



Gröna lån som produkt inom banksektorn

Motivation och uppfattning till gröna lån

Fredrik Schwalbe & Andreas Normell

Examensarbete/Självständigt arbete • 15 hp

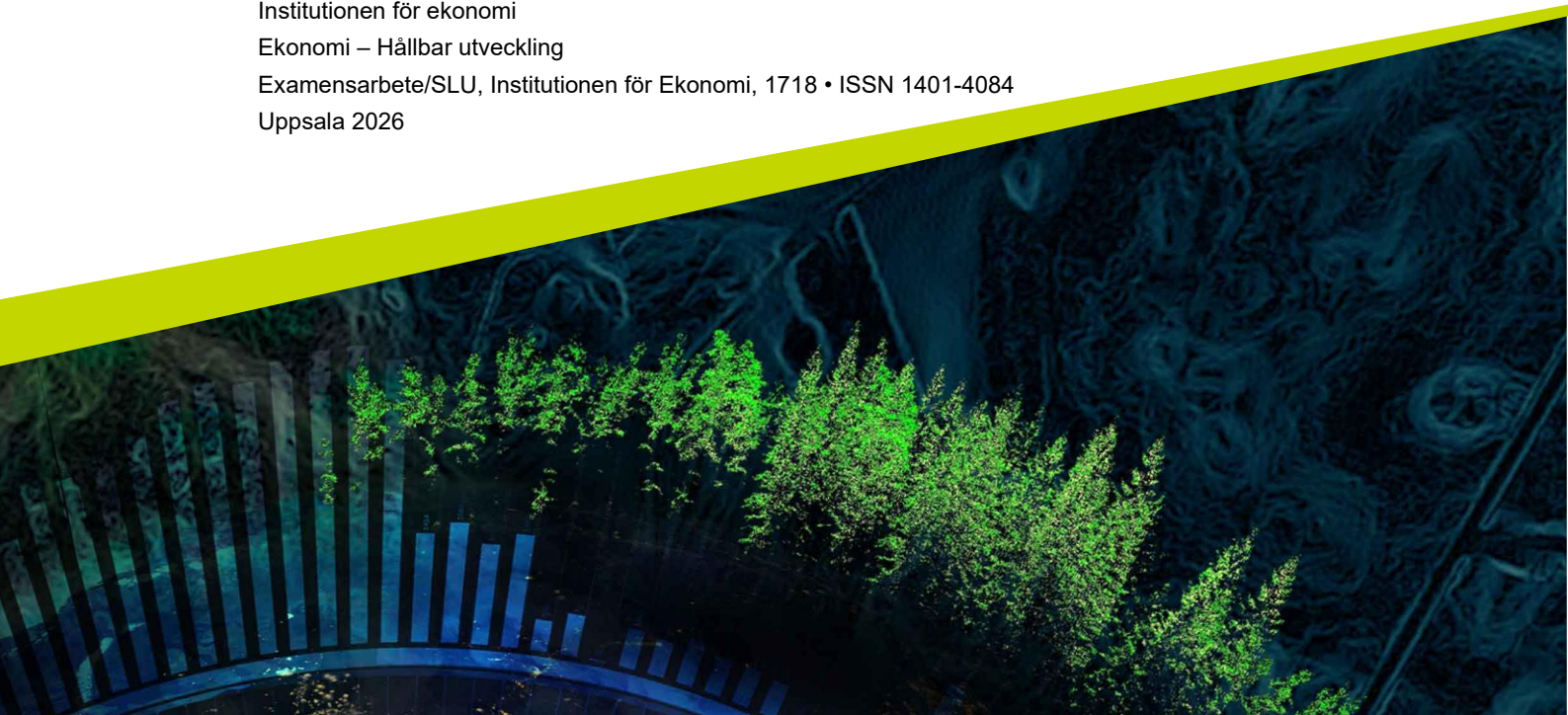
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Institutionen för ekonomi

Ekonomi – Hållbar utveckling

Examensarbete/SLU, Institutionen för Ekonomi, 1718 • ISSN 1401-4084

Uppsala 2026



Gröna lån som produkt inom banksektorn: Motivation och uppfattning till gröna lån.

Fredrik Schwalbe & Andreas Normell

Handledare: Josefina Jonsson, Sveriges lantbruksuniversitet, institutionen för ekonomi
Examinator: Per-Anders Langendahl, Sveriges lantbruksuniversitet, institutionen för ekonomi

Omfattning: 15 hp
Nivå och fördjupning: Grundnivå, G2E
Kurstitel: Självständigt arbete i företagsekonomi, G2E
Kurskod: EX0902
Program/utbildning: Ekonomi – Hållbar utveckling
Kursansvarig inst.: Institutionen för ekonomi
Utgivningsort: Uppsala
Utgivningsår: 2026
Serietitel: Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi
Delnummer i serie: 1718
ISSN: 1401-4084

Nyckelord: gröna lån, legitimitet, institutionella krav, isomorfism, begränsningar

Sveriges lantbruksuniversitet
Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för ekonomi

Tack

Skribenterna vill börja med ett stort tack till handledaren Josefina Jonsson för det stöd och vägledning som har getts under arbetets gång. Din kunskap och hjälpsamhet har underlättat de olika hinder som förekommit under arbetet med denna uppsats.

Vi vill även tacka respondenterna som tagit sig tid att delta i intervjuerna som är en stor del av uppsatsen. Utan ert deltagande hade denna uppsats inte varit möjlig.

Sammanfattning

Denna uppsats har som syfte att bidra med en förståelse för hur anställda inom banksektorn upplever gröna lån samt vad som motiverar banker att tillhandahålla dessa lån. Uppsatsen grundar sig på en kvalitativ metod med semistrukturerade intervjuer med respondenter från två olika banker som har koppling till arbete med gröna lån. Det insamlade materialet har analyserats med en tematisk analys för att sedan genomföra en komparativ fallstudie mellan bankerna.

Resultatet visar att banker använder sig av gröna lån som ett verktyg för att både främja en hållbar utveckling genom att uppmuntra energieffektiva bostäder och övergången mot energieffektivisering. Detta samtidigt som det stärker bankernas hållbarhetsprofil och skapar en legitimitet till bankerna. Sedan visar resultatet att kunder har begränsad kunskap om gröna lån samtidigt som bankernas marknadsföring kan anses som relativt passiv. Fortsättningsvis kan kraven för att kvalificera för gröna lån anses som höga, vilket begränsar möjligheterna att kunna ta del av dessa lån.

Genom att använda institutionell teori och legitimitetsteori kan bankernas arbete med gröna lån förstås utifrån institutionella påtryckningar, konkurrens och isomorfism. Samtidigt bidrar legitimitetsteori förståelse till att banker vill uppfattas som hållbara och legitima av olika intressenter. Dessa två teorier bidrar tillsammans med en förståelse till varför banker erbjuder gröna lån, med hänsyn till miljömässiga ambitioner men även av strategiska motiv.

Nyckelord: Gröna lån, legitimitet, institutionella krav, isomorfism, begränsningar

Abstract

This thesis aims to contribute to an understanding of how employees in the banking sector experience green loans and what motivates banks to provide these loans. The thesis is based on a qualitative method with semi-structured interviews with respondents from two different banks who are connected to work with green loans. The collected material has been analysed using thematic analysis to then carry out a comparative case study between the banks.

The results show that banks use green loans as a tool to both promote sustainable development by encouraging energy-efficient housing and the transition towards energy efficiency. This is done while strengthening the banks sustainability profile and creating legitimacy for the banks. The results also show that customers have limited knowledge about green loans, while the banks marketing can be considered relatively passive. Furthermore, the requirements to qualify for green loans can be considered high, which limits the opportunities to access these loans.

By using institutional theory and legitimacy theory, banks working with green loans can be understood in terms of institutional pressures, competition, and isomorphism. At the same time, legitimacy theory contributes to the understanding that banks want to be perceived as sustainable and legitimate by various stakeholders. Together, these two theories contribute to an understanding of why banks offer green loans, taking into account environmental ambitions but also strategic motives.

Keywords: green loans, legitimacy, institutional requirements, isomorphism, limitation

Innehållsförteckning

Tabellförteckning	9
Förkortningar	10
1. Inledning	11
1.1 Bakgrund	11
1.2 Problemformulering	13
1.2.1 Empiriskt problem	13
1.2.2 Teoretiskt problem	14
1.3 Syfte och frågeställning	15
1.4 Avgränsningar	15
2. Teoretiskt ramverk	16
2.1 Institutionell teori	16
2.1.1 Isomorfism	16
2.2 Legitimitetsteori	17
2.3 Teoretisk syntes	18
3. Metod	20
3.1 Forskningsdesign	20
3.2 Litteraturgenomgång	20
3.3 Empiri	21
3.3.1 Urval	21
3.3.2 Insamling	22
3.3.3 Analysmetod	23
3.4 Metodreflektion	25
3.4.1 Kvalitet	26
3.4.2 Etik	27
4. Empiri	28
4.1 Motivation bakom gröna lån	28
4.1.1 Konkurrens	28
4.1.2 Motivation	30
4.2 Hållbarhet inom banksektorn	31
4.2.1 Lite kännedom hos kunder	31
4.2.2 Marknadsföring	32
4.2.3 Begränsningar att få gröna lån	32
5. Diskussion	34
5.1 Motivation bakom gröna lån	34
5.1.1 Konkurrens	34
5.1.2 Motivation	35

5.2	Hållbarhet inom banksektorn	37
5.2.1	Kännedom hos kunder.....	37
5.2.2	Marknadsföring	38
5.2.3	Begränsningar i att få gröna lån	39
5.3	Sammanfattning	40
6.	Slutsats	42
	Referenser.....	43
	Bilaga 1 – Intervjufrågor för semistrukturerade intervjuer	47
	Bilaga 2 – Kodningsschema intervjuer bank Blå.....	48
	Bilaga 3 – Kodningsschema intervjuer bank Röd	53
	Bilaga 4 – AI deklARATION.....	55

Tabellförteckning

Tabell 1. Respondentöversikt.....	22
Tabell 2. Översikt över intervjuer	22
Tabell 3. Kodningsschema över gemensamma och återkommande trender, för bank Blå (Varje citat har en förkortning, exempelvis R1, F1. Vilket står för respondent 1 och fråga 1). Se ett utförligare kodningsschema under "Bilaga 2".	24
Tabell 4. Kodningsschema över gemensamma och återkommande trender för bank Röd. (Varje citat har en förkortning, exempelvis R1, F1. Vilket står för respondent 1 och fråga 1). Se ett utförligare kodningsschema under "Bilaga 3".	25

Förkortningar

Förkortning	Betydelse
EU	Europeiska unionen
ESG	Environmental, Social & Governance

1. Inledning

Detta kapitel presenterar uppsatsens övergripande ämnesområden och ger en förståelse för gröna lån som undersöks. Inledningsvis kommer bakgrunden att belysa hållbarhetsutvecklingen inom finanssektorn och framväxten av dessa produkter som benämns som gröna lån. Sedan kommer problemformuleringen av forskningsområdet, där uppsatsens syfte och forskningsfrågor kommer presenteras. Kapitlet avslutas med avgränsningar som ligger till grund för uppsatsen.

1.1 Bakgrund

Hållbar utveckling har blivit en alltmer viktig komponent i dagens affärsverksamheter och brukar definieras enligt Brundtlandrapporten från 1987 som menar att ”Hållbar utveckling är en utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina egna behov.” (Brundtland 1987). Begreppet hållbar utveckling har i grunden tre dimensioner som är miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet, dessa tre måste balanseras för att det ska vara möjligt att uppnå hållbar utveckling (Naturvårdsverket, UÅ). Hållbar utveckling har förändrats från att enbart handla om enskilda aktörers val att agera hållbart till att politiken i omvärlden har ändrats (EUR-Lex, UÅ). Agenda 2030 fungerar som ett gemensamt ramverk mellan FN:s medlemsländerna vilket möjliggör samarbete och förändring gällande hållbarhet (ibid.). Organisationer som inkluderas i de 17 globala målen behöver därför ha hållbarhet i samtliga delar av organisationen. Transparens blir en viktig del i organisationens arbete med hållbarhet för att kunna mäta hur de bidrar till de globala målen (Ruiz-Mallén & Heras, 2020).

Banksektorn är en bransch som står under påtryckningar att minska sin klimatpåverkan, detta eftersom banker har tidigare blivit beskyllda för att finansiera miljöförstörande projekt och värdepapper (Inegbedion, 2024). För att förbättra sin miljöpåverkan så kan bankerna göra satsningar på gröna kreditprodukter och hållbara projekt. Tidigare forskning har visat att företag som påverkas av institutionella påtryckningar gör förändringar internt för att uppnå social och ekonomisk legitimitet (ibid.). Förändringarna kännetecknas av policyändringar och omstrukturering för att anses som legitima organisationer utifrån samhällets lagar, normer och krav. Utöver detta kan bankers satsning på hållbarhet förstås som ett strategiskt val för att undvika institutionella påtryckningar vilket annars skulle kunna vilseleda banker från deras vinstmål (ibid.).

