Cotton bistår industrin med kunskap och vägledning för att minska klimatpåverkan, vattenförbrukningen vid odling av bomull och främjande av den biologiska mångfalden. Dessutom, genom införandet av Better Cotton Traceability, ökar snabbmodeindustrins transparens i leveranskedjan, vilket kan hjälpa till att säkerställa att produkterna källas ansvarsfullt och uppfyller de hållbarhetsmål som fastställts. Detta bidrar till att öka förtroendet för att målen gällande hållbar konsumtion och produktion samt bekämpa klimatförändringar uppnås.

4.4.2 Lyxmode

- Efterförsäljningsservice

Lyxmodesektorn erbjuder enligt hållbarhetsrapporterna ett flertal efterförsäljningstjänster utan extra kostnad till kunder för att förlänga livslängden på produkter. Detta utgör en grund för

lyxmodesektorns strävan efter excellens, hantverk och kvalitet (LVMH 2023). Ett exempel på vilka tjänster lyxmodesektorn erbjuder är:

Denna strategi, som bygger på underhåll, mindre och större reparationer, omändring och återvinning, hjälper till att förlänga produktlivet i varje skede av cykeln. Viktigt är att den även förstärker varumärkesbilden och relationen till kunderna. (LVMH 2024, s. 86).

Genom att erbjuda efterförsäljningsservicer för sålda produkter, såsom reparationer och uppdateringar, strävar lyxmodesektorn efter att förlänga livslängden på kläder och accessoarer. Med hjälp av att tillhandahålla sådana tjänster möjliggör företagen för kunden att behålla och ansvarsfullt vårda produkter istället för att köpa nya. Detta främjar ett mer hållbart konsumtionsmönster, där kvalitet och hållbarhet prioriteras framför snabb förnyelse och avfall. På så sätt bidrar lyxmodesektorn till att minska trycket på naturresurser och minska mängden avfall som genereras, vilket är centralt för att uppnå mål 12 om "Hållbar konsumtion och produktion".

- Riktlinjer och innovativa lösningar för användning av proteinbaserade fiber

Resultatet tyder på att det är vanligt förekommande bland lyxvarumärken att implementera olika policys och standarder för att hantera förbrukning av djurmaterial, exempelvis Leather Working Group (LWG). Dessutom förekommer även andra initiativ som företagen själva har skapat i syfte att främja den biologiska mångfalden och skydda djur och ekosystem. LIFE 360 av LVMH är ett sådant exempel:

LVMH förnyade sina mål att bevara den biologiska mångfalden och öka den kollektiva medvetenheten om frågan under LIFE 360 Summit. För att uppnå detta hölls workshops med fokus på ämnet, där en stor karta över biologisk mångfald visades. Koncernen organiserade också ett panelsamtal om djurskydd under toppmötet. Maisons vidtar åtgärder för att uppnå målet att 100 % av de strategiska råvarorna (päls, läder, exotiskt läder, ull) ska omfattas av de högsta djurskyddsstandarderna senast 2026, i linje med de krav som fastställts av koncernen, framför allt Animal-based Raw Materials Sourcing Charter som infördes 2019. (LVMH 2024, s. 96).

Ett exempel på hur lyxvarumärken enligt hållbarhetsrapporterna arbetar med innovativa metoder i tillverkningsprocessen av proteinbaserade fiber är Kering's investering i Vitro Labs, ett hjälpmedel att bygga världens första pilotproduktion av cellodlad läder. Det beskrivs vara en banbrytande utveckling som genom teknik replikerar äkta koskinnceller i ett laboratorium (Kering B, u.å.). Genom att inte använda de faktiska djuren minskas påverkningarna som är förknippade med konventionellt läder och djurhållning, såsom påverkan på markanvändning och växthusgasutsläpp.

