

**DANSK
MODEON
&ND
TEXTILE**

EKSPORT OG
INTERNATIONALISERING

**DANSK
MODEON
&ND
TEXTILE**

DAGENS PROGRAM

Introduktion til Eksport

Tyskland + Holland

Spredt gruppe med forskellig erfaring

Prøv at gøre det praktisk anvendeligt

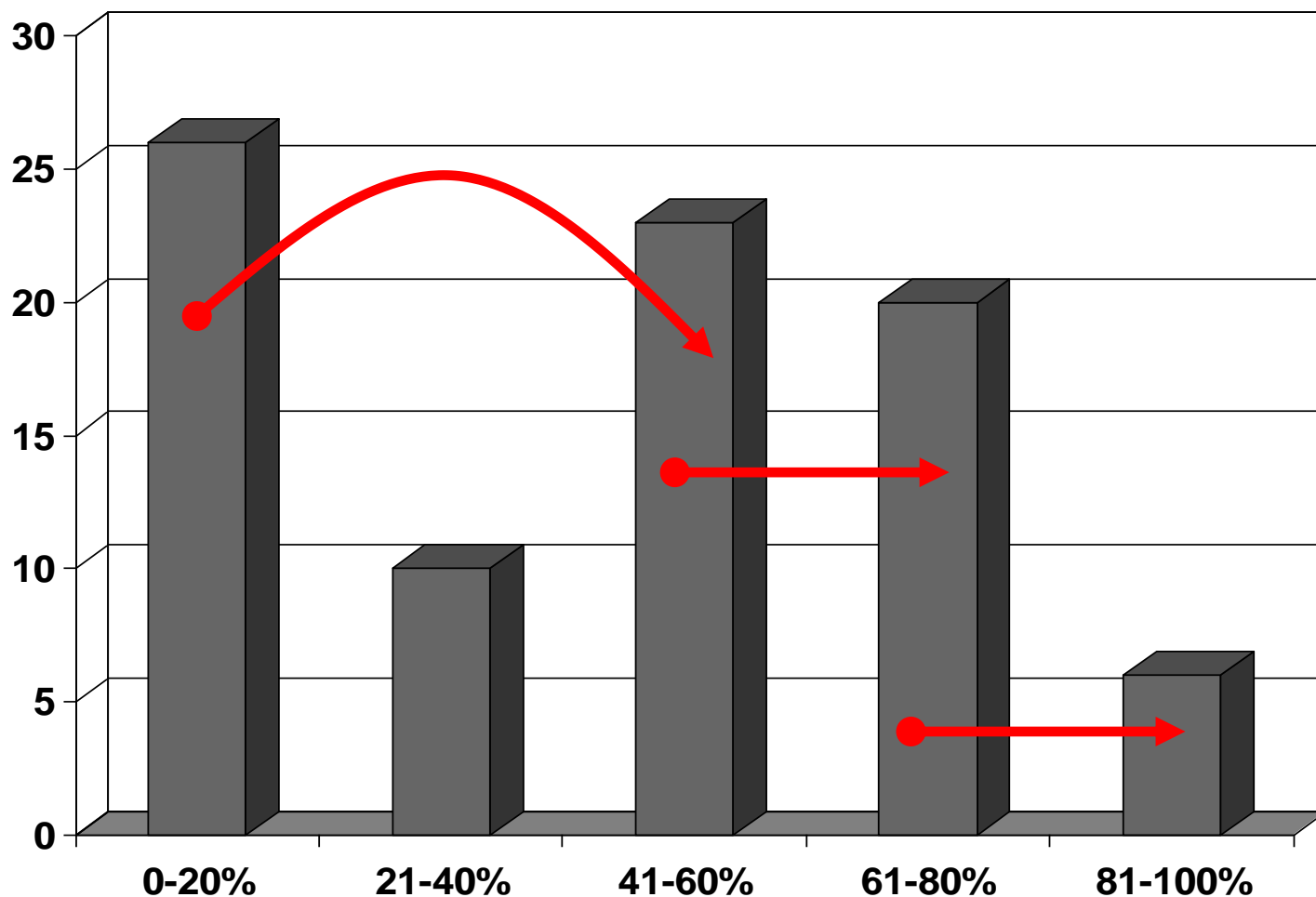
Individuel konsultation tilbydes efterfølgende