Policyändringar och omstruktureringen inom banksektorn går att förstås genom sökandet för legitimitet och dessa nya riktlinjer fungerar som ett verktyg för att

minska gapet av legitimitet mellan samhälle och bank (Ullah, 2020). Verktuget strävar efter att skapa transparens och även konkurrensfördelar på marknaden vilket gynnar både organisation och intressent (ibid). Bankerna kan arbeta mot att uppnå en legitim status från samhället genom att systematiskt arbeta mot dess normer, värderingar och krav (Olateju et al., 2021).

Gröna lån är ett lånealternativ som till skillnad från traditionella lån ger ränterabatt vid energieffektiva bostäder eller energifrämjande investeringar i bostaden som har målsättning att främja den gröna omställningen (Niyazbekova et al., 2024). Energifrämjande investeringar på bostaden kan vara solceller, bergvärme, tilläggsisolering samt flera andra åtgärder för att minska energiförbrukningen. För att stödja denna typ av finansieringsform så erbjuder banker förmånliga villkor till låntagarna som exempelvis ränterabatter (Raji, 2023).

Lånealternativet har blivit en allt viktigare komponent i dagens finansieringssystem än tidigare då den ansågs mer vara en nischad produkt (Mensah, 2025). Men idag ses gröna lån som en byggsten i den hållbara omställningen eftersom gröna lån kan binda samman ekonomisk tillväxt med minskad klimatpåverkan (Gilchrist et al., 2021). I samband med finansieringar av miljömedvetna projekt så kan bankerna öka sin trovärdighet och samtidigt bli mer konkurrenskraftiga (Mir & Bhat, 2022) samt bidra till ett bättre socialt rykte inom sektorn. Tidigare forskning visar även på att banker som tillhandahåller gröna lån kan öka sin prestation på sikt (Ullah, 2020) men att problematiken ligger i erfarenheten av att hitta hållbara projekt (Chen et al., 2024).

Banksektorn har fått alltmer press att agera hållbart genom formella lagar och informella normer. Agenda 2030 hjälper organisationer att genom lagar styra banker mot en grön omställning medan samhällets tryck genom normer, etik tillsammans med bestämmande organ, formar hur banker ska agera. Mot denna bakgrund så kommer uppsatsen att undersöka hur banker motiveras att tillhandahålla gröna lån men även att förstå hur hållbarhet kommuniceras inom banksektorn utifrån ett medarbetarperspektiv.

Bankernas motivation för att tillhandahålla gröna lån går därav att förstå genom institutionell teori. Detta för att förstå hur förändringar både internt och externt påverkar legitimitet och lönsamhet. Även ur ett isomorfistiskt synsätt som innebär att organisationer börjar efterlikna, särskilt genom bankernas utveckling av ett grönt produktutbud.

1.2 Problemformulering

1.2.1 Empiriskt problem

Vid en sammanställning av bankernas hemsidor finns det gemensamma trender som valet av att erbjuda gröna bolån främst är för att stimulera ett mer hållbart boende och minska energiförbrukningen. Genom ränterabatt av 0,10 procentenheter vill de i flera fall uppmuntra kunder att investera i bostaden för att spara energi men som gynnar privatpersoner och samhället. Kraven för gröna bolån är snarlika vilket är energiklass A eller B (vid ett fall C), miljöcertifiering som Svanenmärkt, guld- eller silvercertifiering och passivhusstandard (SEB, UÅ; Handelsbanken, UÅ; Nordea, UÅ; Danske Bank, UÅ; Swedbank, UÅ; SBAB, UÅ; Länsförsäkringar, UÅ).

Bankerna erbjuder även olika typer av blacolån (lån utan säkerhet) i samma syfte som är att energieffektivisera bostaden, de benämns lite olika men energilån och solcellslån är det huvudsakliga. Dessa energilån är lån utan säkerhet men ska användas för att göra bostaden bättre gällande energianvändning, exempelvis som solceller, bergvärme, tilläggsisolera, tjockare fönster och dörrar med flera (SEB, UÅ; Handelsbanken, UÅ; Nordea, UÅ; Swedbank, UÅ; SBAB, UÅ). Dessa lån har en högre ränta än bolån men har en förmånlig ränta i jämförelse mot ett vanligt blacolån.

Banker har gett gröna lån allt större utrymme bland deras produktutbud, vilket kan koppla till den ökade betydelse som hållbarhet har inom banksektorn. Trots denna förändring i utbudet är det ännu otydligt vad som motiverar bankerna till att tillhandahålla dessa produkter. Det är exempelvis otydligheter i hur bankerna väger in aspekter som normer, värderingar, administrativa processer samt lagar i sina beslut (Pyka & Nocoń, 2021; Aksom & Vakulenko, 2023).

Fortsättningsvis kan bankerna uppfattas som otydliga i deras kommunikation om gröna lån, gällande vad det innebär för kunden, vilka krav det är och bankens egna motiv, på respektive hemsida. Detta skapar otydligheter för kunderna vilket kan resultera i en begränsad efterfrågan. Det finns utmaningar om hur hållbarhet både kan tolkas och kommuniceras internt och externt, samt att proaktivitet är nödvändigt (Mehta & Handriana, 2024). Empirin behöver även utvecklas gällande i vilken utsträckning gröna lån används för att framhäva hållbarhetsprofiler inom banksektorn (Pyka & Nocoń, 2021).

Sammantaget är det en begränsad kunskap i vad som motiverar bankerna att tillhandahålla gröna lån. Dessutom kan det förtydligas hur hållbarhet upplevs inom banksektorn hos anställda.

1.2.2 Teoretiskt problem

Tidigare forskning om gröna lån utgår i stor utsträckning från ett konsumentperspektiv samt ett fokus på ekonomiska incitament. Detta genom bidrag och skattelättnader men även andra parametrar som är kopplat till värderingar om hållbarhet och sociala normer (Akin & Akin, 2024; Alamsyah, Kurniawan & Othman, 2024). Detta går därmed att koppla till en förståelse för efterfrågan från konsumenternas perspektiv med avseende på gröna lån, samtidigt som bankernas perspektiv om motivation har förbisetts i stor utsträckning.

Fortsättningsvis är befintliga teorier som i detta fall institutionella teorin och legitimitetsteorin ett hjälpmedel för att förstå hur organisationer påverkas av faktorer som externa krav, normer och önskan att uppfattas som legitima. Institutionell teori kan förstås genom hur formella och informella krav från samhället leder till isomorfism, det vill säga att organisationer börjar efterlikna varandra för att uppnå legitimitet (DiMaggio & Powell, 1983). Vilket är relevant eftersom banker påverkas av liknande institutionella påtryckningar med hänsyn till gröna lån.

Legitimitetsteorin menar att förklara hur bankerna agerar för att uppnå en legitim status för att återspegla samhällets normer och krav. Det går även att se inslag av legitimitetsteori genom hur gröna lån går att koppla till banker och deras hållbarhetsarbete, image och legitimitet. Vilket är relevant i denna uppsats eftersom det kan bidra med en förståelse för tillhandahållandet av gröna lån, samt till bankernas strävan att uppfattas som hållbara och legitima. Samtidigt belyser teorierna delvis den komplexitet med flera samverkande faktorer, där samtliga kan påverka varandra som lönsamhet, lagar, värdering och konkurrens (Gilchrist et al., 2021; Pyka & Nocoń, 2021; Axelsson, et al., 2020).

Sammantaget är det teoretiska problemet att tidigare forskning haft stort fokus på kundperspektiv, och att bankernas motivation att tillhandahålla gröna lån förbisetts. Det finns ett behov av att analysera detta område med dessa teorier, för att skapa förståelse för vad som motiverar banker att tillhandahålla gröna lån.

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att bidra med en förståelse för vad som motiverar banker att tillhandahålla gröna lån. Samt att bidra med en förståelse av hur hållbarhet upplevs inom banksektorn.

- Vad motiverar banker att tillhandahålla gröna lån?
- Hur upplevs hållbarhet inom banksektorn utifrån ett medarbetarperspektiv?

1.4 Avgränsningar

Denna uppsats avgränsar sig till två av Sveriges största banker, såväl att dessa är verksamma i Uppsala län. Syftet är att analysera vad som motiverar banker att tillhandahålla gröna lån samt hur det kommuniceras inom banksektorn. Valet av större banker gör det möjligt att analysera incitament och deras hållbarhetsrelaterade finansiella produkter.

Fortsättningsvis kommer endast gröna kreditprodukter att behandlas i denna uppsats, vilket innebär att andra övriga produkter kommer att exkluderas. Uppsatsen kommer att lägga fokus på hur anställda inom banksektorn upplever hållbarhet och gröna lån, dock kommer inte uppsatsen att belysa kundernas egna perspektiv om gröna lån.

Avslutningsvis är uppsatsen begränsad till ett mindre antal respondenter, som innebär att resultatet inte blir generaliserbart till hela banksektorn.

2. Teoretiskt ramverk

2.1 Institutionell teori

Institutionell teori förklarar hur institutioner fungerar som formella strukturer men även att organisationer formas av ett institutionellt krav utifrån lagar, regler, etik och moral. Syftet är att uppfattas som legitima och att passa in i hur samhället fungerar (Aksom & Vakulenko, 2023). Institutionaliserings inom organisationer innebär de djupt rotade mönster som finns inom den dagliga praktiken, vilket är det som uppfattas som det faktiska sättet att arbeta på trots att det inte är det mest tekniskt effektiva sättet. Teorin belyser vanligen två dimensioner som är den informella institutionen och den formella institutionen som tillsammans behöver samverka för att forma goda organisationer (ibid). Den informella kännetecknas av att organisationens agerande är baserat på beteenden, etik och moraliska åtaganden. Denna typ av institutionella krav är en faktor som påverkar både medarbetare och organisationens bakomliggande handlande som inte syns externt men kan även vara svårt att identifiera internt inom organisationen (ibid).

Den formella institutionen uttrycker organisationens visuella struktur som är formad för att skapa stabilitet. Detta grundar sig på regler, lagar och policys som finns inom organisationen men även i lagstiftning (Aksom & Vakulenko, 2023). Vilket innebär att organisationens agerande grundar sig på att betraktas som en effektiv och modern organisation snarare än det mest tekniska sättet att arbeta inom branschen (ibid).

2.1.1 Isomorfism

När förändringar i den formella dimensionen krockar med informella värderingar uppstår institutionella påtryckningar. Detta kan leda till att organisationer prioriterar legitimitet framför teknisk produktivitet, men kan även leda till isomorfism (Aksom & Vakulenko, 2023). Detta indikerar på att institutionell teori tydliggör varför organisationer genomför förändringar som ofta sker i samband med förväntningar från omgivningen snarare än krav som kommer inifrån (ibid.).

Isomorfism syftar till att förklara hur organisationer inom samma bransch börjar bli mer och mer lika varandra. Detta kan uppstå av flera anledningar men vanligtvis beror det på vad för krav och förväntningar som kommer från samhället (Aksom & Vakulenko, 2023). När organisationer genomgår förändringar av isomorfa anledningar kan det delas in i tre mekanismer som är tvingande, mimetisk och normativ isomorfism. Tvingande isomorfism grundar sig i när formella och informella påtryckningar krockar med varandra från aktörer som organisationen i någon grad är beroende av. Det kan vara en ny miljölagstiftning eller nya typer av krav från staten och EU (DiMaggio & Powell, 1983).

Mimetisk isomorfism syftar till att organisationer efterliknar varandra på grund av intern osäkerhet. Reaktionen från organisationen blir att se efter hur andra branschaktörer gör som de uppfattar som legitima och framgångsrika. Den interna osäkerheten leder därför till att visa upp sig på marknaden i stället för att sträva efter teknisk effektivitet (DiMaggio & Powell, 1983). Detta kan härledas till banksektorn och Sveriges största banker att tillhandahålla gröna lån. Om en enskild bank inte erbjuder motsvarande produkt som övriga aktörer på marknaden kan det resultera i en negativ uppfattning om organisationen.

Normativ isomorfism menar på att organisationer efterliknar varandra eftersom yrkesgrupper inom samma sektor börjar utveckla gemensamma arbetsätt som utvecklas till en standard. Detta kan förekomma av att medarbetarna och chefer inom branschen har likartade utbildningar vilket leder till att arbetsättet efterliknar varandra inom olika organisationer (DiMaggio & Powell, 1983).