Detta visar på att lyxmodesektorn implementerar strategier för att minska påverkan på den biologiska mångfalden genom att applicera policier och standarder över hur de använder proteinbaserade fiber. Arbete för att främja biologisk mångfald prioriteras även genom de innovativa teknikerna som Vitro Labs använder för framställningen av kocellsläder, då det ämnar till att utveckla alternativa metoder för framställan av läder. Dessa strategier kan därmed kopplas till mål 15 "Ekosystem och biologisk mångfald". Genom att tillhandahålla transparens kring leveranskedjor, kräva certifieringar och utvärderingar av sina leverantörer samt arbeta med policys och standarder för att hantera förbrukningen av djurmaterial, visar lyxmodesektorn sitt erkännande av det globala behovet att skydda biologisk mångfald och bevara ekosystemen. Via dess ansvarstagande för modeindustrins påverkan på naturen genom policys och stöd av innovativa tekniker, bidrar lyxmodesektorn till att uppnå FN:s globala mål 15 och främjar därigenom en mer hållbar och ansvarsfull användning av naturresurserna.

5. Diskussion

5.1 Likheter och skillnader i förhållande till tidigare forskning

I resultatdelen identifierades vilka miljömässiga hållbarhetsstrategier som snabb- och lyxmodekoncernerna fokuserar på utifrån det framtagna SSCM-ramverket. Det redogörs också för vilka FN-mål som strategierna kopplas till. Diskussionen kommer därför att diskutera vilka likheter och skillnader som identifierats mellan sektorernas hållbarhetsåtgärder utifrån teman *material*, *kemikaliehantering*, *vatten- och energiförbrukning* samt *riskhantering*.

Tidigare forskning av Lo och Ha-Brookshire (2018) belyser att lyxmodeindustrins fokus ligger på att erbjuda exklusivitet, kvalitet och hantverk. Resultatet visar att koncernerna behåller denna värdegrund när de åtar hållbarhetsstrategier i form av efterlevnadstjänster, en service som förlänger livslängden på produkterna. Kvalitet och exklusivitet uppnås även genom att de prioriterar djurbaserade material såsom läder, vilket är fördelaktigt för livslängden på produkten. Emellertid konstaterar Kaur, Choudhary och Tyagi (2024) att lyxmodeindustrin inte arbetar mot en cirkulär ekonomi eftersom användningen av återvunnet och återanvändbart material inte är en prioritet, då lyxmodeindustrin enligt Karaosman et al. (2020) istället prioriterar unika och sällsynta material. Resultatet bekräftar till viss del detta resonemang eftersom ingen strategi har identifierats för att prioritera övergången från läder till alternativa eller återvunna material. Istället är fokus på att främja biologisk mångfald genom att utveckla innovativa tillverkningsmetoder för läder, vilket kan ses som en miljömässig hållbarhetsstrategi som fortfarande möjliggör att lyxmodesektorn kan bevara dess värdegrund om kvalitet och hantverk. Det framgår därför av resultatet att lyxmodeindustrin enligt hållbarhetsrapporterna, i enlighet med tidigare forskning av Hennings et al. (2013), inkluderar miljömässig hållbarhet som en del av dess värdegrund. Dess åtgärder skiljs däremot från de som vanligtvis fokuseras på inom snabbmodeindustrin, vilket kan ses som en följd av att sektorernas affärsmodeller är olika.

Snabbmodesektorn hänvisar inte till användningen av djurmaterial i samma utsträckning som lyxmodesektorn. Resultatet visar istället att de enligt hållbarhetsrapporterna fokuserar på hållbarhetsstrategier inom fiber odling och omvandlingen till återvunna och föredragna material, vilket styrker Peters, Li, Lenzens (2021) resonemang om att snabbmodeföretag blir alltmer medvetna och börjar implementera miljömässiga hållbarhetsstrategier i värdekedjan.

Eftersom snabbmodesektorn fokuserar på en storskalig och snabb produktion av kläder, som Li et al. (2024) styrker, ligger inte fokuset på unika och sällsynta material utan mer lättillgängliga som exempelvis bomull. Därför prioriteras istället certifieringar som Better Cotton Initiative för att säkerställa miljömässiga strategier vid val av material.