Materialer i den uddelte folder + nyt program

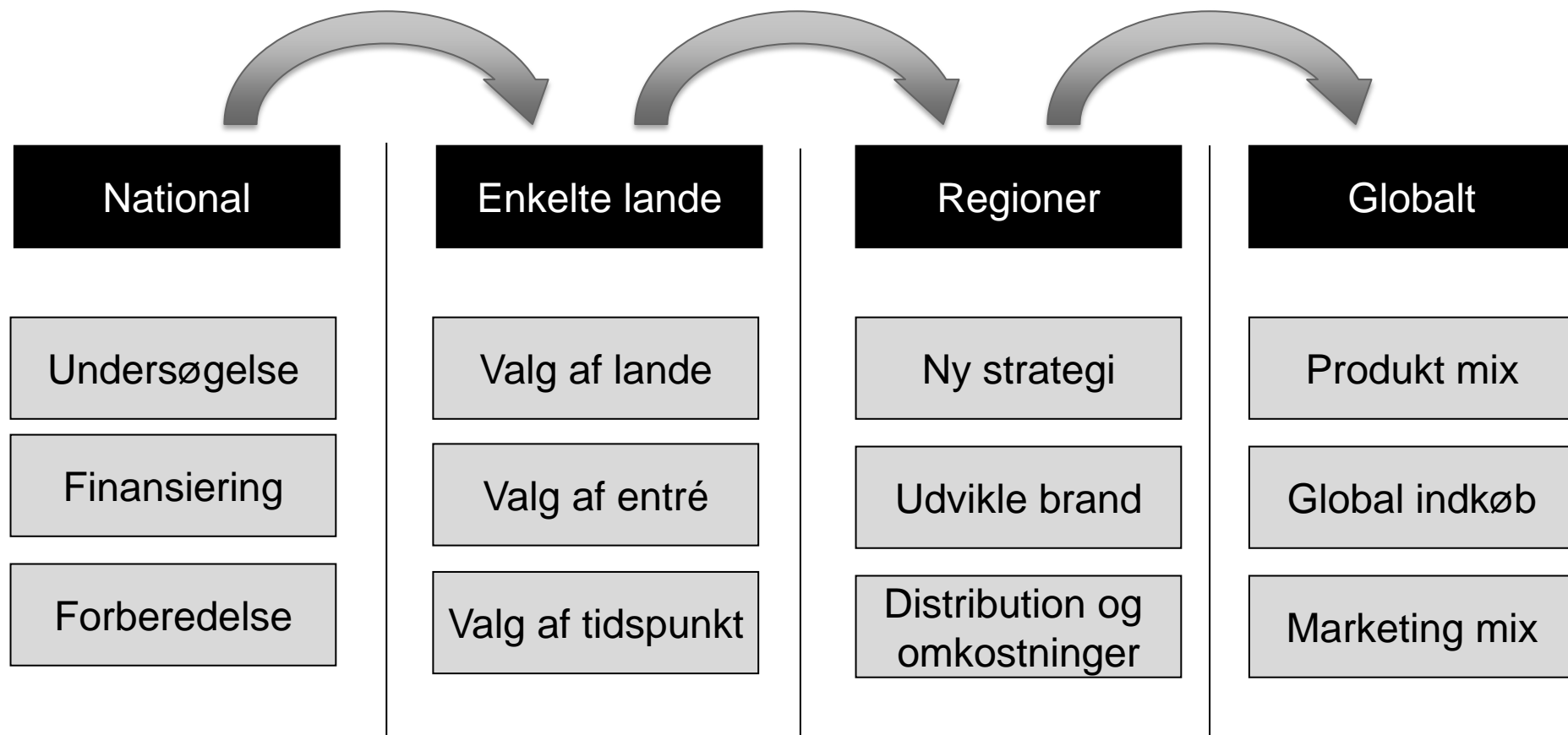
Brug netværket

DANSK MODE & TEXTILE

HVOR STOR EN PROCENTDEL AF DIN VIRKSOMHEDS OMSÆTNING ER EKSPORT?



