

Kandidatexamen i Textilteknologi med inriktning produktutveckling
Rapportnr Textilhögskolan 2010-05-27
2010.14.10

Produktutveckling och formgivning av hundklädeskollektion

Catarina Jonasson, Frida Tjernström

Förord

Det här är ett examensarbete på 15 högskolepoäng utfört på uppdrag av My One AB. Arbetet påbörjades 2010-03-26 och pågick till och med 2010-05-27. Uppgiften bestod av att produktutveckla, formge och framta underlag för produktion av en hundklädeskollektion. Projektet har varit spännande och lärorikt.

Vi vill tacka alla som varit med och hjälpt oss och fört projektet framåt.

Särskilt tack till

My One AB som gjorde det möjligt för oss att få ta fram en kollektion i ett verkligt projekt.

Kristina Gutfelt vår handledare som har bidragit med sin kunskap och sina åsikter.

Sanna Ulander och Sandra Carlqvist som har kommenterat arbetet under projektets gång.



Catarina Jonasson



Frida Tjernström

Sammanfattning

Den här rapporten redogör för utveckling, design och konstruktion för en kollektion av hundplagg. Uppdraget kommer från företaget My One i Kungsbacka som går ut på att hjälpa företaget med att ta fram ett förslag på en kollektion bestående av fyra plagg. Fokus i projektet är att få fram ett koncept som bygger på att kunna producera kollektionen så att den går att sälja i butik till hösten 2010. Rapporten bygger på en förstudie som skrevs i föregående kurs "Textil projekt- och affärsutveckling". Förstudien finns som bilaga, "Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH?". Utifrån studien och krav från uppdragsgivare har en kravspekifikation skapats, vilket är underlag för designen.

Några av kraven är att produkterna ska vara justerbara, ha fler reflexer och vara smidig att ta på hunden. Genom kravspekifikationen skapade vi olika koncept och skisser. Färgval för kollektionen gjordes och en illustration gjordes av det valda konceptet i programmet Illustrator. För att kunna tillverka kollektionen skapades även mönster till olika plaggen som sedan graderades.

I avslutande diskussion tar vi upp risker med projektet när det gäller storlekar och diskuterar möjligheter som finns för att säkerställa att för företaget att lyckas med den nya kollektionen. I slutsatsen kom vi bland annat fram till att avprovning av kollektionen bör ske.

Abstract

This report describes the development and design and design proposals for a collection of dog clothes. The mandate comes from the company in Kungsbacka My One and seeks to enable the company to develop a proposal for a collection of four garments. The focus of the project is to develop a concept based on the ability to put the collection in production so it can sell in stores autumn 2010. The report is based on a viability study that we wrote in previous courses, "Should My One further develop their internal brand? We have then created a specification based on our study and requirements from the clients, which the design is based on.

Some of the requirements is that the products should be adjustable, have more reflexes and be easy to put on the dog. We created various concepts and sketches with the term of reference. Colors choice for the collection and an illustration of the selected concept in the program Illustrator was made. In order to produce the collection was designs for various garments created which we then graded.

In the final discussion we discuss the risks of the project in terms of right sizes. We recommend ways to ensuring that the company succeeds with the new collection. The conclusion is that a trial of the collection should be done.

Innehåll

1. Inledning	7
1.1 Bakgrund.....	7
1.1.1 Företagsbeskrivning	7
1.2 Uppgift	8
1.3 Mål	8
1.3.1 Vårt mål	8
1.3.2 Företagets mål.....	8
1.4 Syfte	9
1.4.1 Frågeställning.....	9
1.5 Resultat	9
1.6 Avgränsning.....	9
1.7 Hundens behov.....	10
1.7.1 Därför använder man täcke på hunden.....	11
1.7.2 Vilka hundar behöver täcke?.....	11
1.7.3 Hur ser man att hunden fryser?	11
1.8 Dagens utbud av hundkläder.....	11
1.8.1 Detaljer på befintliga hundkläder.....	12
2. Teori.....	13
2.1 Produktutveckling.....	13
2.1.2 Design och formgivning.....	13
2.2 Marknaden	14
2.2.1 Målgrupp.....	14
2.2.2 Marknadens storlek.....	14
2.3 Informationsinsamling och problemundersökning	15
2.3.1 Analysering av produkter.....	15
2.3.2 Funktionsanalys	15
2.3.3 Kravspecifikation	15
2.4 Material	16
2.4.1 Textila material	16
2.4.2 Slutbehandling	18
2.4.3 Detaljer.....	19
2.5 Brainstormning	19
2.6 Att välja färg	20