2.2 Legitimitetsteori

Denna teori beskriver hur komplexa organisationer är samt hur viktigt det är att de interagerar med sin omgivning för att anpassa sig till samhällets konstruktion (Akhter et al., 2023). Det handlar om att organisationen måste nå upp till en legitim status och detta kan göras genom att forma om sitt eget värdesystem till det som de verkar inom. Legitimitetsarbete handlar om att möta samhällets förväntningar för att minska risken för en dålig uppfattning om organisationen. Detta kan leda till att organisationer kan öka sina marknadsandelar samt öka lönsamheten på sikt (Olateju et al., 2021).

Vidare för att bankerna ska kunna uppfattas som legitima krävs det tydlig kommunikation, för att minska risken för feltolkning och samtidigt vara proaktiv i större utsträckning (Mehta & Handriana, 2024). Gröna lån kan syfta till att bankerna vill uppfattas som legitim men det finns fortfarande hinder i form av höga krav och begränsningar att ta del av dessa lån (Gilchrist et al., 2021).

Företagens legitima status kännetecknas som den målsättning som organisationen strävar mot som leder till social acceptans från samhället (Akhter et al., 2023). Arbetet mot organisationens mål kräver en strategi inom den dagliga praktiken samt beteenden externt från organisationen för att återspegla normer och krav från samhället (Olateju et al., 2021). Legitimiteten är inget fast tillstånd som behålls när den är upprättad utan en ständigt pågående process som kräver arbete mellan organisationens system och samhällets sociala värderingar, normer och krav (ibid.). Legitim status binder samman organisationers arbete med regulatoriska krav och ekonomiska prestationer, där arbetet med socialt ansvar stärker statusen, vilket kan leda till ökad ekonomisk lönsamhet på sikt. I samband med ökad ekonomisk prestation blir målet med legitim status även att överleva på marknaden (ibid.).

Företagen behöver kombinera miljömässiga och sociala frågor i den dagliga praktiken för att anses som legitima (Olateju et al., 2021). En viktig utgångspunkt är att det ska vara frivilligt och finnas en faktisk policy inom organisationen som inte enbart handlar om ekonomiska frågor. Teorin belyser att organisationens insats ska vara kontinuerlig för att bibehålla legitimitet men även att insatsen ska få en faktisk påverkan som när banker ger ränterabatter för gröna kreditprodukter (ibid).

2.3 Teoretisk syntes

För att skapa en fördjupad förståelse över bankernas motivation av att tillhandahålla gröna lån, samt hur hållbarhet upplevs hos medarbetarna inom banksektorn så kombinerar denna uppsats flera teoretiska ramverk. Genom att kombinera institutionell teori som är uppsatsens huvudsakliga teori tillsammans med legitimitetsteori som fungerar som ett kompletterande perspektiv så kan uppsatsens syfte förstås på ett nytt perspektiv. Detta för att skapa nya perspektiv över ämnet men även att detta stärker kvaliteten i uppsatsen med mer detaljerad kunskap samt att det bidrar med en bredare kunskap inom det forskade området (Røykenes, 2008).

Bankernas tillhandahållande av gröna lån går att förstå utifrån institutionell teori och legitimitetsteori. Genom bankernas erbjudande av gröna lån går det att se inslag utifrån institutionell teori specifikt inom delar som rör isomorfism och institutionella påtryckningar. Det går även att se inslag av legitimitetsteori genom hur gröna lån går att sammanlänka med genuint hållbarhetsarbete, image och legitimitet. Kombinationen av dessa två teorier bidrar till att stärka uppsatsen genom att belysa forskningsgapet som finns gällande gröna lån.

Bankernas tillhandahållande av gröna lån kan förstås genom institutionell teori och de två dimensionerna formella och informella institutioner. Formella krav och regler sätter ett ramverk för hur organisationen ska agera. Samtidigt visar den informella delen visar hur normer, etik och moral påverkar organisationens legitimitetsarbete. Dessutom kan teorin hjälpa studien att förstå hur institutionella påtryckningar påverkar och formar organisationer till att möta samhällets förväntningar. Påtryckningarna leder till isomorfism vilket gör det lättare att förstå vad som motiverar banker att tillhandahålla gröna lån.

Legitimitetsteorin bidrar med att förklara att organisationer är komplexa system men även att vikten av att interagera sig med omvärlden för att uppnå legitim status. Banker kan stärka sin legitimitet genom att också tillhandahålla samma tjänster som sina konkurrenter (Olateju et al., 2021), annars kan det leda till negativa effekter som konkurrensnackdelar.

Dessa teoretiska ramverk kan i kombination bidra till en ökad förståelse av hur bankerna motiveras av att tillhandahålla gröna lån, men även hur hållbarhet upplevs inom banksektorn. Kombinationen av institutionell teori och

legitimitetsteori kommer att hjälpa oss förstå hur institutionella dimensioner påverkar bankernas att tillhandahålla gröna lån. Teorierna kommer även belysa hur legitimitet och isomorfism format marknaden gällande hållbarhet och erbjudande av gröna lån.

3. Metod

I detta kapitel presenteras uppsatsens forskningsmetod och genomförande. Vidare redogörs för hur materialinsamling har utförts tillsammans med uppsatsens urval av respondenter och på vilket sätt geografiska avgränsningar har gjorts. Avslutningsvis i metodreflektion och litteraturgenomgång diskuteras hur författarnas egna åsikter kan påverka uppsatsens resultat.

3.1 Forskningsdesign

Denna uppsats utgår från en kvalitativ forskningsansats, med syftet att skapa en förståelse för vad som motiverar banksektorn att tillhandahålla gröna lån och hur anställda inom banksektorn upplever hållbarhet. Den kvalitativa metoden gör det möjligt att få en nyanserad tolkning av respondenternas förståelse och deras specifika erfarenheter av ämnet, vilket går i linje med uppsatsens syfte (Bryman & Bell, 2017).

Fortsättningsvis har vi en tolkande epistemologisk utgångspunkt, vilket innebär att kunskap är något som skapas genom individers tolkning och upplevelser av sin omvärld (Bryman & Bell, 2017). Det går i linje med uppsatsens syfte av att skapa en förståelse för bankanställdas upplevelser kopplat till gröna lån, istället för att undersöka mätbara samband.

Vi utgår från en konstruktionistisk ontologisk utgångspunkt, vilket innebär att verkligheten som vi lever i är socialt konstruerad som betyder att det kan uppfattas olika beroende på individuell uppfattning samt kontext (Bryman & Bell, 2017). Detta är relevant eftersom både hållbarhet och gröna lån kan uppfattas olika inom en organisation.

Uppsatsen grundar sig på en komparativ fallstudie, mellan hur anställda på vardera bank upplever gröna lån. Detta studeras som två separata fall för att kunna genomföra jämförelser mellan anställda men även bank, med syftet att skapa en förståelse för likheter samt skillnader om gröna lån. Genom att jämföra olika banker samt flera personer på respektive bank möjliggör det en förståelse för hur olika uppfattningar kan påverka bankernas motivation och tillvägagångssätt.

3.2 Litteraturgenomgång

Litteraturgenomgången i uppsatsen har baserats på att kontinuerligt samla information från vetenskapliga källor och genomföra en narrativ litteraturgenomgång (Bryman & Bell, 2017). Insamlad information till denna uppsats kommer från databaser som Web of Science, Scopus samt Google Scholar. Dessa databaser är utvalda utifrån deras tillgänglighet av peer review artiklar och uppsatser, i syfte att ha källor med hög kvalitet.

Litteratursökningen har haft fokus på centrala begrepp som har koppling till uppsatsens fokusområde, som: *green loans, green credits, finance, ESG, driving forces, institutional theory* och *legitimacy theory*. De olika sökorden har använts tillsammans samt enskilt för att hitta relevanta källor som har koppling till ämnet. Majoriteten av alla artiklar är på engelska, vid vissa tillfällen har vi valt att översätta en mindre del av texterna för att säkerställa att vår tolkning var korrekt från början.

3.3 Empiri

3.3.1 Urval

Denna uppsats grundar sig i ett strategiskt urval av två av Sveriges största banker i syfte att skapa en förståelse för vilken motivation som bankerna har gällande att tillhandahålla gröna lån. Målet var att intervjua sex personer (tre från respektive bank) men på grund av tillgänglighet blev det intervjuer med fem personer inom banksektorn, vilket vi kunde bedöma som tillräckligt med material för att besvara syftet och frågeställningen. Valet av flera olika respondenter grundar sig på att få en mer heltäckande bild över den komplexitet som kan förekomma, samt för att motverka att ett enskilt perspektiv får övervikt för en enskilds banks perspektiv. Vi har även valt att intervjua anställda med olika roller inom banken, men som har koppling till gröna lån.

Urvalet är strategiskt eftersom bankerna är etablerade aktörer på den svenska marknaden som tillhandahåller dessa produkter, vilket innebär att de besitter omfattande kunskap om dessa kreditprodukter. Valet av att studera större banker har som syfte att möjliggöra en analys eftersom dessa aktörer besitter resurser och incitament att tillhandahålla dessa finansiella produkter, vilket går i linje med uppsatsens syfte.

Urvalskriterierna var bland annat att respondenterna har koppling till uppsatsens syfte, vilket innebär att respondenterna arbetar inom banksektorn samt har en tydlig koppling till gröna lån. Detta eftersom respondenterna besitter bred kunskap om bankens produkter. Vidare har även urvalet baserat på tillgänglighet, vilket innebär att respondenterna valts utifrån möjligheter att delta inom uppsatsens tidsmässiga och praktiska begränsningar. I och med tillgängligheten hos respondenterna blev urvalet fem personer, ursprungsplanen var att intervjua tre personer på respektive bank. Men efter att sista respondenten fått förhinder har valet varit att endast gå vidare med fem respondenter, vilket fortfarande bör kunna ge en rättvisande bild över ämnet och uppsatsen. I tabell 1 nedan presenteras information tillhörande respektive respondent, som tillhörande bank, yrkesroll samt antal års erfarenhet.

Tabell 1. Respondentöversikt

Respondent	Bank Blå/Röd	Position/yrkesroll	Års erfarenhet av banksektorn
1	Blå	Finansiell rådgivare	4 år
2	Blå	Finansiell rådgivare	4 år
3	Blå	Personlig bankman	7 år
4	Röd	Företagsrådgivare	7 år
5	Röd	Premiumrådgivare	3 år

3.3.2 Insamling

För att samla in empiri har semistrukturerade intervjuer genomförts med totalt fem respondenter från två olika banker. För att bibehålla anonymitet så refereras bankerna till Blå och Röd samt att respondenterna refereras till respondent 1–5. Eftersom intervjuerna är semistrukturerade ger det möjlighet till att ställa följdfrågor och komma in i nya perspektiv (Bryman & Bell, 2017). Samtliga av intervjuerna genomfördes ansikte mot ansikte förutom den med respondent 5, detta på grund av tillgängligheten som resulterade i en telefonintervju. Respondenterna fick möjlighet att välja plats med syftet att skapa så god intervjumiljö.

Tabell 2 nedan visar när, var och tidsåtgång för respektive intervju. Intervjun med respondent 1 gick något fortare eftersom respondenten besvarade frågorna i sin helhet vilket inte skapade behov för många följdfrågor. Intervjun med respondent 4 var något längre eftersom respondenten pratade både ur ett privat- och företagsperspektiv på grund av sin erfarenhet av båda perspektiven. Frågorna som ligger till grund för de semistrukturerade intervjuerna finns i bilaga 1.

Tabell 2. Översikt över intervjuer

Respondent	Tid för intervju	Plats för intervju	Längd på intervju
1 (Blå)	30/3 kl. 16:30	Uppsala - fysiskt	13,5 minuter
2 (Blå)	9/4 kl. 16:15	Uppsala – fysiskt	18 minuter
3 (Blå)	9/4 kl. 9:30	Uppsala – fysiskt	18 minuter
4 (Röd)	2/4 kl. 15:00	Uppsala – fysiskt	39 minuter
5 (Röd)	26/4 kl. 19:00	Digitalt	17,5 minuter

3.3.3 Analysmetod

Det insamlade materialet har analyserats med hjälp av en tematisk analys efter att samtliga intervjuer har transkriberats. Metoden möjliggör att kunna identifiera återkommande mönster och teman i det empiriska materialet som samlats in. Analysen påbörjas med att läsa igenom samtliga av intervjuerna för att få en övergripande bild, för att sedan genomföra en kodningsprocess (Bryman & Bell, 2017).