EKSPORTENS UDFORDRINGER



HVAD KENDETEGNER EN EKSPORTSUCCESES?

- Erfaring (mange år i markedet)
- Brand bible (ingen overraskelser i næste sæson)
- Tydeligt udtryk (og tydelig kommunikation)
- Kommercielt (indtjening vigtigere end kunsten)
- Bred målgruppe (mangfoldighed blandt kunder)
- Eget forhandlerled (fornemmelse for kunder)
- Egen finansiering (eller meget lave omkostninger)
- ”Personlig topledelse (karismatisk topledelse)”

HVAD HOLDER OS TILBAGE?

- Finansiering (økonomi og adgang til kapital)
- Erfaring/størrelse (referencer og professionalisme*)
- Ambitioner (visionerne og ønsket om vækst)
- Netværket (kontakter og adgang til de ”rette”)

* ”Det er ikke prisen, kvaliteten og design som er årsag til manglende eksport. Evner til korrekt levering, evnen til at skabe koncepter og finansiering er fremhævet som de største stopklodser for dansk modeeksport”.

INTERNATIONALISERINGENS FASER

- ”Undgå spredt messedeltagelse” og ”Undgå tilfældigheder”
- Forbered markedet (valg af marked, konkurrenter, distribution, kommunikation, egen organisation, kultur, forretningsbetingelser osv.)
- Fokuser på få markeder
- Lær kulturen af kende
- Opdel markedet
- Besøg markedet
- Slå til ved rette match
- Invester i partneren/markedet
- Besøg partneren ofte
- Udregn omkostningerne og indtjeningen (godt købmandskab)
- Vær klar med forretningsbetingelser (prislister, reklimationspolitik, betalingsbetingelser, leveringsbetingelser, avancestruktur osv.)

Tøjbranchens udvikling jfr. den internationale sammenslutning af agentforeninger (I.U.C.A.P.)



Der bliver færre virksomheder i det midterste segment. Kampen kommer til at stå i detailledet eller på det unikke design/koncept.

Der bliver færre agenter, men flere agenter per uafhængige butik.