2.7 Visualisering i Adobe Photoshop och Illustrator	21
2.8 Konstruktion och tillverkning	21
2.8.1 Prover	21
2.9 Butikslayout	22
3. Empiri	23
3.1 Marknaden	23
3.1.1 Kund.....	23
3.1.2 Marknadens storlek.....	23
3.2 Informationsinsamling och problemundersökning	23
3.2.1 Funktionsanalys	24
3.2.2 Kravspecifikation	25
3.3 Materialval	25
3.4 Idéskapande brainstorming	26
3.4.1 Inspiration	26
3.4.2 Koncept och idéskissning.....	26
3.5 Färgval	27
3.5.1 Utvärdering färgval.....	28
3.6 Konzeptutveckling	29
3.6.1 Konzeptval	29
3.6.2 Logotyp	31
3.6.3 Brodyr	33
3.7 Visualisering 2	34
3.8 Konstruktion och tillverkning	35
3.8.1 Plaggmåtlista.....	35
3.8.2 Skillnadsmåtlista	35
3.8.3 Hundtäcke	36
3.8.4 Hundoverall.....	38
3.8.5 Produktspecifikation	40
3.9 Presentation av kollektionen i butik.....	42
3.9.1 Storleksguide.....	42
3.9.2 Butikslayout och förpackning	43
4. Diskussion.....	44
4.1 Logotyp.....	44
4.2 Produktlösning	44

4.3 Mönsterkonstruktion och gradering	44
4.4 Detaljleverantör.....	45
5. Slutsats	45
6. Nästa steg	45
7. Källförteckning	46

Bilaga 1 Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH? Sida 47

1. Inledning

Det spenderas mer och mer pengar på husdjuren i Sverige och vi vårdar våra sällskapsdjur med stor omsorg. På de senaste åren har handeln sett en stor ökning av kläder och accessoarer till hundar. Med tanke på det ökade intresset ställs det högre krav på färg, form och detaljer.¹

1.1 Bakgrund

Efter snart tre år på Textilhögskolan och programmet Textil produktutveckling med entreprenörs och affärsinriktning kändes det som om kunskapen fanns för att prova att driva igenom ett projekt i samarbete med ett företag. Vi, Catarina Jonasson och Frida Tjernström bestämde oss tidigt för att genomföra C-uppsatsen tillsammans. Med liknande intressen och samma vision om hur det slutgiltiga projektet i utbildningen skulle genomföras så började jakten på ett företag att samarbeta med. Vår ursprungliga idé ledde till ett möte på företaget My One men det visade sig att företaget hade en annan idé som de gärna ville att vi skulle utveckla och så blev det. Vi har inom ramarna för kursen "Textil projekt- och affärsutveckling 15 hp" genomfört en förstudie riktat mot företaget My One. (Se förstudien i bilaga 1). Företaget har valt att gå vidare med förstudien och utveckla produkterna vilket blev vårt examensarbete.

1.1.1 Företagsbeskrivning

My Ones affärsidé är att:

”Erbjuda prisvärda produkter eller exklusiv proffsutrustning för häst, hund och katt hos MyOne är valet ditt.”

My One AB är ett aktiebolag som registrerades 1994.² Deras huvudkontor ligger på Varlabergsvägen 17 i Kungsbacka.³ De bedriver verksamhet inom fackhandel för häst, hund och katt och har för närvarande fyra butiker i Göteborg, Borås, Malmö och Strömstad.⁴ De bedriver även en webbshop med adressen www.myone.se.

My One AB är till huvudsak ett handelsföretag med externa varumärken men bedriver till viss del även egen produktion av djurrelaterade produkter som till exempel hästtäckan och hundhalsband som säljs och marknadsförs under namnet Pooch.

2008-06 hade My One AB 19 stycken anställda i sin verksamhet. De hade en omsättning på 31 831 TKR med ett resultat på 1 311 TKR. Tillgångarna låg på 11 771 TKR. Vinstmarginalen låg på 7,55 %, kassalikviditeten på 20,51% och soliditeten på 40,26%.⁵

¹ ”Vi lägger miljarder på våra husdjur”

http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/prylar-pengar-vad-kostar-ett-husdjur_3542255.svd2010-03-10 12:30

² <http://www.allabolag.se/55649872032010-02-02> kl: 13:35

³ <http://www.myone.se/2010-02-02> kl: 13:43

⁴ <http://www.myone.se/sida3.html2010-02-02> kl: 13:46

⁵ <http://www.myone.se/sida3.html2010-02-02> kl: 13:46

1.2 Uppgift

Vår uppgift är att designa och ta fram underlag för att My One ska kunna sy upp en kollektion av hundtäcken och overaller som passar i det svenska kalla och regniga klimatet.