Kodningsprocessen består av att markera centrala delar av de transkriberade intervjuerna, därefter har markerade delar grupperats för att skapa teman som speglar återkommande mönster i respondenternas svar, vilket är centralt i en tematisk analys (Linneberg & Korsgaard, 2019). De teman som är identifierade och är återkommande är: *Konkurrens, Motivation, lite kännedom hos kunder, marknadsföring och begränsningar att få gröna lån*. I tabell 3 presenteras kodningsschemat för bank Blå. I tabell 4 presenteras kodningsschemat för bank Röd.

Analysen av materialet har genomförts med en abduktiv ansats, vilket innebär att empiri och teori har analyserats i relation till varandra för att skapa en bättre förståelse över uppsatsens ämne.

Tabell 3. Kodningsschema över gemensamma och återkommande trender, för bank Blå (Varje citat har en förkortning, exempelvis R1, F1. Vilket står för respondent 1 och fråga 1). Se ett utförligare kodningsschema under "Bilaga 2".

Citat	First order codes	Second order codes	Tema
“För att inte sticka ut, att vi inte gör det. Jag tror att det är lite flockbeteende från bankernas håll...” (R3, F14)	Inte sticka ut	Isomorfism	Konkurrens
“Jag tror det är mycket image, att man vill uppfattas och vara med på hållbarhets initiativet, att man syns utåt som en hållbar aktör på marknaden och också för att vara konkurrenskraftig bland storbankerna.” (R2, F14)	Uppfattas som hållbar	Tolkas som legitim	Motivation
“Inte super medvetna om möjligheten, de som är medvetna är de som fått certifikat i samband med köp eller blivit medvetna av vänner eller så och vill investera i det för att kunna få ytterligare rabatt på bolånet. Men skulle säga att majoriteten inte har koll på att det finns.” (R1, F5)	Låg kundkänedom	Bristande medvetenhet	Lite kännedom hos kunder
“Annars känns det spontant som det är lite undanskymt, utan att det snarare är kundens jobb att söka upp, om det är så att man vill investera och energieffektivisera så får man reda på hemsidan när man gör det, men steget dit är snarare på kundens ansvar.” (R2, F13)	Lite undanskymt	Svag marknadsföring	Marknadsföring
“Nej, det är ganska stränga krav som vi har som sagt, A och B det krävs ganska mycket. Det är väl rimligt ioförsig, det kostar ju banken lite pengar att erbjuda det... Jag tycker att de är rimliga men ganska högt ställda.” (R3, F6)	Höga krav	Svårt att nå målen	Begränsningar att få gröna lån

Tabell 4. Kodningsschema över gemensamma och återkommande trender för bank Röd. (Varje citat har en förkortning, exempelvis R1, F1. Vilket står för respondent 1 och fråga 1). Se ett utförligare kodningsschema under "Bilaga 3".

Citat	First order codes	Second order codes	Tema
“Ja, det är för att främja hållbarhet. Sen är det mer eller mindre för att inte bli svartstämplad, det är jätteviktigt. Sen såklart konkurrensskäl.” (R4, F14)	Undvika negativ stämpel. Konkurrens	Isomorfism	Konkurrens
“Nej, det är för att de tycker det är viktigt med hållbarhet,” (R5, F14)	Ansvarstagande	Legitimitet	Motivation
“Jag har inte haft så mycket diskussion med kunderna, det är mer att jag säger att det har den energiklassen och det är bara att ansöka.” (R5, F5)	Låg kundaktivitet	Begränsad intresse/ kunskap	Lite kännedom hos kunder
“Viss marknadsföring, men inte optimalt. Det vanliga, det syns på hemsidan. Men hur många går in och läser där? Sen är också frågan om hur man når ut till fler? Jag tror att man skulle kunna lyfta det lite bättre.” (R4, F13)	Begränsad synlighet	Passiv i kommunikation	Marknadsföring
“Visst, nybyggnationer men bulken har inte nybyggt och byggs inte jättemycket nytt heller, det är därmed en produkt som inte finns för så många. Alla som bor i en lägenhet vet att det finns grönt bolån men inget man kan få, typ.” (R4, F7)	Få kvalificerar sig, nyproduktion krävs ofta	Begränsningar	Begränsningar att få grönt lån

3.4 Metodreflektion

Metodvalet kan medföra en risk att skribenternas egna åsikter och erfarenheter påverkar resultatet genom hur frågor ställs och hur svar tolkas. För att säkerställa att kvalitetskriterier uppfylls så har intervjuaterialet spelats in och transkriberats vilket minskar risken för feltolkningar samt att respondenterna från intervjuerna fick möjlighet att granska och revidera material, vilket bidrar till att stärka trovärdighet och validitet. Respondenterna har informerats om att deras svar samt tillhörande bank kommer att anonymiseras, och att de kan när som helst återkalla sitt medgivande utan konsekvenser. Dessa åtgärder följer etiska principer och leder även till transparent och ansvarsfull hantering av empirin.

Valet av metod är passande för att den kvalitativa metoden gör det möjligt att skapa en djup förståelse över komplexa situationer, för att få en ökad inblick och därmed förståelse, som inte alltid kan skapas av en kvantitativ metod. Dock ger den valda metoden begränsningar som att materialet inte kommer att vara

generaliserbar och att resultaten kan påverkas av forskarens egen tolkning. Genom noggrann dokumentation av intervjuprocesserna och systematisk analys av det insamlade materialet kan tidigare nämnda risker minskas och ger samtidigt en ökad transparens (Bryman & Bell, 2017).

3.4.1 Kvalitet

Genom uppsatsen och under insamling av materialet har skribenterna arbetat kontinuerligt med *trovärdighet* för att sträva efter hög kvalitet i uppsatsen. Kvalitativ forskning innefattar kvalitetsparametrar som kredibilitet, överförbarhet, pålitlighet och bekräftelsebarhet (Bryman & Bell, 2017).

Uppsatsens *kredibilitet* har stärkts genom valet av respondenter som har relevant insyn i banksektorn och erfarenhet av uppsatsens syfte och gröna lån. Vidare har intervjuerna spelats in för att sedan transkriberas, för att ingen information ska missas, sedan har respondenterna fått validera för att säkerställa korrekt tolkning och möjligt till att förtydliga det som respondenten själv upplever är bristfälligt. Detta för att verifiera att det insamlade materialet är korrekt och går i linje med respondenternas erfarenheter och perspektiv, vilket ska öka uppsatsens autenticitet och tillförlitlighet (Bryman & Bell, 2017).

Uppsatsen är baserad på ett mindre urval av bankanställda inom två olika banker i Uppsala län, vilket resulterar i att generaliserbarheten blir begränsad, men syftet är inte generaliserbarhet. Utan snarare att förstå vad som motiverar banker att tillhandahålla gröna lån och hur hållbarhet kommuniceras inom banksektorn.

Genom att tydligt beskriva urval, kontext samt analysmetod får läsaren möjlighet att avgöra om resultatet är relevant eller i vilken utsträckning det är *överförbart* till dess egna sammanhang. Vidare är vi medvetna om att identifierade teman och är kontextbundna, men genom tydliga beskrivningar i metodval och genom uppsatsen underlättar det för läsaren att göra sin bedömning av överförbarheten (Bryman & Bell, 2017).

Genom att tydligt beskriva forskningsprocessens olika steg samt val möjliggör det att *pålitligheten* stärks. Allt från urval av respondenter samt information kopplat till dem, materialinsamling, tematisering och analyser. Vilket presenteras tydligt i metodavsnittet som gör det lätt för läsare att följa tillvägagångssätten. De semistrukturerade intervjuerna och frågorna skapade en tydlig struktur vilket underlättade jämförbarheten mellan respondenterna. Vidare har det insamlade materialet från respondenterna spelats in för att transkribera och sedan valideras, för att minska riskerna för feltolkningar och skapa en mer exakt analys.

Uppsatsens transparens gör det möjligt för läsaren att följa arbetsprocesser för att bedöma pålitligheten och om resultatet skulle kunna återupprepas under motsvarande förhållanden (Bryman & Bell, 2017).

Genom arbetets gång har skribenterna strävat att vara neutrala under både insamlingen av materialet och under analysen av den i syfte att stärka *bekräftelsebarheten*. Genom tydlig dokumentation under arbetet och strävan att vara helt transparenta med samtliga överväganden, med syfte att minimera risker för personliga värderingar som kan påverka utfallet av uppsatsen. Vidare genom att intervjuerna spelats in och transkriberats har vi minskat riskerna för att våra egna tolkningar kan påverka resultatet. Allt detta gör det möjligt för andra att granska och förstå arbetets olika delar som metod och analys (Bryman & Bell, 2017). Därmed har skribenterna reflekterat över den eventuella påverkan på uppsatsen, vilket ytterligare stärker bekräftelsebarheten.

3.4.2 Etik

Under uppsatsens arbete och genomförande har hänsyn tagits till forskningsetiska principer. Detta genom att respondenterna har informerats om syftet med uppsatsen samt hur deras information kommer att användas i arbetet, vilket möter informationskravet. Vidare har respondenterna deltagit frivilligt och samtliga har blivit informerade att de kan avbryta eller återkalla sitt medgivande när som helst, utan några konsekvenser, vilket möter samtyckeskravet.

Fortsättningsvis är respondenterna informerade och införstådda med att deras namn, blick och känslig information där det finns en risk att det går att koppla till personen i fråga, kommer att anonymiseras i uppsatsen. Samt har respondenterna fått validera de transkriberade intervjuerna, allt detta för att uppnå konfidentialitet. Vidare kommer den insamlade materialet endast användas för uppsatsens ändamål och ingen annan anledning, vilket möter nyttjandekravet.

4. Empiri

Detta kapitel kommer att presentera det empiriska materialet som samlats in i samband med intervjuer med respondenterna. Empirin är tematiserad och strukturerad från identifierade teman i analyserna och från återkommande mönster i respondenternas svar. Syftet är att belysa vad som motiverar banker att tillhandahålla gröna lån. Empirin presenteras i två övergripande delar som är kopplade till uppsatsens forskningsfrågor: motivation att tillhandahålla gröna lån & upplevelse av hållbarhet från medarbetare inom banksektorn.

4.1 Motivation bakom gröna lån

4.1.1 Konkurrens

Resultatet visar att banker vill uppfattas som aktörer som är en del av den hållbara omställningen (R2, F14 & R4, F10). Flera respondenter beskriver att det finns flera faktorer som motiverar hållbarhetsarbete inom banksektorn som handlar om hållbar utveckling, image och konkurrenskraft. Respondent 1 beskriver gröna lån som "...en attraktiv sak för bankerna att ha." (R1, F14), vilket kan tolkas som hur gröna lån kan stärka bankernas legitimitet. Flera respondenter beskriver att det även finns affärsmässiga incitament att tillhandahålla gröna lån. Respondent 2 beskriver detta som att man tappar konkurrens genom att inte tillhandahålla gröna lån samt att om en bank inte är en del av den hållbara omställningen så riskerar banken att få en konkurrensnackdel:

Sen är det nog absolut en affärsmässig aspekt, om inte vi erbjuder det men andra banker gör det så tappar man konkurrens, så det nog att alla vill vara med på tåget annars får man en konkurrensnackdel helt enkelt. (R3, F7)

Däremot nämner respondent 5 att det "utifrån affärsperspektiv och hållbarhetsperspektivet" (R5, F14) finns anledningar att arbeta hållbart. Vilket även respondent 3 berättar att det anledningen till att tillhandahålla gröna lån inte enbart handlar om hållbarhetsperspektivet utan "sen är det nog absolut en affärsmässig aspekt" (R3, F7).

Respondent 4 berättar även att gröna lån erbjuds för att främja hållbarhet men att det ändå finns konkurrensskäl bakom det för att undvika negativa reaktioner från samhället. Samtliga respondenter beskriver även att de känner en stolthet i att banken de tillhör vill vara en del av den hållbara omställningen. Respondenterna beskriver flera olika motivationsfaktorer bakom bankernas tillhandahållande av gröna lån. Samtliga respondenter berättar att kvalificeringskraven för ett grönt bolån handlar om energiklassen på bostaden där en köpare specifikt behöver energiklass A alternativt B. I resultatet finner vi ett

sammanhängande mönster av hållbarhetsarbete som grund till gröna lån. Det går även att tolka som att konkurrens och image sammankopplar inom gröna lån.

Hållbarhetsarbete inom banksektorn har blivit en alltmer viktig komponent i den dagliga verksamheten. Detta beskriver ett flertal av respondenterna i de semistrukturerade intervjuerna. Respondent 5 berättar detta genom att säga att "hållbarhet har blivit viktigare än förut" (R5, F14) och även att "Ett viktigt projekt som påverkar oss alla" (R5, F14). Detta går även att finna i intervjun med respondent 4 som berättar hur det dagliga arbetet inkluderar hållbarhetsarbete "sitter med det varje dag" (R4, F2), respondent 4 beskriver också att kraven "har blivit hårdare med åren" (R4, F2) men att det är något som uppfattas som positivt. Respondent 3 berättar hur medvetenheten hos kunder börjar öka om att agera hållbart. Hen berättar att "Folk börjar bli mer och mer medvetna om jordens resurser är ändliga, man kan inte ha hur tungt fotavtryck som helst." (R3, F14).