Dansk Mode & Textils Eksportkoncept

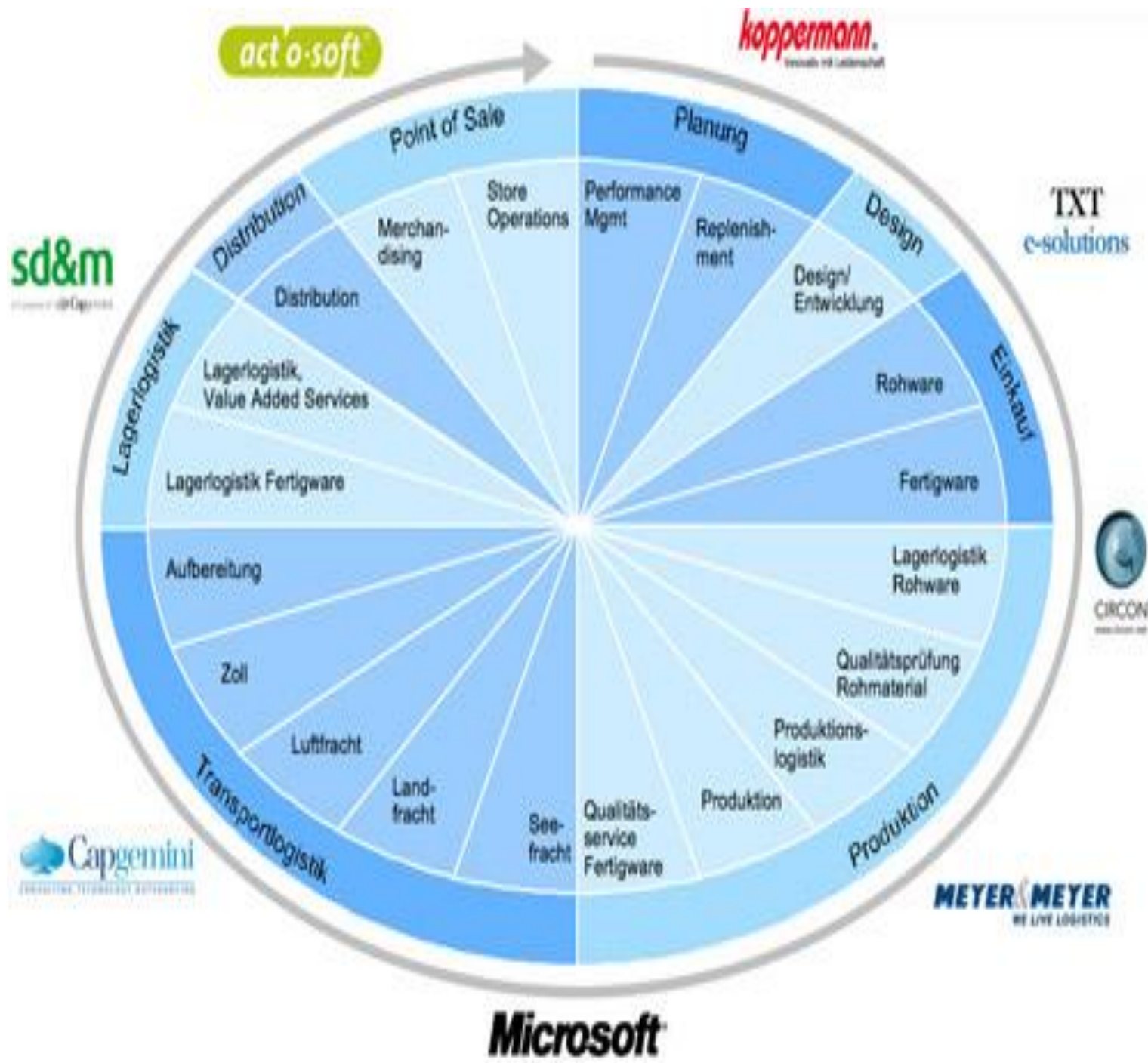
**Database med
kontakt til agenter,
distributører og
indkøbere i 6 lande**