I tillverkningsprocessen finns vissa likheter mellan snabb- och lyxmodesektorn. Båda följer ZDHC:s riktlinjer för att hantera kemikalier på liknande sätt, vilket beror på befintliga regler och lagar kring kemikaliehantering. Den etablerade kemikalielagstiftningen har lett till att både snabb- och lyxmodesektorn deltar i ZDHC som de uträttat kemikalielistan för begränsade ämnen (MRSL) utefter. Detta visar på att lagstiftning har lett till att leverantörer oavsett sektor inom modeindustrin hanterar kemikalier efter lika premisser, vilket motsäger Brewers (2019) påstående om att lagar och regler inom modeindustrin anses ineffektiva när det kommer till hållbarhetsstrategier. Även om deltagandet i ZDHC är frivilligt är det ett effektivt verktyg för att säkerställa att MRSL delas med leverantörerna, då det enligt Naturvårdsverket (2020) är ett krav.

Resultatet visar även att lyxmodesektorn åtar hållbarhetsstrategier för vattenförbrukning och energieffektivitet, två förekommande strategier även i snabbmodesektorn. Detta stämmer därav överens med tidigare forskning av Jacqueline, Hussain och McColl (2020) som hävdar att lyxmodesektorn och hållbarhet är kompatibelt. Dessa miljömässiga strategier arbetar båda sektorerna på liknande sätt med. Däremot finns det ett tydligt mönster i vilken energicertifiering som lyxmodeindustrin väljer att försöka uppnå. Som nämnt i resultatet ökar LEED-certifieringen värdet på faciliteter, vilket återigen kan kopplas till att lyxmodesektorn prioriterar kvalitet, prestige och exklusivitet. Niinimäki et al. (2020) konstaterar att snabbmodesektorn ökar vatten- och energiförbrukning i produktion. Resultatet visar att de delvis försöker åtgärda detta problem genom att införa program och initiativ för att minska vattenförbrukningen i produktionsprocessen genom att bland annat uppgradera produktionsanläggningar och implementera återvinningssystem för regn- och avloppsvatten. Ett exempel på det från resultatet är Higg FEM, ett verktyg som hanterar miljöprestandan internt och externt inom företagen för bland annat vattenhantering. Därav är det ett fördelaktigt verktyg att använda inom modeindustrin. Dessa strategier möjliggör för snabbmodeindustrin att hantera vattenresurser bättre utan att förorena dagvatten. Däremot uppmärksammas inte problemet med energianvändning i samma utsträckning i

hållbarhetsrapporterna inom snabbmodesektorn, vilket visar på att lyxmodesektorn har kommit längre inom detta avseende.

Utifrån resultatet finns en tydlig skillnad mellan snabb- och lyxmodesektorn när det kommer till riskhantering. Det är märkbart mer uppmärksammat inom snabbmodeindustrin att genomföra riskanalyser där majoriteten av företagen använder TFCD som vägledning för hantering av klimatrelaterade risker, medan en minoritet av lyxmodesektorn utgår från deras riktlinjer. En annan tydlig skillnad inom riskhantering som framkommer i resultatet är att lyxmodesektorn fokuserar på att bedriva forskning framåt, vilket inte är märkbart inom snabbmodesektorn i samma utsträckning, och identifieras därmed inte i resultatet. Detta innebär därför att lyxmodesektorn aktivt bidrar till att finna nya innovationer som förbättrar konventionella produktions- och jordbruksmetoder, samt minskar klimatpåverkan. De samarbetar som tidigare nämnt med universitet, såsom Imperial College London och Central Saint Martins (LVMH 2023), samt forskningsorganisationer inom olika forskningsområden för att identifiera nya innovativa material och metoder som främjar hållbar utveckling. Detta utgör därmed en betydande skillnad mellan sektorerna när det kommer till miljömässigt åtagande för innovationsprojekt.