Uppgiften kommer att innebära en rad olika aktiviteter bland annat att reda på produktens design idag, vilka problem som finns, genomföra analyser, upprätta en kravspecifikation, göra utvärderingar och val, idégenerering och brainstorming, utvärdering av idéer, koncept och idéskissning, välja material, färgval, visualisering av idéer, utvärdering av vad som kommit fram, ny visualisering, konstruktion och tillverkning.

1.3 Mål

1.3.1 Vårt mål

Vårt mål med projektet är uppdelat i två delar. Det första målet är att uppfylla företagets mål med att få fram en kollektion bestående av fyra plagg i rätt storlekar, färgval, förpackning, etikett och helhetskoncept, ett resultat som överensstämmer med företagets mål. Vårt andra mål är att vi vill lära oss mer om produktutvecklingsprocessen vilket vi hoppas göra genom att genomföra projektet utifrån kända utvecklingsprocesser.

1.3.2 Företagets mål

My Ones mål med samarbetet är att få fram en kollektion av hundkläder. Produkterna ska ha snygg design kombinerat med bra funktion vilket ska göra produkterna eftertraktade på marknaden. Därför vill My One få fram ett helhetskoncept med kollektionen, det vill säga förpackning, etikett och känsla för hur kollektionen i butiken ska nå fram till kunden. Kollektionen med helhetskonceptet kommer att säljas i de egna butikerna som ingår i My One AB. Kollektionen ska bestå av en tvådelad overall, ett vintertäcke, ett regntäcke och ett ”underställ” av fleece.

My Ones mål är att vi tar fram en funktionell kollektion av hundplagg för hundar mellan 20-60 cm rygglängd. De första storlekarna ska skilja fem cm mellan varandra men sedan ska stegen vara tio cm mellan storlekarna, det vill säga 20, 25, 30, 35, 40, 50, 60. Det är viktigt att kollektionen är tilltalande för både kunden och kundens hund. Färgval ska göras och det finns vissa önskemål på att kollektionen dels ska ha naturnära färger och en sportig stil och dels att pris ut till kund ligger på 299 kr för ett täcke och 500 kr för en tvådelad overall.

Målet är att sälja det antal täcken som har tillverkats och köps in. Den nya kollektionen kommer att produceras med 150-300 stycken per modell och genom att kollektionen ska bestå av fyra modeller blir det cirka 900 plagg som är försäljningsmålet för den nya kollektionen.⁶

⁶ Mail Jennie Schollin 2010-03-15 12:18

1.4 Syfte

Syftet är att ta fram en kollektion av hundkläder till My One AB som har valt att utveckla en egen kollektion hundtäckan och overaller anpassade för hundar i regnigt och kallt klimat.

1.4.1 Frågeställning

Hur ska My Ones kollektion för hundar se ut säsongen 2010-2011?

1.5 Resultat

Resultatet ska bestå av beskrivning av marknaden och analysering av produkten så att behov och krav är tydligt framgår. Produktlösningar ska beskrivas och så skisser, illustrationer, färgval och även material förslag ska ingå. Det är viktigt att resultatet beskriver kollektionen ur ett helhetsintryck med logotyp, etikett, förpackning, storleksguide och butikslayout. Det ska finnas mönster till plaggen i kollektionen och delar av kollektionen ska finnas graderad. Det innebär att måttlistor och skillnadslistor ska göras.

1.6 Avgränsning

Arbetet är avgränsat till hundtäckan och overaller som är anpassade för att klara regn och kyla. Därmed tar vi inte upp märken och modeller av hundtäckan som endast fungerar som en accessoar eller som har ett annat användningsområde, exempelvis skyddskläder.

En materiallista finns och för att producera kollektionen billigt bör material från denna lista väljas. Det finns möjlighet att välja andra material men detta ska i sådana fall motiveras och godkännas av My One AB innan spekulativa på andra material används i projektets utveckling. Om möjligheterna finns ska därför material som är befintliga användas.

Det är endast mönstret till hundtäckerna som kommer att graderas.

Tiden är en avgränsning i projektet då utveckling och framtagning av detta produktutvecklingsprojekt ska ske under 10 veckor. Normalt sker utveckling av dessa produkter under ett till två år från inspiration till dess att produkten finns färdig.⁷

Från och med att rapporten är inlämnad och avslutad friskriver vi oss ansvaret för innehåll som kan komma att produceras. Mönstren kommer efter avslutad kurs tillfalla My One AB och vi kommer inte att ta något ansvar för mönstrens utformning och användbarhet så länge inte ett avtal upprättas med My One efter avslutad kurs.