**Speed-dating
arrangementer**

**Kun hos
Dansk Mode
& Textil**

**Ring og hør
nærmere
51 28 65 95**

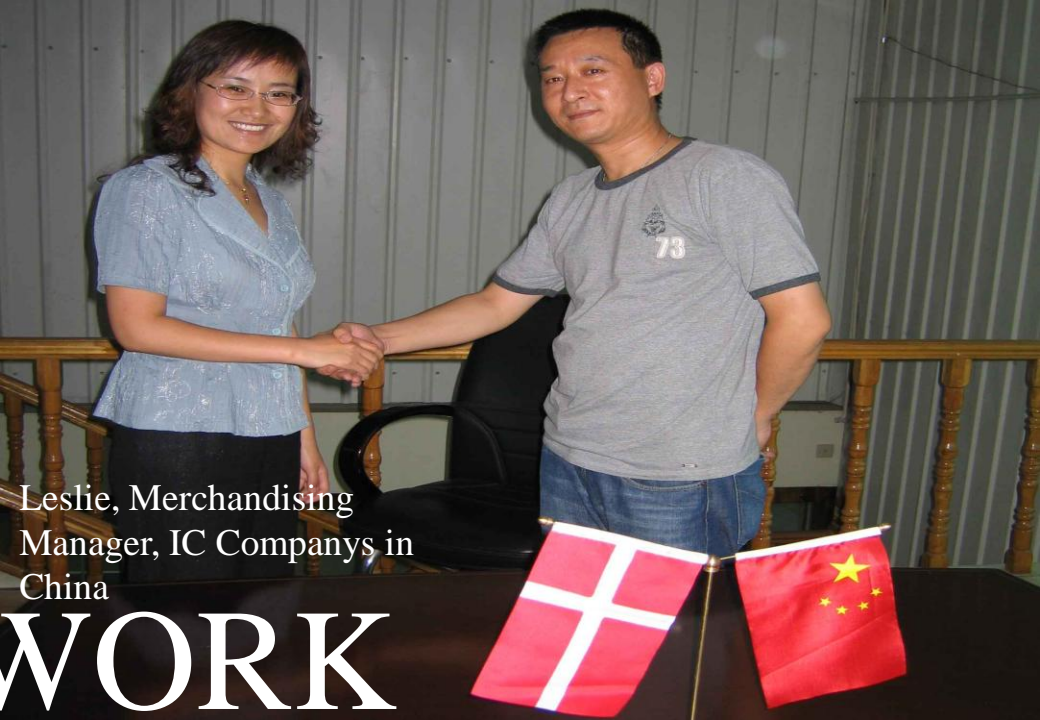
DANSK MODE &ND TEXTILE





Students at
TEKO in Herning

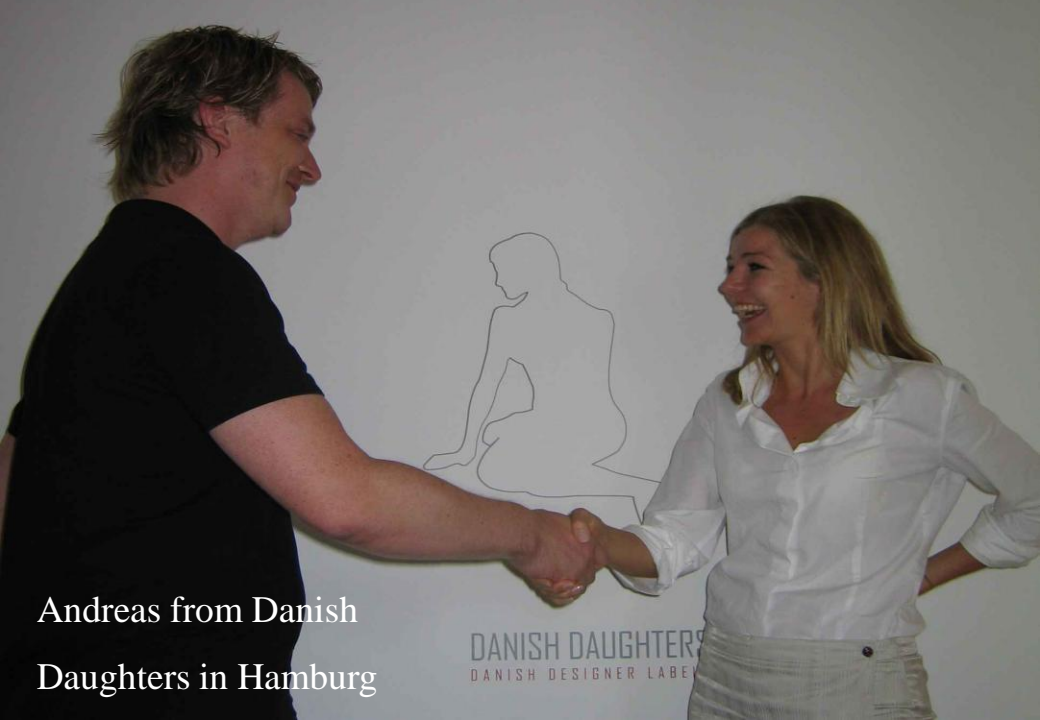
THE NETWORK



Leslie, Merchandising
Manager, IC Companys in
China



Morten & Robert, Sales Manager and Sales
Director, DFDS Transport in China



Andreas from Danish
Daughters in Hamburg



TYSKLAND KORT FORTALT

Markedets størrelse: 434,5 Mia. DKK (detail)

Eksporten: 4,37 mia. DKK (engros)

Dansk Markedsandel: ca. 2,7 % (1,5 %)