Ett flertal av respondenterna beskriver hur gröna lån fungerar som ett verktyg för den hållbara omställningen och även tillhör bankernas hållbarhetsarbete. Respondent 2 beskriver detta som:

Det är nog för att det är en stor del av deras hållbarhetsstrategi, det har varit på tapeten under flera år, att inför 2030 finns flera olika klimatmål och att man ska vara klimatneutral och så vidare. (R2, F14)

Vidare berättar en av respondenterna att bankens omfattning gör att det finns ett flertal regelverk att förhålla sig till "banken en storbank som har massa regleringar som de behöver förhålla sig till" (R2, F2).

I den insamlade empirin framträder även ett återkommande mönster gällande hållbarhet inom banksektorn. Flera av respondenterna beskriver att hållbarhet har blivit en alltmer viktig del av den dagliga praktiken. Respondent 4 berättar hur banken arbetar med att sponsra hållbara projekt där vinstintresset inte är ett direkt mål utan fungerar mer som goodwill för att främja den hållbara omställningen. Banken arbetar även med hållbara obligationer och de hållbara projekten kommuniceras internt för att öka medvetenheten inom banken. Enligt respondent 3 så finns det ett genuint intresse hos banken gällande hållbarhet, detta berättar även respondent 2 som säger att:

Det har varit en väldigt stor push för miljötanket generellt i samhället så det känns som att bankerna försöker anpassa sig så gott som de kan mot miljömål. (R2, F9).

Respondent 3 som tillhör bank Blå berättar att "Folk börjar bli mer och mer medvetna om jordens resurser är ändliga, man kan inte ha hur tungt fotavtryck som helst." (R3, F14). Genom detta blir det viktigt att banksektorn tillhandahåller gröna lån för att främja den hållbara utvecklingen.

Vidare från detta så berättar respondent 5 att bankerna tillhandahåller gröna lån med anledning av hur banksektorn utvecklas. Vidare berättar respondent 3 att:

Jag tror att det är lite flockbeteende från bankernas håll och att det är schysst att erbjuda och sen så tror jag att och det har jag också varit inne på att man genuint tycker att det är ganska bra att det byggs på ett miljövänligt sätt. (R3, F14).

4.1.2 Motivation

Respondenterna beskriver flera olika motivationsfaktorer bakom bankernas tillhandahållande av gröna lån. Samtliga respondenter berättar att kvalificeringskraven för ett grönt bolån handlar om energiklassen på bostaden där en köpare specifikt behöver energiklass A alternativt B. I resultatet finner vi ett sammanhängande mönster av hållbarhetsarbete som grund till gröna lån. Det går även att tolka som att konkurrens och image sammankopplar inom gröna lån.

Hållbarhetsarbete inom banksektorn har blivit en alltmer viktig komponent i den dagliga verksamheten. Detta beskriver ett flertal av respondenterna i de semistrukturerade intervjuerna. Respondent 5 berättar detta genom att säga att "Hållbarhet har blivit viktigare än förut" (R5, F14) och även att det är "ett viktigt projekt som påverkar oss alla" (R5, F14). Detta framgår även i intervjun med respondent 4 som berättar hur hållbarhet är inkluderat i arbetet och att hen. "Sitter med det varje dag" (R4, F2). Respondent 4 beskriver också att kraven har blivit hårdare med åren (R4, F2) men att det är något som uppfattas som positivt. Respondent 3 berättar hur medvetenheten hos kunder börjar öka om att agera hållbart. Hen berättar att "Folk börjar bli mer och mer medvetna om jordens resurser är ändliga, man kan inte ha hur tungt fotavtryck som helst." (R3, F14)

Ett flertal av respondenterna beskriver hur gröna lån fungerar som ett verktyg för den hållbara omställningen och även tillhör bankernas hållbarhetsarbete. Respondent 2 beskriver detta som:

Det är nog för att det är en stor del av deras hållbarhetsstrategi, det har varit på tapeten under flera år, att inför 2030 finns flera olika klimatmål och att man ska vara klimatneutral och så vidare. (R2, F14)

Vidare berättar en av respondenterna att bankens omfattning gör att det finns ett flertal regelverk att förhålla sig till "...banken en storbank som har massa regleringar som de behöver förhålla sig till." (R2, F2).

I den insamlade empirin framträder även ett återkommande mönster gällande hållbarhet inom banksektorn. Flera av respondenterna beskriver att hållbarhet blivit en alltmer viktig del av den dagliga praktiken. Respondent 4 berättar hur banken arbetar med att sponsra hållbara projekt där vinstintresset inte är ett direkt mål utan fungerar mer som goodwill för att främja den hållbara omställningen. Banken arbetar även med hållbara obligationer och de hållbara projekten kommuniceras internt för att öka medvetenheten inom banken. Enligt respondent 3 så finns det ett genuint intresse hos banken gällande hållbarhet, detta berättar även respondent 2 som säger att:

Det har varit en väldigt stor push för miljötanket generellt i samhället så det känns som att bankerna försöker anpassa sig så gott som de kan mot miljömål (R2, F9)

Respondent 3 som tillhör bank Blå berättar att “Folk börjar bli mer och mer medvetna om jordens resurser är ändliga, man kan inte ha hur tungt fotavtryck som helst.” (R3, F14). Genom detta blir det viktigt att banksektorn tillhandahåller gröna lån för att främja den hållbara utvecklingen.

Vidare från detta så berättar respondent 5 att bankerna tillhandahåller dessa lån med anledning av hur banksektorn utvecklas. Vidare berättar respondent 3 att:

Jag tror att det är lite flockbeteende från bankernas håll och att det är schysst att erbjuda och sen så tror jag att och det har jag också varit inne på att man genuint tycker att det är ganska bra att det byggs på ett miljövänligt sätt. (R3, F14).

4.2 Hållbarhet inom banksektorn

Den insamlade empirin visar gemensamma trender hos respondenterna i de två bankernas upplevelse av kundernas kännedom, bankernas marknadsföring och begränsningar i möjligheterna för kunder att ta del av gröna lån.

4.2.1 Lite kännedom hos kunder

Samtliga av respondenterna berättar i intervjuerna att kundernas kännedom om gröna lån generellt är låg, bland annat genom att kunder inte känner till att gröna lån existerar eller vilka krav det är för att få ett sådant lån. Bank Blå och dess respondenter som i detta fall respondent 1 berättar att “Men skulle säga att majoriteten inte har koll på att det finns.” (R1, F5), och respondent 2 berättar:

Jag tror generellt sett att den vanliga bolånekunden är väldigt omedveten om att det finns och möjligheterna man kan få ut av det som kund. (R2, F5).

Vidare på detta är uppfattningen hos respondenterna från bank Röd liknande. Respondent 4 berättar att kännedomen är “Den är rätt låg faktiskt” (R4, F5) och respondent 5 menar att gröna lån sällan kommer spontant upp som samtalsämne. I flera fall verkar kunder få information om att gröna lån är ett alternativ av mäklare eller vid köp av nyproducerade bostäder där energiklass eller certifiering lyfts fram i försäljningsprocessen. Materialet visar därmed att kunskapen om gröna lån grundar sig i kunders eget intresse och exponering från andra parter snarare än från bankernas kommunikation.

4.2.2 Marknadsföring

Ett annat tydligt tema är bankernas marknadsföring av gröna lån. Respondenterna beskriver att det finns mycket information på respektive banks egen hemsida, men att kommunikationen till kunderna kan ses som passiv. Respondent 2 säger “Annars känns det spontant som det är lite undanskymt, utan att det snarare är kundens jobb att söka upp” (R2, F13). Liknande resonemang förekommer hos respondent 4 som menar att:

Viss marknadsföring, men inte optimalt. Det vanliga, det syns på hemsidan. Men hur många går in och läser där? Sen är också frågan om hur man når ut till fler? Jag tror att man skulle kunna lyfta det lite bättre. (R4, F13).

Vidare beskriver respondent 3 att “Vi utgår från att säljaren har koll på det, mäklaren har koll på det och att kunden ska ha lite koll på det själv.” (R3, F13). Fortsättningsvis lyfter även flera av respondenterna att deras bank skulle kunna vara mer aktiva i deras kommunikation kring gröna lån till kunderna. Exempelvis säger respondent 3:

Det är klart vi skulle kunna lyfta det här med gröna bolån om att de kan få extra ränterabatt. För då kan man faktiskt styra om kunderna om vad de letar efter för bostad, vi skulle säkert kunna göra mer absolut. (R3, F13).

Respondent 4 anser även att kommunikationen skulle kunna förbättras men med fokus på yngre kundgrupper, exempelvis “Man skulle nog kunna vara lite mer proaktiv där, typ alla kunder mellan 25–40 kan man nog nå på ett annat sätt.” (R4, F13). Däremot beskriver respondent 5 “Det finns tydlig information om man vill hitta något.” (R5, F13). Materialet visar därmed att bankernas marknadsföring om gröna lån främst sker genom deras hemsidor, samtidigt som kommunikationen kan uppfattas som relativt passiv och förutsätter att kunderna själva får söka upp information.

4.2.3 Begränsningar att få gröna lån

Fortsättningsvis belyser respondenterna att kraven att få gröna lån i flera fall kan anses som höga och att det främst är nyproducerade bostäder som uppfyller kriterierna. Som i detta exempel är gällande energiklassen på bostaden säger respondent 3:

Det är ganska stränga krav som vi har sagt, A och B det krävs ganska mycket.” (R3, F6). Sedan säger samma respondent “Det som är nu, det är väldigt ofta bara nyproducerade bostäder som klassificeras för gröna bolån. (R3, F6)

Bank Röd har liknande tolkning över begränsningarna som kunderna kan uppleva av att “Visst, nybyggnationer men bulken har inte nybyggt och byggs inte

jättemycket nytt heller, det är därmed en produkt som inte finns för så många.” (R4, F7). Detta är även respondent 2 inne på, att det är svårt för de som bor i en bostadsrätt som inte uppfyller kraven, att kunna ta del av gröna lånen “Om man bor i en bostadsrätt så är det inte så mycket man kan påverka själv.” (R2, F5), eftersom individen i bostadsrätten inte kan förändra hela föreningens förutsättningar. Materialet visar därmed att kraven för att kvalificera för ett grönt lån kan anses som höga, samt att det är huvudsakligen nyproducerade bostäder som kvalificerar sig.

5. Diskussion

Detta kapitel kommer rapportens empiri att diskuteras utifrån institutionell teori och legitimitetsteori. Detta för att besvara uppsatsens syfte och frågeställningar.

5.1 Motivation bakom gröna lån

5.1.1 Konkurrens

Utifrån legitimitetsteorin kan resultatet tolkas som att bankerna erbjuder gröna lån med syfte att stärka sin legitimitet. Flera av respondenterna beskriver att banker vill anses som legitima och hållbara aktörer inom sektorn, där gröna lån blir en del av hållbarhetsarbetet som signalerar ansvarstagande externt (pers. med., R2 & R5). Banker fungerar inte på samma sätt som andra företag där de skapar saker med exempelvis maskiner, de har en annan affärsmodell där det kan bli svårt att sänka sitt eget koldioxidutsläpp. Därför blir gröna lån ett sätt för bankerna att delta i den hållbara omställningen. Samtidigt så visar resultatet att det finns inslag av image och om hur de vill uppfattas från samhället som påverkar deras hållbarhetsarbete (pers. med., R2, R3 & R5). Detta visar att gröna lån fungerar som ett verktyg mot stärkt legitimitet men även som en del av deras produktutbud.

Legitimitetsteorin syftar till att förklara hur organisationer behöver anpassa sin verksamhet och sitt handlande utifrån samhällets konstruktion, normer och värderingar för att uppfattas som legitima från samhället (Olateju et al., 2021). Empirin visar att hållbarhetsarbete och ansvar som företag blivit en viktig del av den dagliga praktiken. Detta kan tolkas som att legitimitetsarbete handlar mer om att integrera hållbarhet i den centrala delen av verksamheten snarare än en sidoaktivitet.

Hållbarhet har även blivit en alltmer viktig samhällsfråga och flera av respondenterna beskriver att deras arbetsgivare vill skicka signaler mot marknaden att de tycker att hållbarhet är viktigt (pers. med., R2, R3 & R5). Det finns alltså incitament hos bankerna att visa hur de arbetar hållbarhet som går djupare än legitimitet. Fortsättningsvis inom legitimitetsteorin går att tyda hur gröna lån handlar både om ekonomiska incitament och även en vilja att arbeta mer hållbart och visa sitt engagemang i omställningen.