Resultatet bidrar i praktiken till att snabb- och lyxmodesektorerna kan ta lärdom av varandra för att skala upp och utveckla det miljömässiga hållbarhetsarbetet. Syftet att jämföra snabb- och lyxmodesektorernas hållbarhetsstrategier och identifiera skillnader och likheter mellan dessa är därmed uppnått. Vi kan därför konstatera att det finns en del likheter mellan sektorerna, men även olikheter där olika fokusområden inom miljömässig hållbarhet prioriteras, vilket beror till viss del på de olika affärsmodellerna. Därför kan studien hjälpa till att belysa de strategier som sektorerna enligt hållbarhetsrapporterna lägger mer och mindre fokus på, vilket ger möjligheten till att utveckla de miljömässiga brister som råder inom sektorerna. Sammanfattningsvis bidrar studien främst till en ökad förståelse för den europeiska modeindustrins hållbarhetsåtgärder genom att identifiera vilka miljömässiga hållbarhetsstrategier respektive sektor åtar utifrån den information som kommuniceras i hållbarhetsrapporterna. Inkluderingen av FN:s globala mål i det teoretiska ramverket har tydliggjort vilka miljömässiga hållbarhetsstrategier som prioriteras och hur dessa används i strävan efter att uppnå de globala målen som avser miljömässig hållbarhet.

Genom att belysa likheter och skillnader mellan lyx- och snabbmodeföretag när det gäller miljömässiga hållbarhetsstrategier, kan studien därmed vara värdefull för branschorganisationer och beslutsfattare inom modeindustrin. Detta kan hjälpa till att forma framtida riktlinjer och lagstiftning för att främja hållbar utveckling inom branschen. Studien kan dessutom användas av olika interna och externa intressenter samt aktörer involverade i värdekedjans hållbara utveckling, i syfte att främja miljömässiga strategier och bidra till en mer ansvarsfull modebransch.

6. Slutsats

Genom denna studie kan vi konstatera att snabb- och lyxmodesektorerna enligt hållbarhetsrapporterna använder ett flertal miljömässiga hållbarhetsstrategier som främjar hållbar utveckling och bidrar till att minska dess miljöpåverkan. De strategier som har identifierats kopplas främst till ett ansvarsfullt nyttjande av resurser såsom vatten- och energiförbrukning, hantering av material och kemikalier, värnandet om ekosystem och biologisk mångfald samt produkters livslängd och klimatrelaterade risker. Studien indikerar även att det finns tydliga likheter och skillnader mellan sektorernas miljömässiga hållbarhetsinsatser, där skillnaderna huvudsakligen kan härledas till deras affärsmodeller. Lyxmodebranschen betonar kvalitet, hantverk, prestige och exklusivitet, medan snabbmodesektorn fokuserar på massproduktion och snabba leveranser. De identifierade skillnaderna omfattar framförallt materialval, efterförsäljningsservice och riskanalys. Emellertid finns det likheter, särskilt när det gäller efterlevnad av lagstiftning, särskilt inom områden som kemikaliehantering som regleras genom lagar.

Sammanfattningsvis kan slutsatsen dras att snabb- och lyxmodesektorerna utefter hållbarhetsrapporterna implementerar ett flertal hållbarhetsstrategier, men att prioriteringarna varierar på grund av de olika affärsmodellerna. Därav finns det märkbara likheter och skillnader mellan de miljömässiga arbetssätten mellan sektorerna.

6.1 Begränsningar och förslag för framtida forskning

En begränsning med studien är det smala urvalet som hade kunnat kompletteras med fler koncerner och företag vilket hade ökat studiens tillförlitlighet och gett en bredare grund för resultatet. Det finns ett antal koncerner och företag inom vardera sektor som hade kunnat bidra till en bredare jämförelse och genom att inkludera företag utanför Europa, täcks även en större del av den globala modebranschen in vilket bidrar till en ökad överförbarhet av information. Därav är detta ett relevant förslag för framtida forskning. Vidare är insamling av sekundärdata en begränsning, eftersom studiens resultat och diskussion utgår ifrån att informationen i hållbarhetsrapporterna är i linje med företagets praktiska handlingar, vilket inte alltid är fallet. Därav kan framtida studier komplettera datainsamlingen med intervjuer för att använda primärdata som kan säkerställa att hållbarhetsrapporteringen stämmer överens med verkligheten. Användningen av primärdata ger en mer detaljerad bild av vilka hållbarhetsstrategier den europeiska modeindustrin åtar direkt från aktörer inom branschen.

