

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

<u>Indholdsfortegnelse:</u>		<u>Side:</u>
1.1.	Struktur / indholdsfortegnelse	1
1.2.	Formål med nærværende beskrivelse	4
1.3	Forkortelser, definitioner	4
1.4.	Forudsætninger – afgrænsninger	4
1.5.	Udsigtsniveau	5
1.6.	Tidshorisont	5
2	Beskrivelse af BOSSWIK ApS	6
2.1	Historie / ejerskab	6
2.2	Kort om produktet og markedet	6
2.3	Ide og idegrundlag	7
	2.3.a Ide	7
	2.3.b Idegrundlag	7
	2.3.c Vision	7
2.4	Advisoryboard	8
2.5	Organisation	9
2.5.	Medarbejdere	9
	2.5.1.a Administrativt ansatte / funktionærer	9
	2.5.1.b Salg	9
	2.5.1.c Lager	10
	2.5.1.d Produktion	10
	2.5.1.e Reparation og vedligeholdelse	11
2.6	Økonomi	11
2.7	Virksomhedens IT	13
2.8	Produktionsmaskiner	13
3	Beskrivelse af behov og brugssituation	13
3.1	Produktbeskrivelse	13
	3.1.a Herrebælter	15
	3.1.b Perifere ydelser	15
3.2	Problemer vedrørende produktet / kvalitetsbeskrivelse / Lovgivning	16
4	Beskrivelse af markedet.	17
4.1	Efterspørgsel	17
4.2	Hovedsegmenter	17
	4.2.1 Specialbutikker	17
	4.2.1.a Butikker der er fuldstændig frie og uafhængige.	18
	4.2.1.b Butikker der er medlem af en indkøbsforening, men ikke deltager i nogen form for fællesmarkedsføring.	18

	4.2.1.b.1	Uprofilerede Dress Partner butikker.	18
	4.2.1.b.2	Butikker tilknyttet X-Man.	17
	4.2.1.c	Butikker der er medlem af en indkøbsforening med fælles markedsføring	17
	4.2.1.c.1	Medlemmer af Mister	17
	4.2.1.c.2	Butikker der er medlemmer af indkøbsforeningen DP, og tilknyttet ”Din TøjMand”.	18
	4.2.1.c.3	Tøjeksperten	19
	4.2.2	Kapitalkæder	
	4.2.2.a	Jardex	23
	4.2.2.b	Kaufman	23
	4.2.2.c	Nielsens	23
4.3		Nye kapitalkæder	23
	4.3.3.a	Wagner	24
	4.3.3.b	Marcus	24
	4.3.3.c	Sams	25
	4.3.3.d	Bertoni	25
	4.3.3.e	Men	26
	4.3.3.f	Solid	26
	4.3.3.e	Deres	27
	4.3.4	Andre kapitalkæder	27
	4.3.5	Jack Jones og Selected (Bestseller)	27
	4.3.6	Franchisebutikker	27
	4.3.7	Kort konklusion af segmentet ”specialbutikker”	28
4.4		Dagligvarerhandlen	28
4.5		Profil- og uniformskunder	28
4.6		Markedet for konceptbælter / private label	29
4.7		Markedet for tekniske bælter	29
5		Udbudssiden af herrebæltemarkedet i Danmark	30
5.1		Leverandører af konceptbælter	30
5.2		Mindre firmaer, med en meget lille markedsandel	30
5.3		Udbydere med et seriøst tilbud	30
	5.3.1	Philipsons	30
	5.3.2	Saddler	31
	5.3.3	Lloyd	32
5.4		Generelle forhold vedrørende udbudssiden	32
6		Eksport	33
7		Udvikling af virksomheden	34

7.1	Fashion Accelerator	34
8	Virksomhedens strategi	35
9	Hovedopgaverne i BOSSWIK i de næste 1-3 år	36
9.1	Hvordan forøges markedsandelen i Danmark yderligere ?	36
9.2	Hvordan opnås en væsentlig eksport ?	36
9.3	Mulighederne for at rationaliser / effektivisere produktionen	37
9.4	Styrkelse af organisation ledelse mm.	37
9.5	Salg til dagligvarermarkedet	38
10	Overordnet målsætning	39
	Bilagliste	40