Respondent 2 beskriver hur gröna lån går att sammanlänka med bankens hållbarhetsstrategi. Strategin går att koppla till deras arbete med de globala målen från Agenda 2030 samt en målsättning att bli klimatneutral. Respondenter från båda bankerna beskriver således hur de anpassar sin dagliga praktik med samhälleliga förväntningar på hållbarhet och andra klimatmål. Detta kan förstås genom legitim status, eftersom bankerna försöker uppnå social acceptans från samhället genom att anpassa sin verksamhet från rådande normer och värderingar (Olateju et al., 2021).

5.1.2 Motivation

Institutionell teori menar att aktörerna formas och agerar utifrån normer, samhällets förväntningar, lagstiftning och krav med en målsättning att uppfattas som legitima (Aksom & Vakulenko, 2023). Empirin visar att bankernas tillhandahållande av gröna lån kan tolkas ur flera perspektiv och påverkas av flera olika faktorer. De centrala faktorerna är hållbarhetsengagemang, konkurrens och image. Samtidigt visar resultatet att det finns likheter mellan bankerna och hur de påverkas av varandra i arbetet med gröna lån. Detta indikerar på hur gröna lån utvecklats till en norm inom banksektorn för att stärka image och konkurrens.

Utifrån resultatet så framgår det att bankernas hållbarhetsarbete har blivit en alltmer central aspekt i deras dagliga verksamhet. Respondenterna beskriver bankernas hållbarhetsarbete som en central del av verksamheten både internt inom organisationen, och ur ett externt perspektiv. Respondenterna har berättat hur bankerna arbetar med flera hållbara produkter än enbart gröna lån som exempelvis hållbara fonder och obligationer. Detta går att tolka hur policys och förväntningar inom banksektorn utvecklas till att hållbarhet har blivit en del av affärsutvecklingen (pers. med., R5). Denna typ av utveckling kan tolkas som att det förstärker bilden av banker genom hur de agerar efter hållbarhetsnormer och institutionella påtryckningar (pers. med., R2). Det går utifrån detta att tyda som hållbarhetsarbete blivit en norm inom branschen, och inte längre enbart en nischad del av verksamheten.

Det går genom institutionell teori med fokus på den informella dimensionen att förstå varför bankerna erbjuder gröna lån. I flera av intervjuerna framgår det att bankerna tillhandahåller gröna lån av fler skäl än enbart ekonomiska. Det finns även motiv från båda studerade banker att det är viktigt att vara en hållbar aktör, bidra till den hållbara omställningen och även stötta hållbara projekt. Goodwill lyfts fram som en motivationsfaktor i empirin genom sponsrade projekt. Flera av respondenterna berättar hur image blir en central fråga i tillhandahållandet av gröna lån där ett återkommande resultat blir att bankerna inte vill få negativa reaktioner från samhället. Respondenterna beskriver även hur gröna lån hjälper till att få banken att uppfattas som en hållbar aktör.

Resultatet visar även hur bankerna påverkas av formella institutioner. Respondenterna berättar att bankerna behöver förhålla sig till ett flertal regelverk i den dagliga verksamheten. Däremot så har bankerna själva har interna klimatmål och hållbarhetsstrategier som är kopplade till Agenda 2030 och målet att organisationen ska bli klimatneutral. Genom att arbeta med dessa målsättningar så fungerar det som en styrning mot att vara en hållbar aktör inom branschen. Detta går också att härleda till att hållbarhet har blivit en del av hur banksektorn fungerar och blivit en del i affärsutvecklingen. Detta går att förstå genom den formella dimensionen då de verkar utifrån regler, policys och externa krav från

samhället för att uppfattas som goda och legitima organisationer (Aksom & Vakulenko, 2023).

Resultatet visar även isomorfa drag mellan bankerna gällande tillhandahållande av gröna lån. Likheterna mellan bankerna finns gällande kraven för att kvalificeras för ett grönt lån. För att kvalificeras för att ansöka om ett grönt bolån så krävs bland annat en energiklass på bostaden på A alternativt B. Dessutom att båda bankerna erbjuder en liknande ränterabatt på 0,1 procentenheter. Detta indikerar på normativ isomorfism eftersom yrkesgrupper inom en sektor utvecklar liknande arbetssätt som leder till en standardisering (DiMaggio & Powell, 1983).

Flera respondenter beskriver hållbarhetsarbete som en självklarhet och känner stolthet i att banken arbetar med hållbarhet. Detta kan tolkas som att banksektorn har utvecklats till att det är en norm att arbeta hållbart och kan tolkas som ett flockbeteende (pers. med., 1 & 3). Vidare från detta berättar respondenterna att interna utbildningar kopplade till hållbarhet är ett krav som leder till ökad kunskap inom ämnet. Denna del av isomorfism har även stöd av att det inte finns något lagkrav på vad som krävs från en bostad som ska kunna kvalificera sig för ett grönt lån. Det är bankerna som bestämmer vad som krävs för att kunderna ska kunna kvalificera sig. Likheterna mellan bankerna är kraven som finns samt ränterabatten som erbjuds, detta går att tolka som att det har utvecklats en standard för hur gröna lån fungerar på den svenska marknaden.

Det går även att se inslag av mimetisk isomorfism (DiMaggio & Powell, 1983) i resultatet. Flera av respondenterna beskriver tillhandahållandet av gröna lån som en utveckling av branschen för att inte hamna efter på marknaden. Det beskrivs även som ett flockbeteende och en produkt som behövs för att inte sticka ut på ett negativt sätt. Detta ligger nära det teoretiska ramverket kopplat till mimetisk isomorfism, eftersom teorin belyser hur organisationer tenderar att agera likadant vid osäkerhet. Respondent 5 lyfter detta genom att beskriva hur storbanker i Sverige följer varandra. Om banken skulle välja att inte tillhandahålla gröna lån skulle det enligt respondenterna kunna leda till konkurrensnackdelar. Detta går att förstå som att banker hellre strävar mot legitimitet på marknaden snarare än teknisk effektivitet (DiMaggio & Powell, 1983). Det går även att se andra drag av standardisering i banksektorn relaterat till gröna lån, en av respondenterna ställde en retorisk fråga tillbaka ifall inte alla banker erbjuder gröna lån. Detta går också att tolka som att erbjudandet av gröna lån har blivit en branschstandard.

Utifrån resultatet går det även att tolka hur gröna lån fungerar mer än enbart en hållbarhetsprodukt. Gröna lån kan tolkas som ett verktyg för banksektorn att anpassa sig till samhällets normer, etik och förväntningar (pers. med., R2 & R3). Detta blir tydligt i resultatet eftersom flera av respondenterna beskriver att det finns risk för bankerna att förlora konkurrenskraft eller få konkurrensnackdelar ifall de inte tillhandahåller gröna lån. Således motiveras gröna lån av både hållbarhetsengagemang samtidigt som det stärker deras konkurrenskraft.

5.2 Hållbarhet inom banksektorn

Resultatet visar att bank Blå samt bank Röd tillhandahåller båda gröna lån, vilket är en del av deras hållbarhetsarbete. Det är samtidigt flera utmaningar kopplade till hur gröna lån uppfattas och vilka kunder som har möjlighet att ta del av dessa. Tre av de fem identifierade teman har en stark koppling till hållbarhetsfaktorer inom banksektorn och dessa är begränsad kännedom om gröna lån, bankernas marknadsföring om gröna lån och även begränsningar i att få ett grönt lån.

5.2.1 Kännedom hos kunder

Ett återkommande tema är att kundernas kännedom om gröna lån är att den upplevs som låg. Respondenter från båda bankerna delar uppfattningen om att kunderna har dålig koll på att gröna lån finns (Alamsyah et al., 2024), även vad som krävs för att kvalificera för gröna lån.

Vidare på detta är det en återkommande aspekt att det huvudsakligen gäller kunder som inte köper nyproducerade bostäder som har låg kunskap om gröna lån. Detta kan ha en koppling till att mäklare brukar informera om att bostaden i fråga kvalificerar för ett grönt bolån, vilket är vanligare vid nyproducerade bostäder. Det kan finnas en tydlig förklaring till detta som att det är ett försäljningsknep för att locka till sig fler kunder och därmed ökat intresse (Raji, 2023). Exempelvis berättar respondent 3 att mäklare ska ha koll på om bostaden kvalificerar, vilket gör det möjligt för kunderna att ta del av gröna lån. Dock berättar även samma respondent i en senare fråga att mäklare ibland missar att informera om detta, vilket kan ha en koppling till bristande kunskap från mäklaren eller till att detta inte efterfrågats av kunder i stor utsträckning.

Det finns tydliga kopplingar till legitimitetsteori eftersom bankerna vill erbjuda gröna produkter av olika slag för att uppfattas som legitima genom hållbarhet (Olateju et al., 2021). Dock säger flertalet av respondenterna att banken kan bli mycket bättre på att kommunicera information gällande gröna lån som i detta fall. Respondenterna 3, 4 och 5 berättar att mycket av hållbarhetsfokuset från bankerna läggs på sparande som fonder, vilket går i linje med det empiriska problemet av att det är otydligt hur bankerna väljer att framhäva sin hållbarhetsprofil med hjälp av gröna lån (Pyka & Nocoń, 2021).

Vidare på detta beskriver flera respondenter exempelvis att information om gröna lån finns tillgänglig på respektive hemsida men att ansvaret ligger på kunden att hitta informationen och ansöka. Det kan tolkas som att bankerna vill uppfattas som hållbara men inte anammar hållbarhet helhjärtat, eller så är det om utmaningar hur hållbarhet både kan tolkas och kommuniceras, internt och externt (Mehta & Handriana, 2024).

5.2.2 Marknadsföring

Ett annat återkommande tema är gällande marknadsföringen av gröna lån. Resultatet av tematiseringen är gemensamma trender att banken kan tolkas som passiv i deras marknadsföring, och kan därmed behöva vara mer proaktiva (Mehta & Handriana, 2024). Respondenterna säger att information om gröna lån finns på deras hemsidor men att det inte sker någon ytterligare proaktivitet i att utbilda eller förespråka det. I samband med detta berättar respondenterna även att det känns som att det är kundens ansvar att hitta och läsa på, men de säger även att marknadsföringen kan bli bättre och mer proaktiva mot kunderna.

Fortsättningsvis kommer såklart frågetecknet gällande vad som grundar sig i att marknadsföringen kring gröna lån kan tolkas som passiv och kanske något bristfällig. En förklaring skulle kunna vara att kundgruppen som kvalificerar för gröna lån är relativt liten, vilket banken inte anser vara värt mödan att lägga ekonomiska resurser på marknadsföringen (Gilchrist et al., 2021). Eftersom flertalet av respondenterna upplever att banken skulle kunna förbättra sin kommunikation om gröna lån, är det antagligen så att ledningen har en medvetenhet om detta. Därmed kan det tolkas som motsägelsefullt i viss mening att banker uttrycker sina ambitioner av att vara hållbara men inte sprider information i större utsträckning. Dock skulle detta kunna vara ett aktivt val från bankerna, för att undvika de risker som kan förekomma vid grön marknadsföring som kan leda till anklagelser av greenwashing.

Flera respondenter säger att gröna lån har betydelse men att det skulle kunna få större betydelse. Vilken kan ha en koppling till en ökad efterfrågan som leder till att privatpersoner och företag tar större initiativ att energieffektivisera bostäder för att kunna ta del av dessa rabatter. Kopplat till detta beskriver flera av respondenterna att gröna lån har positiva effekter på mer än bara ränterabatten. Därmed gör det skillnad för både banken och "i stort för hela världen" (R2, F8). Sedan förklarar en annan respondent att lägre energiförbrukning och tillhörande kostnader samtidigt som lånet blir billigare leder till en "win-win" för hela landet. Alltså är det bra för hela landet och samhället med mindre energianvändning. Därmed kommer såklart frågan om hur gröna lån bör uppmuntras. Eller är det något som borde subventioneras för att främja den hållbara omställningen i större utsträckning.

Utifrån legitimitetsteori kan detta förstås från bankernas perspektiv att försöka upprätthålla en legitimitet genom att stärka sin hållbarhetsprofil och framstå som en hållbar aktör. Dock sker detta huvudsakligen grundligt snarare än aktiv marknadsföring. Flera av respondenterna beskriver detta som en nödvändighet för att uppfattas som legitim bland övriga konkurrenter mot kunder och samhälle. Det är värt att notera att flertalet av respondenterna säger att banken tydligt jobbar med hållbarhet på flera olika nivåer, men att det huvudsakligen gäller fonder, vilket även bekräftar att gröna lån hamnar något utanför fokus. När gröna lån kom

var det troligen någon bank som var först med denna nischprodukt, som idag är en standard. Frågan kommer därmed om bättre marknadsföring skulle kunna bli nästa steg för legitim status (Olateju et al., 2021), det krävs dock att någon bank tar initiativ för att skapa en ny standard med bättre marknadsföring om gröna lån inom banksektorn.