Dessutom är det relevant att inkludera leverantörers synsätt med hänsyn till SSCM-ramverket för att berika forskningen kring den europeiska modeindustrins hållbarhetsstrategier. Till sist kan vidare forskning genomföras med liknande tillvägagångssätt där sektorernas sociala och ekonomiska hållbarhetsstrategier jämförs, eftersom denna studie är avgränsad till miljömässig hållbarhet inom den europeiska modesektorn.

7. Referenslista

Achabou, A. K., & Dekhili, S. (2013). Luxury and sustainable development: Is there a match? *Journal of Business Research*, 66, 1896–1903.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.011>

Aggarwal, E., Singh, A.B. and Misra, R. (2024). "Does consumption values and ascribed responsibility predict attitudes towards sustainable luxury brands", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 41 No. 2, pp. 180-195. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2023-6058>

Bartl A., & Ipsmiller, W. (2023). Fast fashion and the Circular Economy: Symbiosis or antibiosis? *Waste Management & Research*. 41(3):497-498.
doi:10.1177/0734242X221149639 [Hämtad 13-03-2024]

Beckham, D. & Voyer, B. (2013). Can Sustainability Be Luxurious? A Mixed-Method Investigation of Implicit and Explicit Attitudes Towards Sustainable Luxury Consumption. *Advances in Consumer Research*, Vol.42, p.245.
<https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=f07d9815-4aaf-4136-9b49-ae5dad1500f5%40redis>

Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2022). *Business research methods*. Sixth edition. Oxford: Oxford University Press.

Better Cotton Initiative. (u.å.) *2030 strategy*.
<https://bettercotton.org/who-we-are/our-aims-strategy/2030-strategy/> [Hämtad 15-05-2024]

Borrion, A., Black, M. J. & Mwabonje, O. (2021). *Life cycle assessment: a metric for the circular economy*. 1st ed. Cambridge: Royal Society of Chemistry.

Brewer, M. K. (2019). Slow Fashion in a Fast Fashion World: Promoting Sustainability and Responsibility. *Laws*, 8(4), 24-. <https://doi.org/10.3390/laws8040024>

A) Burberry. (u.å.). *Heritage*. <https://se.burberry.com/c/burberry-heritage/> [Hämtad 15-05-2024]

B) Burberry. (u.å.). *Annual Report 2022/2023*.
<https://www.burberryplc.com/content/dam/burberryplc/corporate/documents/annual-report-2022-23/Annual-report-2022-23.pdf> [Hämtad 30-05-2024]

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D. & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25 (8), doi:[10.1177/1744987120927206](https://doi.org/10.1177/1744987120927206).

Catry, B. (2003). The Great Pretenders: The Magic of Luxury Goods, *Business Strategy Review*, 14(3). DOI: 10.1111/1467-8616.00267

Chang, W.-Y., Taecharungroj, V., & Kapasuwan, S. (2022). Sustainable Luxury Consumers' Preferences and Segments: Conjoint and Cluster Analyses. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 14(15), 9551-. <https://doi.org/10.3390/su14159551>

Curran, M. A. (2015). *Life cycle assessment student handbook*. Scrivener Publishing.

Dekhili, S., Achabou, M., & Alharbi, F. (2019). Could sustainability improve the promotion of luxury products? *European Business Review*, 31(4), 488–511. <https://doi-org.lib.costello.pub.hb.se/10.1108/EBR-04-2018-0083>

Di Leo, A., Sfodera, F., Cucari, N., Mattia, G. and Dezi, L. (2023). Sustainability reporting practices: an explorative analysis of luxury fashion brands, *Management Decision*, Vol. 61 No. 5, pp. 1274-1297. <https://doi-org.lib.costello.pub.hb.se/10.1108/MD-02-2022-0142>

Eccles, R. G., & Krzus, M. P. (2010). *One report: integrated reporting for a sustainable strategy* (1st ed.). WILEY.