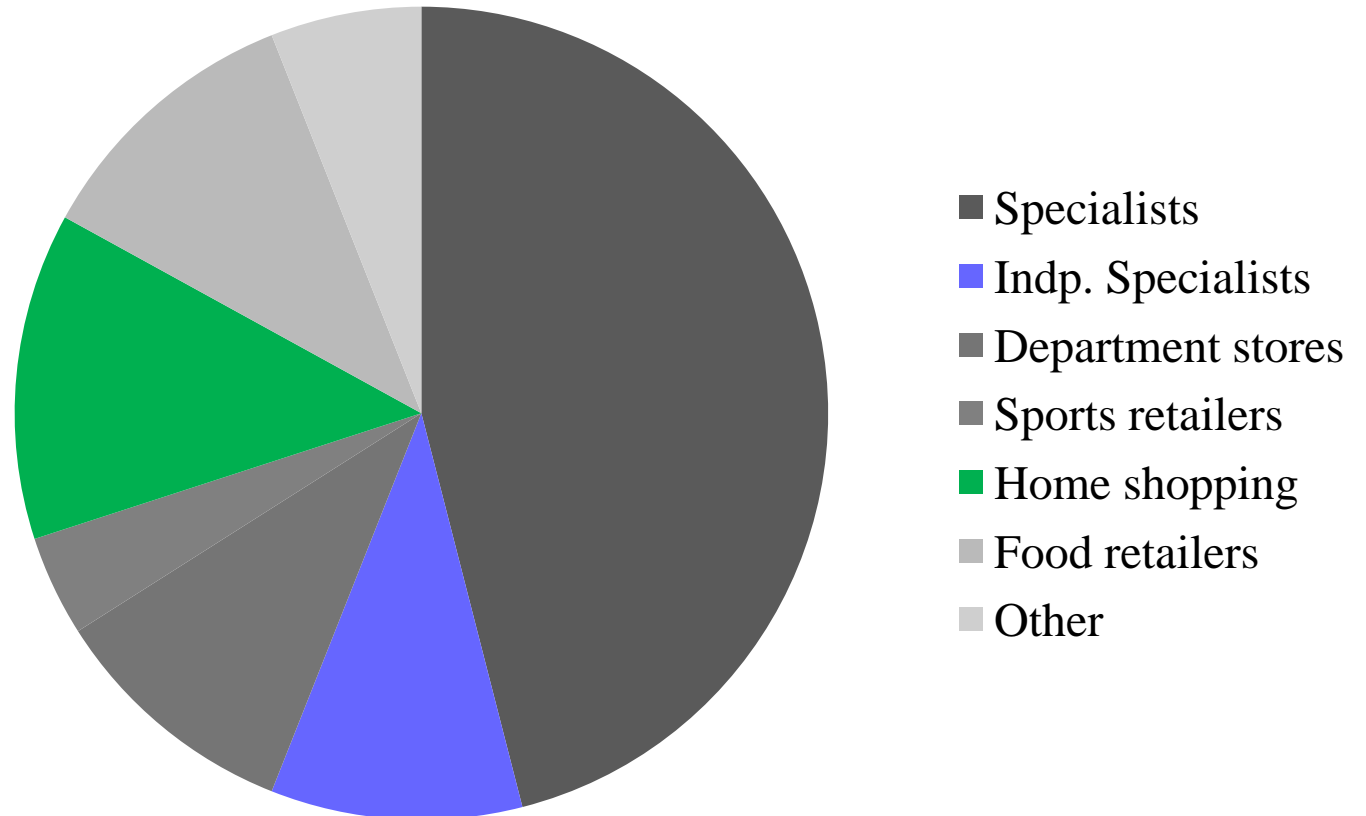
Uudnyttet potentiale: ca. 25 %

Vækst: -6,1 % (2008-2009)

Konkurrencen: Alle mærker vil til Tyskland, men mange er alligevel tilbageholdende fordi markedet virker uoverskueligt og for stort.