Detta tema går även att koppla till institutionell teori med fokus på isomorfism, eftersom respondenterna menar att alla banker gör det nu för tiden som är ett tydligt drag av isomorfism (DiMaggio & Powell, 1983). Det skulle kunna härledas till att inte hamna utanför konkurrensen bland övriga banker. Vilket har en koppling till att anpassa sig till varandra för att passa in i branschens normer, värderingar och förväntningar. Alltså när gröna lån blir en etablerad produkt leder det till att samtliga övriga banker implementerar samma eller motsvarande produkt, för att inte förlora konkurrenskraft eller legitimitet. Som går i linje med uppfattningen av respondenterna av att hållbarhetsarbetet inom banksektorn inte enbart drivs av miljömässiga motiv, utan till stor del av institutionella och konkurrensmässiga orsaker.

5.2.3 Begränsningar i att få gröna lån

Det sista identifierade återkommande temat är vilka begränsningar kunder har att ta del av gröna lån. Resultatet visar att flera respondenter upplever kundernas möjligheter att ta del av gröna lån som begränsade, eftersom det huvudsakligen är nyproducerade bostäder som kvalificerar eller intresserade kunder som vill energieffektivisera sin befintliga villa.

Resultatet kan förklaras eftersom kraven för att kunna ta del av gröna lån är tydliga och samtidigt höga i flera av respondenternas mening och som går i linje med begränsningarna av gröna lån enligt Gilchrist et al (2021). Det leder därmed till att många kunder exkluderas från möjligheten, dock kan det samtidigt anses som bra att det finns något att sträva mot. Respondenterna beskrev att kunder i en bostadsrätt med sämre energiklass har inga möjligheter att påverka energiklassen och effektiviseringen, då beslutet ligger hos bostadsrättsföreningen.

En ytterligare viktig aspekt är gällande de ekonomiska begränsningar som kan förekomma för personer som vill energieffektivisera sin bostad. Detta i form av kostnader för att installera solceller, bergvärme, tilläggsisolera eller liknande är resurskrävande i form av kapital. Det är inte heller garanterat att åtgärderna resulterar i en energieffektiv bostad (energiklass A eller B).

Bankerna erbjuder i många fall gröna lån i form av blacolån där bland energilån, det ger kunden möjligheten att genomföra energibesparande renoveringar utan kapital. Trots att energilån är kraftigt rabatterat i jämförelse mot ett vanligt blacolån kan vissa kunder vara restriktiva mot denna typ av lån. Detta sammantaget kan tolkas som att det är personer med kapital som kan genomföra åtgärder (Raji, 2023), samtidigt som det är oklart om det har den önskade effekten

av en förbättrad energiklass. Sistnämnt är det även kostsamt att ansöka om att förnya sin energiklass. Även detta tema och resultat kan kopplas till institutionell teori, flera respondenter berättar att bankerna behöver förhålla sig till regler och hållbarhetskrav. Vilket betyder att bankernas tillhandahållande av gröna lån inte enbart är frivilligt utan också ett resultat av institutionella påtryckningar.

5.3 Sammanfattning

Resultatet av uppsatsen tyder på att det finns stora likheter mellan de två bankerna, om anledningar till tillhandahållandet av gröna lån men även hur respondenterna mellan bankerna uppfattar hållbarhet inom banksektorn. Trots att banker erbjuder gröna lån är det inte alla som kan ta del av dessa eller har kännedom om att de finns. Samtidigt som de höga kraven begränsar många kunder från att kvalificera sig för gröna lån. Därmed visar det att hållbarhetsarbetet inom banksektorn är komplex och påverkas av flera olika faktorer som konkurrens med andra aktörer, uppfattas som legitim samt påtryckningar i form av institutionella krav (DiMaggio & Powell, 1983; Olateju et al., 2021).

Uppsatsen visar att bankernas motivation bakom tillhandahållandet av gröna lån kan förstås ur viljan att uppnå legitimitet och konkurrenskraft än enbart genuint hållbarhetsarbete (Pyka & Nocoń, 2021). Därav blir gröna lån mer än bara ett verktyg som stärker den hållbara utvecklingen utan blir även ett verktyg mot att stärka sin image och minska risken för konkurrensnackdelar. I resultatet finns det tydliga tecken på isomorfism (DiMaggio & Powell, 1983; Olateju et al., 2021), där bankerna efterliknar varandra genom arbetssätt och erbjudanden för att leva upp till institutionella normer, värderingar och förväntningar inom banksektorn. Genom att efterlikna övriga aktörer minskas risken för att inte uppfattas som lika legitima eller hamna i underläge gällande konkurrens.

Vidare i uppsatsen framkommer det hur medvetenheten om gröna lån hos kunderna är låg samtidigt som bankernas marknadsföring av produkten är passiv (Mehta & Handriana, 2024). Detta härleder till att kunden vanligtvis behöver själva söka upp information om produkten, om inte mäklare eller byggbolag presenterar informationen. Uppsatsen visar att bankerna har en genuin vilja att agera hållbart men att kvalificeringskraven för gröna lån av exempelvis energiklass gör det svårt för många att kvalificera sig för ett grönt lån.

Kopplat till uppsatsens frågeställning och syfte visar resultatet att gröna lån handlar om mer än bara miljömässig hållbarhet. Även om bakomliggande faktorer som institutionella krav och att uppfattas som legitim, i en bransch med flera stora konkurrenter. Bankerna agerar utifrån institutionella påtryckningar och isomorfa drag där legitimitet kan skapa förståelse till motiven, av tillhandahållandet av gröna lån.

Kopplat till uppsatsens frågeställning och syfte visar resultatet att gröna lån handlar om mer än bara miljömässig hållbarhet. Även om bakomliggande faktorer som institutionella krav och att uppfattas som legitim, i en bransch med flera stora konkurrenter. Bankerna agerar utifrån institutionella påtryckningar och isomorfa drag där legitimitet kan skapa förståelse till motiven, av tillhandahållandet av gröna lån.

6. Slutsats

Syftet med denna uppsats har varit att undersöka bankers motivation att tillhandahålla gröna lån och hur anställda upplever hållbarhet inom banksektorn. Uppsatsen har gjorts med en komparativ fallstudie av två banker och totalt fem anställda. Samtidigt bör resultatet tolkas med viss försiktighet, eftersom urval är begränsat och inte kan generaliseras i och med detta.

Uppsatsen visar att samtliga bankers främsta motivation bakom tillhandahållandet av gröna lån handlar om en strävan mot att uppfattas som legitima samtidigt som man vill stärka sin image och konkurrenskraft. Bankerna påverkas av krav och normer från samhället som de behöver förhålla sig till för att undvika att förlora sin legitimitet. Bankerna motiveras av att uppfattas som legitima vilket går att förklara genom institutionell teori, isomorfism och legitimitetsteori.

Sedan visar även uppsatsen att hållbarhet är en central del för medarbetarna på bank Blå och Röd. Medarbetarna upplever detta som en meningsfull del av deras arbete och att hållbarhetsarbete blivit en norm inom banksektorn. Detta går att sammankoppla med tidigare forskning som beskriver hur gröna lån tidigare varit en nischad produkt till att bli en central del av det finansiella systemet.

Avslutningsvis visar uppsatsen att banker motiveras till stor del av image och konkurrens i tillhandahållandet av gröna lån. Detta tillsammans med en genuin vilja att agera hållbart, vilket visar på hur hållbarhet har blivit en norm inom banksektorn. Sistnämnt är det värt att notera att gröna lån är ett hållbarhetsinitiativ som syftar till att främja hållbara bostäder och energieffektivisering, vilket kan ha positiva effekter på enskildas ekonomi men även samhället i stort vid minskad energianvändning.

Därmed rekommenderar vi vidare forskning att fokusera på kundernas perspektiv om vad som kan motivera kunderna att göra investeringar för energifrämjande åtgärder samt en kvantitativ studie för att få ett generaliserbart resultat. Ett ytterligare perspektiv kan vara att analysera hur banksektorn påverkas ekonomiskt av gröna lån i jämförelse mot vanliga lån.

Referenser

- Akin, I. & Akin, M. (2024). Promoting sustainable practices through green investments in the United Kingdom real estate industry. *Sustainable Development*, 33(1). <https://doi.org/10.1002/sd.3194> [Hämtad 2026-04-10]
- Akhter F, Hossain MR, Elrehail H, Rehman SU, Almansour B (2023). Environmental disclosures and corporate attributes, from the lens of legitimacy theory: a longitudinal analysis on a developing country. *European Journal of Management and Business Economics*, 32(3). <https://doi.org/10.1108/EJMBE-01-2021-0008> [Hämtad 2026-05-20]
- Aksom, H. & Vakulenko, V. (2023). Revisiting the scope and suggesting novel domains of institutional theory in public administration research. *Teaching Public Administration*, 42(2). <https://doi.org/10.1177/01447394231191935> [Hämtad 2025-12-01].
- Alamsyah, D.P., Kurniawan, A.A. & Othman, N.A. (2024). Exploring the attitude towards sustainability on the adoption of green products. *E3S Web of Conferences*, 576. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457604004> [Hämtad 2025-12-03]
- Axelsson, A., Danielsson, I. & Gunnarsson, M. (2020). Legitimitetsstrategier i hållbarhetsrapporter. [Kandidatuppsats]. [Örebro Universitet].
- Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3:e uppl. Malmö: Liber.
- Chen, L., Yu, W. & Qian, L. (2024). Green credit policy and ESG performance for promoting sustainable economic system. *Journal of Infrastructure Policy and Development*, 8(4). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i4.3392> [Hämtad 2026-01-15]
- Danske Bank. (UÅ). Grönt bolån för gröna hem. <https://danskebank.se/privat/produkter/bolan/grona-bolan> [Hämtad 2026-05-05]
- DiMaggio, P.J. & Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2). <https://doi.org/10.2307/2095101> [Hämtad 2026-04-19]
- EUR-Lex. (UÅ). Hållbar utveckling.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=LEGISSUM%3Asustainable_development&utm_source=chatgpt.com [Hämtad 2026-05-29]

Gilchrist, D., Yu, J. & Zhong, R. (2021). The Limits of Green Finance: A Survey of Literature in the Context of Green Bonds and Green Loans. *Sustainability*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/su13020478> [Hämtad 2025-12-29]

Handelsbanken. (UÅ). Gröna lån – ränterabatt på energisnålare boenden. <https://www.handelsbanken.se/sv/privat/bolan/gront-bolan> [Hämtad 2026-05-05]

Inegbedion, H. (2024). Green banking and profitability of banks in Nigeria: Opinions and attitudes. *Heliyon*, 10(14). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34303> [Hämtad 2026-04-19]

Linneberg, M.S & Korsgaard, S. (2019). *Coding qualitative data: a synthesis guiding the novice*. *Qualitative Research Journal*, 19(3). <https://doi.org/10.1108/QRJ-12-2018-0012> [Hämtad 2026-04-20]

Länsförsäkringar. (UÅ). Grönt bolån. <https://www.lansforsakringar.se/bergslagen/privat/bank/bolan/gront-bolan/> [Hämtad 2026-05-05]

Mehta, A.M. & Handriana, T. (2024). Analyzing CSR and customer engagement through green banking digitalization: with the mediating effect of perceived environmental value and moderation effect of customer's eco-consciousness. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2332502> [Hämtad 2026-04-15]

Mensah, A. (2025) Role of Green Financing in Enhancing Financial Stability of Commercial Banks in Ghana. *International Journal of Finance*. <https://doi.org/10.47941/ijf.2577> [Hämtad 2026-01-15]

Mir, A.A. & Bhat, A.A (2022). Green banking and sustainability– a review. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 40(3). <https://doi.org/10.1108/AGJSR-04-2022-0017> [Hämtad 2025-12-29]

Naturvårdsverket (UÅ). Agenda 2030 och globala hållbarhetsmålen. <https://www.naturvardsverket.se/om-miljoarbetet/agenda-2030-och-globala-hallbarhetsmalen/> [Hämtad 2026-05-29]