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications> [Hämtad 11-04-2024]

Europakommissionen. (2022). *Commission Staff Working Document: Restrictions Roadmap under the Chemicals Strategy for Sustainability*. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/49734> [Hämtad 13-05-2024]

Ferrero-Ferrero, I., Muñoz-Torres, M. J., Rivera-Lirio, J. M., Escrig-Olmedo, E., & Fernández-Izquierdo, M. Á. (2023). SDG reporting: an analysis of corporate sustainability leaders. *Marketing Intelligence & Planning*, 41(4), 457–472. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2022-0332>

Fionda, A. M., & Moore, C. M. (2009). The anatomy of the luxury fashion brand. *The Journal of Brand Management*, 16(5–6), 347–363. <https://doi.org/10.1057/bm.2008.45>

A) Globala Målen. (u.å.). *Om globala målen*. <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/> [Hämtad 12-05-2024]

B) Globala målen. (2022). *Mål 6: Rent vatten och sanitet för alla*. <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-6-rent-vatten-och-sanitet/> [Hämtad 15-05-2024]

C) Globala målen. (2022). *Mål 7: Hållbar energi för alla*. <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-7-hallbar-energi-alla/> [Hämtad 15-05-2024]

D) Globala målen. (2022). *Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion*. <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/>

[Hämtad 15-05-2024]

E) Globala målen. (2022). *Mål 13: Bekämpa klimatförändringar*.

<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-13-bekampa-klimatforandringarna/>

[Hämtad 13-05-2024]

F) Globala målen. (2022). *Mål 14: Hav och marina resurser*.

<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-14-hav-och-marina-resurser/> [Hämtad 13-05-2024]

G) Globala målen. (2022). *Mål 15: Ekosystem och biologisk mångfald*.

<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-15-ekosystem-och-biologisk-mangfald/>

[Hämtad 13-05-2024]

H&M Group. (u.å.). *Brands*. <https://hmgroup.com/brands/> [Hämtad 16-04-2024]

H&M Group. (u.å.). *History*. <https://hmgroup.com/about-us/history/> [Hämtad 16-04-2024]

A) H&M Group. (2024). *H&M Group Sustainability Disclosure 2023*.

<https://hmgroup.com/wp-content/uploads/2024/03/HM-Group-Sustainability-Disclosure-2023.pdf> [Hämtad 30-05-2024]

B) H&M Group. (2024). *H&M Group Annual and Sustainability Report 2023*.

<https://hmgroup.com/wp-content/uploads/2024/03/HM-Group-Annual-and-Sustainability-Report-2023.pdf> [Hämtad 30-05-2024]

Hennigs, N., Wiedmann, K., Klarmann, C., & Behrens, S. (2013). Sustainability as part of the luxury essence: Delivering value through social and environmental excellence. *The Journal of Corporate Citizenship*, 2013(52), 25–35.

<http://costello.pub.hb.se/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/sustainability-as-part-luxury-essence-delivering/docview/1503663206/se-2>

Inditex. (u.å.). *History*. <https://www.inditex.com/itxcomweb/en/group/history> [Hämtad 16-04-2024]

Inditex. (2024). *Statement of non-financial information 2023*.

https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/cc6b203a-de08-4ff9-8989-e0ca52e03472/Statement_of_Non_Financial_Information_2023.pdf?t=1710759711321 [Hämtad 30-05-2024]

Jacqueline, C. F., Hussain, D., & McColl, R. (2020). Luxury fashion and sustainability: looking good together. *The Journal of Business Strategy*, 41(4), 55-61.

<https://doi.org/10.1108/JBS-05-2019-0089>

Karaosman, H., Perry, P., Brun, A., & Morales-Alonso, G. (2020). Behind the runway: Extending sustainability in luxury fashion supply chains, *Journal of Business Research*,

Volume 117, Pages 652-663, ISSN 0148-2963. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.017>.