⁷ (Med portfolio: Hedén, Anders och McAndrew, Jane (2005). *Modfabriken: kreativt affärsmannaskap från insidan*, Kristianstad.)

1.7 Hundens behov

Hunden är ett varmblodigt djur som har en konstant temperatur oavsett yttre temperaturförhållande. Deras inre temperatur ska för en frisk hund pendla mellan 37,8 och 39,3 grader Celsius (°C). Hudens temperatur växlar beroende på de yttre förhållanden som hunden befinner sig i. Hudens möjlighet att växla temperatur är en förutsättning för att den inre temperaturen i hundens kropp ska kunna hållas konstant.

För att hunden ska kunna producera värme och hålla sin kroppstemperatur konstant krävs det att den kan tillgodogöra sig energi via foderintaget. Hur mycket värme hunden producerar och avger beror på en rad olika faktorer. Till huvudsak bestäms det av vilken muskelaktivitet hunden utsetts för samt dess metabolism av näringsämnen.

Hunden avger värme genom att den leds från hundens inre organ till dess hud. Hastigheten på värmeavgivningen beror på vilken sammansättning hunden har i form av inre struktur, fettvävnad, hud och pälstyp. De sist nämnda fungerar som ett skydd och isolering mot omgivningen som hjälper hunden att hålla temperaturen konstant.

Hunden kan avge värmeenergi med hjälp av fyra olika fysiologiska processer. Processerna är strålning, konvektion, avdunstning och ledning. Vid strålning så skickas värmen ut från kroppen utan att den har kontakt med något i sin omgivning. Vid konvektion så transporteras vatten eller luft över huden och kyler ner huden genom att molekylerna som luften och vattnet består värms upp av kroppen. Luft och vattenmolekylerna förs bort och ersätts av nya molekyler och processen upprepas vilket gör att kroppen fortsätter avge värmeenergi. Vid avdunstning kyls kroppen av genom att den processen kräver energi från kroppen för att vattenmolekylerna ska kunna övergå från flytande form till gasform. Vid ledning av värme krävs det att huden är i direktkontakt med ett annat föremål så att energin kan förflyttas föremål emellan. För hunden är avdunstning och ledning de viktigaste processerna för värmeavgivning till omgivningen.

Det som är speciellt för hundar är att de använder sig av hässjning till en stor del av sin värmeavgivning. Det fungerar på så sätt att hunden svalkar sig genom avdunstning. Luften som andas in blandas med saliv som avdunstar vid utandningen. Hunden har även svettkörtlar i huden och trampdynorna. Svettkörtlarna som befinner sig i huden är outvecklade så de fungerar inte som temperaturreglerare i någon större utsträckning. Hunden kan också tillföra mer eller mindre blod ut till huden vilket medför att den ökar eller stryker värmeavgivningen till omgivningen beroende på dess behov för stunden. Andra sätt som hunden kan använda sig av för att kyla eller hindra värmeavgivningen från kroppens yta är att sträcka ut kroppen eller kura ihop sig. På så sätt så kommer mer eller mindre hudyta i kontakt med omgivningen. Hunden kan också aktivt uppsöka varma eller svalare platser beroende på behovet för stunden.

Pälsens struktur har en avgörande betydelse för hur mycket värme hunden avger. En tunn kort päls avger mer än en lång päls med mycket underull. Färg har också betydelse eftersom en svart päls absorberar värme och en vit reflekterar.⁸ Storleken på hunden har också

⁸ Med Stockholms universitets förlag: Klarén, Ulf (2008) fjärde upplagan. Vad färg är, Malmö.

betydelse. En liten hund har stor hudyta i förhållande till kroppsvolymer och en stor hund har liten hudyta i förhållande till kroppsvolymer. Det gör att de mindre hundarna kan ha en större benägenhet att frysa än de stora hundarna i kall väderlek och omvänt så kan de stora hundarna lida mer av värme än de mindre individerna.⁹(S, Lagerström).

1.7.1 Därför använder man täcke på hunden

Många väljer att använda täcke på hunden under den kalla och regniga perioden på året. Täcket hjälper hunden att isolera uppvärmd luft i pälsen. Det bildas en luftficka mellan täckets yttertugg och hundens skinn. Luften värms upp men förhindras att passera ut genom täckets yttertugg. På så sätt kan hunden upprätthålla sin temperatur lättare och behöver inte tillföra lika mycket energi till värmeproduktion.