- Niyazbekova, S., Semenov, A., Syzdykova, E., Irisheva, A., Bikashev, D. & Varzin, V. (2024). Green loans and projects aimed at protecting the environment and increasing the sustainability of the economy. *BIO Web of Conferences*, 93. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20249305012> [Hämtad 2026-04-19]
- Nordea (UÅ). Gröna lån. <https://www.nordea.se/privat/produkter/bolan/grona-bolan.html> [Hämtad 2026-05-05]
- Olateju, D.J., Olateju, O.A., Adeoye, S.V. & Ilyas, I.S. (2021). A critical review of the application of the legitimacy theory to corporate social responsibility. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 9(3). <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0903001>[Hämtad 2026-04-19]
- Pyka, I. & Nocoń, A. (2021). Banks' Capital Requirements in Terms of Implementation of the Concept of Sustainable Finance. *Sustainability*, 13(6) <https://doi.org/10.3390/su13063499> [Hämtad 2026-01-15]
- Raji, R. (2023). Sustainable finance in action: exploring green loans in promoting environmental responsibility. *Kristu Jayanti Journal of Management Sciences*, 2(1). <https://doi.org/10.59176/kjms.v2i1.2348> [Hämtad 2026-01-05]
- Ruiz-Mallén, I. & Heras, M. (2020). What Sustainability? Higher Education Institutions' Pathways to Reach the Agenda 2030 Goals. *Sustainability*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041290> [Hämtad 2026-04-19]
- Røykenes K. (2008). Metodetriangulering – et metodisk minefelt eller en berikelse av fenomener? *Sykepleien Forskning*, 3(4). <https://doi.org/10.4220/sykepleienf.2008.0081> [Hämtad 2026-04-19]
- SBAB (UÅ). Grönt bolån - lägre ränta med energieffektivt boende. https://www.sbab.se/1/privat/landa/bolan/gront_bolan.html [Hämtad 2026-05-05]
- SEB (UÅ). Grönt bolån. <https://seb.se/privat/bolan/hallbart-boende/grona-bolanet> [Hämtad 2026-05-05]
- Swedbank. (UÅ). Grönt bolån. <https://www.swedbank.se/privat/boende-och-bolan/bolan-for-olika-behov/grona-bolanet.html> [Hämtad 2026-05-05]

Ullah, M.A. (2020). Green Banking in the Way of Sustainable Development: An Overview of Practice and Progress in Bangladesh. *Canadian Journal of Business and Information Studies*, 2(5). <https://doi.org/10.34104/cjbis.020.01050119>
[Hämtad 2026-04-19]

World Commission on Environment and Development (WCED) (1987). *Our Common Future (Brundtland Report)*. Oxford: Ocford University Press.

Bilaga 1 – Intervjufrågor för semistrukturerade intervjuer

1. Vad arbetar du med?
2. Vad har du för koppling till hållbarhetsfrågor i ditt vardagliga arbete?
3. Hur skulle du beskriva/definiera gröna lån? Vad är skillnaden på gröna lån och vanliga?
4. Vilka typer av gröna lån eller hållbara kreditprodukter arbetar ni med?
5. Hur upplever du kunders kännedom om gröna lån?
6. Hur ser du på kraven för att få ett grönt lån? Hur påverkar dessa krav kundernas möjligheter, enligt din erfarenhet?
7. Upplever du att gröna lån har betydelse eller är det bara något som banken erbjuder?
8. I vilken utsträckning upplever du att gröna lån gör skillnad?
9. Finns det situationer där ekonomiska, miljömässiga och sociala faktorer krockar, med hänsyn till gröna lån?
10. -Hur upplever du att din arbetsgivare arbetar med hållbarhet?
11. -Hur kommuniceras hållbarhet internt inom företaget?
12. -På vilket sätt märks hållbarhetsarbete i det vardagliga arbetet?
13. -Hur upplever du att banken kommunicerar gröna lån till kunder? Ex via hemsidan.
14. -Varför tror du att din arbetsgivare erbjuder gröna lån?
15. -Om du fick ändra på något kopplat till gröna lån åt din bank, vad hade det varit?

Bilaga 2 – Kodningsschema intervjuer bank Blå

Citat	First order codes	Second order codes	Tema
“...gör inte alla banker det nu för tiden?” (R1, F14)	Alla banker erbjuder gröna lån	Branschstandard	Konkurrens
“...banken en storbank som har massa regleringar som de behöver förhålla sig till.” (R2, F2)	Måste följa yttre påtryckningar	Institutionellt tvång	Konkurrens
“...nog absolut en affärsmässig aspekt, om inte vi erbjuder det men andra banker gör det så tappar man konkurrens, så det nog att alla vill vara med på tåget annars får man en konkurrensnackdel helt enkelt.” (R3, F7)	Konkurrens	Isomorfism	Konkurrens
“För att inte sticka ut, att vi inte gör det. Jag tror att det är lite flockbeteende från bankernas håll...” (R3, F14)	Inte sticka ut	Isomorfism	Konkurrens
“Jag tänker väl att det är en attraktiv sak för bankerna att ha (gröna lån).” (R1, F14)	Attrahera kunder	Strategiskt val	Motivation
“Det har varit en väldigt stor push för miljötanket generellt i samhället så det känns som att bankerna försöker anpassa sig så gott som de kan	Yttre påtryckningar	Följa normer	Motivation

<p>mot miljömål.” (R2, F9).</p> <p>“Jag tror det är mycket image, att man vill uppfattas och vara med på hållbarhets initiativet, att man syns utåt som en hållbar aktör på marknaden och också för att vara konkurrenskraftig bland storbankerna.” (R2, F14)</p>	Uppfattas som hållbar	Tolkas som legitim	Motivation
<p>“Och sen tror jag mycket att det handlar om att skicka signaler att vi tycker det här är viktigt och även internt så märks det att man lyfter det.” (R3, F10)</p>	Skicka signaler	Hållarbetsarbete	Motivation
<p>“Inte super medvetna om möjligheten, de som är medvetna är de som fått certifikat i samband med köp eller blivit medvetna av vänner eller så och vill investera i det för att kunna få ytterligare rabatt på bolånet. Men skulle säga att majoriteten inte har koll på att det finns.” (R1, F5)</p>	Låg kundkänedom	Bristande medvetenhet	Lite kännedom hos kunder
<p>“Oj, det är väldigt varierande... Jag tror generellt sett att den vanliga bolånekunden är väldigt omedveten</p>	Saknar kunskap	Bristande medvetenhet	Lite kännedom hos kunder

om att det finns och möjligheterna man kan få ut av det som kund.” (R2, F5)			
“Det är ganska mycket via hemsidan, och sen så tror jag att man utgår lite från att det är kunderna som får säga till om de kvalificerar sig eller inte.” “...vi utgår från att säljaren har koll på det, mäklaren har koll på det och att kunden ska ha lite koll på det själv. Så vi skulle nog kunna absolut vara lite bättre på att trycka på det.” (R3, F13)	Kundansvar	Ansvarsförvirring	Lite kännedom hos kunder
“Inte super medvetna om möjligheten...blir informerade av mäklare skulle jag tippa.” (R1, F5)	Extern information	Indirekt marknadsföring	Marknadsföring
“Annars känns det spontant som det är lite undanskymt, utan att det snarare är kundens jobb att söka upp, om det är så att man vill investera och energieffektivisera så får man reda på hemsidan när man gör det, men steget dit är snarare på kundens ansvar.” (R2, F13)	Lite undanskymt	Svag marknadsföring	Marknadsföring
“Det är klart vi skulle kunna lyfta det här	Marknadsföra bättre	Svag marknadsföring	Marknadsföring

<p>med gröna bolån om att de kan få extra ränterabatt. För då kan man faktiskt styra om kunderna om vad de letar efter för bostad, vi skulle säkert kunna göra mer absolut.”</p> <p>(R3, F13)</p>			
<p>“Det bör kanske finnas någon mer reglering som man själv som privatperson kan göra, för att om man bor i en bostadsrätt så är det inte så mycket man kan påverka själv, känns som en produkt som främst riktar sig mot fastighetsägare och husägare i dagsläget.” (R2, F6)</p>	Begränsade möjligheter	Hinder	Begränsningar i att få gröna lån
<p>“Nej, det är ganska stränga krav som vi har som sagt, A och B det krävs ganska mycket. Det är väl rimligt ioförsig, det kostar ju banken lite pengar att erbjuda det... Jag tycker att dem är rimliga men ganska högt ställda.”</p> <p>(R3, F6)</p>	Höga krav	Svårt att nå målen	Begränsningar att få gröna lån
<p>“Det som är nu, det är väldigt ofta bara nyproducerade bostäder som klassificeras för gröna bolån, skulle jag säga.</p>	Begränsad målgrupp	Ojämn tillgång	Begränsningar att få gröna lån

För då har man redan i processen använt bra material, isolering, fönster och såna saker.” (R3, F6)			
--	--	--	--

Bilaga 3 – Kodningsschema intervjuer bank Röd

Citat	First order codes	Second order codes	Tema
<p>“Ja, det är för att främja hållbarhet. Sen är det mer eller mindre för att inte bli svartstämplad, det är jätteviktigt. Sen såklart konkurrensskäl.” (R4, F14)</p>	<p>Undvika negativ stämpel. Konkurrens</p>	Isomorfism	Konkurrens
<p>“...klart att stora banker följer varandra.” (R5, F14)</p>	Imitera varandra	Branschstandard/ Isomorfism	Konkurrens
<p>“...för att inte bli svartstämplad, det är jätteviktigt.” (R4, F14)</p>	Undvika kritik	Vara legitim	Motivation
<p>“Nej, det är för att de tycker det är viktigt med hållbarhet,” (R5, F14)</p>	Ansvarstagande	Legitimitet	Motivation
<p>“Den är rätt låg faktiskt.” (R4, F5)</p>	Låg kännedom	Bristande informationstillgång	Lite kännedom hos kunder
<p>“Jag har inte haft så mycket diskussion med kunderna, det är mer att jag säger att det har den energiklassen och det är bara att ansöka.” (R5, F5)</p>	Låg kundaktivitet	Begränsad intresse/ kunskap	Lite kännedom hos kunder
<p>“Viss marknadsföring, men inte optimalt. Det vanliga, det syns på hemsidan. Men hur många går in och läser där? Sen är också frågan om hur man når ut till fler?”</p>	Begränsad synlighet	Passiv i kommunikation	Marknadsföring

Jag tror att man skulle kunna lyfta det lite bättre.” (R4, F13)			
“Det finns tydlig information om man vill hitta något. Det kan skickas kommunikation digitalt då och då som handlar om hållbarhet.” (R5, F13)	Begränsad synlighet	Passiv i kommunikation	Marknadsföring
“Visst, nybyggnationer men bulken har inte nybyggt och byggs inte jättemycket nytt heller, det är därmed en produkt som inte finns för så många. Alla som bor i en lägenhet vet att det finns grönt bolån men inget man kan få, typ.” (R4, F7)	Få kvalificerar sig, nyproduktion krävs ofta	Begränsningar	Begränsningar att få grönt lån
“Det beror på energiklass, det är det som vi kör på. Är det en ny bostadsrättsförening med viss energiklass då är det något som kunden söker själv om...” (R5, F3)	Viss energiklass, nyproduktion och göra själv	Krav och individens ansvar	Begränsningar att få gröna lån

Bilaga 4 – AI deklARATION

I uppsatsen har artificiell intelligens (AI) använts i viss mån under arbetet. Detta har skett med hänsyn till AI-policy. Tre olika AI-verktyg har använts för att stödja uppsatsen, värt att understryka är att all text är skapad av skribenterna själva.

Notebook LM

Har använts av skribenterna för att finna språkliga förbättringar i uppsatsen.

Länk: <https://notebooklm.google>

Ai2 Asta

Har använts som ett verktyg för att hitta vetenskapliga källor kopplat till uppsatsen eller relaterade ämnen. Har använts som ett komplement till övriga litteratursöktjänster.

Länk: <https://asta.allen.ai>

Chat GPT

Har använts i syfte att omformulera och språkliga förbättringar av redan skapad text som skribenterna gjort, detta för att förbättra kvaliteten av texten. Har även använts för att se över olika idéer som skribenterna kommit på för att underlätta i övervägandet.

Länk: <https://chatgpt.com>

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU kan publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver i sådana fall godkänna publiceringen. I samband med att du godkänner publicering kommer SLU även att behandla dina personuppgifter (namn) för att göra arbetet sökbart på internet. Du kan närsomhelst återkalla ditt godkännande genom att kontakta biblioteket.

Även om du väljer att inte publicera arbetet eller återkallar ditt godkännande så kommer det arkiveras digitalt enligt arkivlagstiftningen.

Du hittar länkar till SLU:s publiceringsavtal och SLU:s behandling av personuppgifter och dina rättigheter på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>

JA, jag, Fredrik Schwalbe har läst och godkänner avtalet för publicering samt den personuppgiftsbehandling som sker i samband med detta

JA, jag, Andreas Normell har läst och godkänner avtalet för publicering samt den personuppgiftsbehandling som sker i samband med detta

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse till att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.