Kaur, H., Choudhary, S., Manoj, A., & Tyagi, M. (2024). Creating a sustainable future: insights into brand marketing in the luxury fashion industry. *Cogent Business & Management*, 11 (1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2328391>

A) Kering. (u.å.). *Houses*. <https://www.kering.com/en/houses/>. [Hämtad 16-04-2024]

B) Kering. (u.å.). *Sustainability Progress Report 2020-2023*. https://www.kering.com/api/download-file/?path=Kering_Sustainability_Progress_Report_20_2023_ad0d18f12c.pdf [Hämtad 30-05-2024]

Ko, E., Costello, J. P., & Taylor, C. R. (2019). What is a luxury brand? A new definition and review of the literature. *Journal of Business Research*, 99, 405–413. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.023>

Körner, S., & Wahlgren, L. (2015). *Statistiska metoder*. Tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur.

Lathuillière, M.J., Patouillard, L., Margni, M., Ayre, B., Löfgren, P., Ribeiro, V., West, C., Gardner, T.A. & Suavet, C. (2021). A commodity supply mix for more regionalized life cycle assessments. *Environ. Sci. Technol.*, 55, pp. 12054-12065. <https://doi.org/10.1021/acs.est.1c03060>

Lee Park, C., Fracarolli Nunes, M., & Paiva, E. L. (2021). (Mis)managing overstock in luxury: Burning inventory and brand trust to the ground. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1664–1674. <https://doi.org/10.1002/cb.1990>

Li, Z., Zhou, Y., Zhao, M., Guan, D & Yang, Z. (2024). The carbon footprint of fast fashion consumption and mitigation strategies - a case study of jeans. *Science of The Total Environment*, 924(1). <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2024.171508>

Lion, A., Macchion, L., Danese, P., & Vinelli, A. (2016). Sustainability approaches within the fashion industry: the supplier perspective, *Supply Chain Forum: An International Journal*, 17:2, 95-108, DOI: 10.1080/16258312.2016.1176752

Lo, C. K. Y., & Ha-Brookshire, J. (2018). *Sustainability in Luxury Fashion Business*. Springer Singapore Pte. Limited. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-8878-0>

LVMH. (u.å.). *Fashion & leather goods*. <https://www.lvmh.com/houses/fashion-leather-goods/> [Hämtad 16-04-2024]

LVMH. (2024). *2023 Social and environmental responsibility report - committed to positive impact*. https://r.lvmh-static.com/uploads/2024/04/lvmh_committed_to_positive_impact_2023-1.pdf [Hämtad 30-05-2024]

Mok, A., Yu, H., & Zihayat, M. (2022). The trends of sustainability in the luxury fashion

industry: A Triple Bottom Line analysis, *Journal of Global Fashion Marketing*, 13:4, 360-379, DOI: 10.1080/20932685.2022.2085601

Naturvårdsverket. (2020). *Vägledning om produktvalsprincipen*.

<https://www.naturvardsverket.se/4ac15d/contentassets/3d734eea8e624e39b6ae9d08b63d31ae/201019-vagledning-om-produktvalsprincipen.pdf> [Hämtad 13-05-2024]

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T. & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nat Rev Earth Environ* 1, 189–200.

<https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>

One Planet Business for Diversity. (u.å.). *Home*. <https://op2b.org/home/> [Hämtad 13-05-2024]

Papasolomou, I., Melanthiou, Y., & Tsamouridis, A. (2023). The fast fashion vs environment debate: Consumers' level of awareness, feelings, and behaviour towards sustainability within the fast-fashion sector, *Journal of Marketing Communications*, 29:2, 191-209, DOI: 10.1080/13527266.2022.2154059

Peters, G., Li, M & Lenzen, M. (2021). The need to decelerate fast fashion in a hot climate - A global sustainability perspective on the garment industry. *Journal of Cleaner Production*. 295(1). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126390>

Prada Group. (u.å.). *Brands*. <https://www.pradagroup.com/en/brands/prada.html> [Hämtad 16-04-2024]

Prada Group. (2024). *Sustainability report 2023*.

https://www.pradagroup.com/content/dam/pradagroup/documents/Responsabilita_sociale/2024/Report-CSR-2023/e-Prada_Group_2023_Sustainability_Report.pdf [Hämtad 30-05-2024]

Primark. (u.å.). *Primark sustainability and ethics progress report 2023/2023*.

<https://primark.a.bigcontent.io/v1/static/primark-sustainability-and-ethics-progress-report-2022-23> [Hämtad 30-05-2024]

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2018). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Fjärde upplagan. Lund: Studentlitteratur.