DISTRIBUTION I TYSKLAND

Distribution





HOLLAND KORT FORTALT

Markedets størrelse: 58,2 Mia. DKK (detail)

Eksporten: 2,18 mia. DKK (engros)

Dansk Markedsandel: ca. 10 %

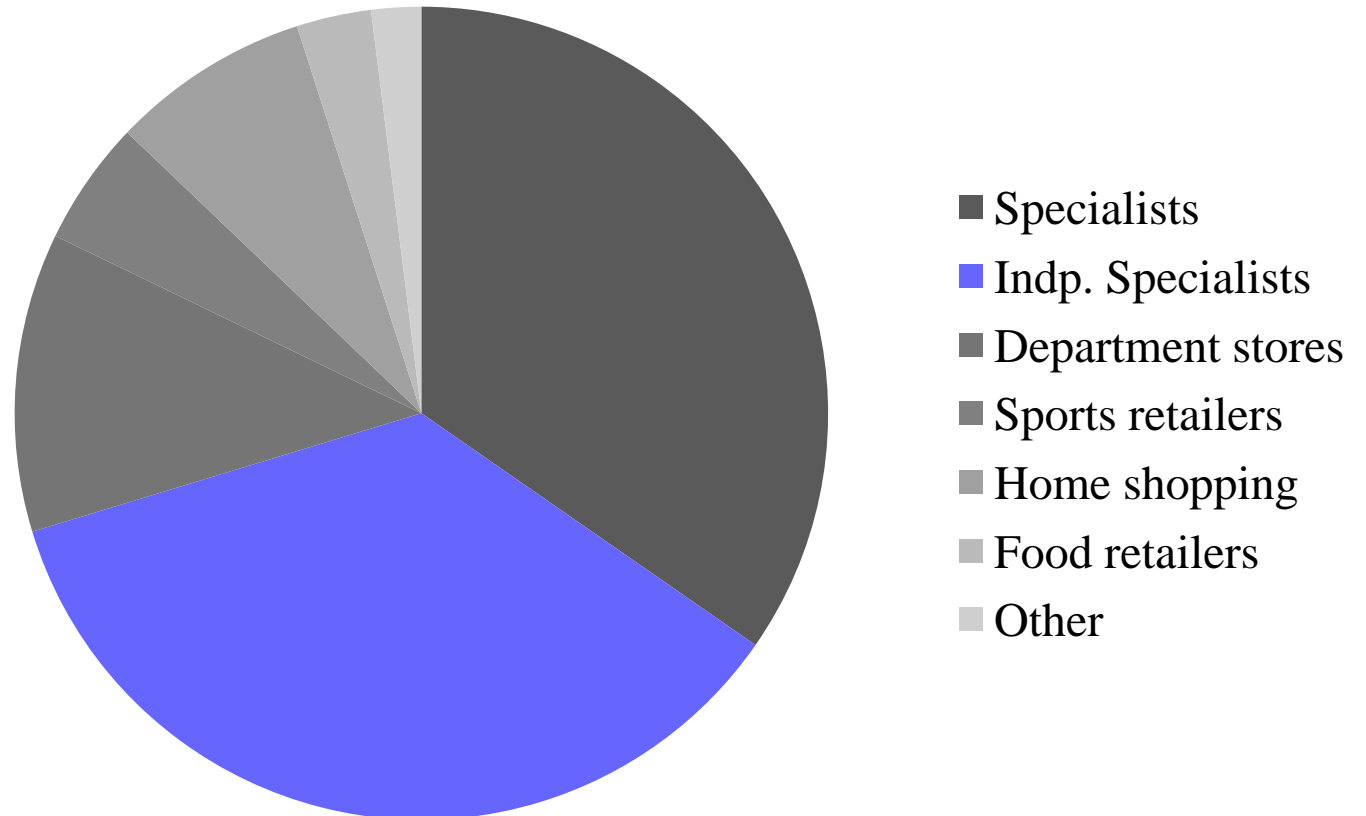
Uudnyttet potentiale: ca. 50 %

Vækst: +3,7 % (2008-2009)

Konkurrencen: Mange introduktioner, men danske mærker ser ud til at være på forkant.

DISTRIBUTION I HOLLAND

Distribution



NÆSTE GANG

6 små workshops med fokus på salg og sourcing:

- **E-handel (egen webshop – hvad er effekten?)**
- **Key Accounts (salg til stormagasiner og kæder)**
- **Messedeltagelse (før-under-efter)**
- **Indkøb og produktion (kvalitetskontrol og timing)**
- **CSR (værdien og omkostningerne ved CSR)**
- **Værdikæden (optimering af varer og information)**

Tilmeld jer hver to workshops inden for de felter som I gerne vil arbejde med.