Road Map To Zero. (2024). *Homepage*. <https://www.roadmaptozero.com/> [Hämtad 14-05-2024]

Roy, V., Schoenherr, T., & Charan, P. (2018). The thematic landscape of literature in sustainable supply chain management (SSCM): A review of the principal facets in SSCM development. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(4), 1091-1124. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-05-2017-0260>

Science Based Targets. (u.å.). *How it works*. <https://sciencebasedtargets.org/how-it-works> [Hämtad 12-05-2024]

Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a Literature Review to a Conceptual Framework for Sustainable Supply Chain Management. *Journal of Cleaner Production*. 16. 1699-1710. 10.1016/j.jclepro.2008.04.020.

Textile Exchange, A. (u.å.). *Our Story*. <https://textileexchange.org/our-story/> [Hämtad 12-05-2024]

Textile Exchange, B. (u.å.). *Climate vision*. <https://textileexchange.org/climate-vision/> [Hämtad 12-05-2024]

The Fashion Pact. (u.å.). *Homepage*. <https://www.thefashionpact.org/> [Hämtad 12-05-2024]

The Scandinavian Textile Initiative for Climate Action. (u.å.). *Homepage*. <https://sustainablefashionacademy.org/stica/> [Hämtad 12-05-2024]

Thorisdottir, T. S., Johannsdottir, L., Rahbek Gjerdrum Pedersen, E., & Niinimäki, K. (2024). Social, environmental, and economic value in sustainable fashion business models, *Journal of Cleaner Production*, Volume 442, 141091, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141091>

Tsai, K-H. & Liao Y-C. (2017). Sustainability Strategy and Eco-Innovation: A Moderation Model. *Business strategy and the environment*, Vol.26 (4), p.426-437. <https://doi-org.lib.costello.pub.hb.se/10.1002/bse.1926>

Turker, D., & Altuntas, C. (2014). Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: An analysis of corporate reports, *European Management Journal*, Volume 32, Issue 5, Pages 837-849, ISSN 0263-2373, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.02.001>.

United Nations. (u.å.). *About us*. <https://www.un.org/en/about-us> [Hämtad 23-04-2024]

U.S. Green Building Council. (u.å.). *LEED*. <https://www.usgbc.org/leed> [Hämtad 12-05-2024]

Varner Group. (u.å.). *About us*. <https://varner.com/en/about-us/> [Hämtad 16-04-2024]

A) Varner Group. (2023). *Sustainability Report 2022*. <https://varner.com/globalassets/sustainability/varner-sustainability-report-2022-original.pdf> [Hämtad 30-05-2024]

B) Varner Group. (2024). *Sustainability Report 2023*.

<https://varner.com/globalassets/sustainability/varner-sustainability-report-2023-compressed.pdf> [Hämtad 30-05-2023]

Vijayarasa R, Liu M. Fast Fashion för 2030: Använda mönstret för hållbara utvecklingsmål (SDG) för att minska en mer genusjusterad modesektor. *Business and Human Rights Journal* . 2022;7(1) <https://doi.org/10.1017/bhj.2021.29>

Wren, B. (2022). Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: A comparative study of current efforts and best practices to address the climate crisis. *Cleaner Logistics and Supply Chain*. 4(1). <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100032>

Xiaopei Wu, J. and Li, L. (2020). *Sustainability Initiatives in the Fashion Industry*. I Beltramo, R., Romani, A., & Cantore, P. (red.) *Fashion industry an itinerary between feelings and technology*.

https://mts.intechopen.com/storage/books/8542/authors_book/authors_book.pdf

Zhang, B., Zhang, Y. & Zhou, P. (2021). Consumer Attitude towards Sustainability of Fast Fashion Products in the UK. *Sustainability*, 13, 1646. DOI: 10.3390/su13041646.



HÖGSKOLAN I BORÅS

Besöksadress: Allégatan 1 · Postadress: 501 90 Borås · Tfn: 033-435 40 00 · E-post: registrator@hb.se · Webb: www.hb.se