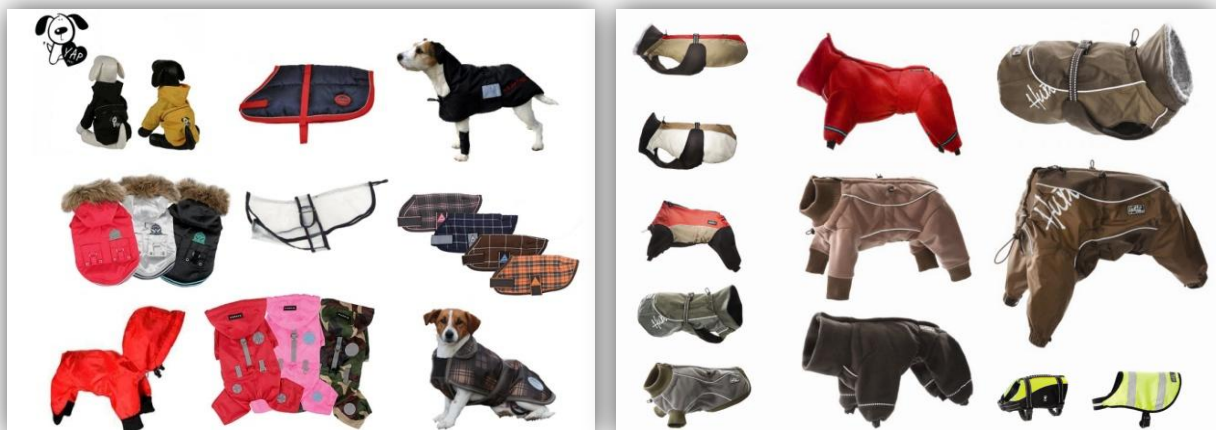
1.7.2 Vilka hundar behöver täcke?

Valpar och små hundar med tunn päls och liten mängd kroppsfett fryser generellt sett lättare än andra hundar.¹⁰Äldre hundar har ofta sjukdomar i leder och muskler som orsakar stelhet. De här besvären blir ofta mer uppenbara under den kalla årstiden. För att motverka att besvären blir värre så kan det vara bra att hjälpa hunden att behålla värmen som den producerat genom att lägga på den ett täcke.¹¹

1.7.3 Hur ser man att hunden fryser?

Man kan se att hunden fryser genom att den börjar hoppa på tre ben eller blir ovillig att gå. Det kan bero på att hunden har fått köldkramp i tasserna. Det är vanligt när det är snöigt och isigt ute. Hunden kan också bli allmänt stel och börja röra sig långsammare än vanligt. Andra symptom är att hunden börjar skaka eller får väldigt kalla öronlappar.¹²

1.8 Dagens utbud av hundkläder



Figur 1 - Delar av My Ones utbud idag

⁹ Enkätundersökning och experimentell studie om hundhållning i bil. Situationen i Sverige och effekter av utetemperatur. Sofia Lagerström <http://www.vildaord.se/doc/Examensarbete.pdf>, 10:15 2010-04-01

¹⁰ <http://www.djursjukhuset.se/?q=sv/node/130> 20:30 2010-05-24

¹¹ <http://sheltie.ifokus.se/Articles/Read.aspx?ArticleId=553793d3-ed4f-4607-9cc0-0566a2355654> 20:40 2010-05-24

¹² <http://www.djursjukhuset.se/?q=sv/node/130> 20:49 2010-05-24

1.8.1 Detaljer på befintliga hundkläder

Nedan (figur 3-13) visas detaljer på hundkläder



Figur 3 Dragkedja



Figur 4 Reflexpiping



Figur 5 Halsöppning på fleecce



Figur 6 Öppning bak



Figur 7 Spänne på rygg



Figur 8 Halsöppning overall



Figur 9 Cordlock med resårband runt midja



Figur 10 Benslut



Figur 11 Trycknapp vid benslut



Figur 12 Trycknapp vid benslut



Figur 13 Trycknapp vid benslut

2. Teori

2.1 Produktutveckling

Den globala marknadsekonomin ställer allt större krav på produkternas prestanda och pris, kvalitet, kundanpassning, användaranpassning, service, säkerhet, produktidentitet/uttrycksätt samt minimal miljöpåverkan. Konkurrensen driver också produktutvecklingen mot kortare produktlivscyklar, medan miljökraven delvis styrs åt motsatt håll. Inom produktutveckling, konstruktion och design har det därför skett en snabb utveckling av metoder och arbetssätt. Företagen har idag insett att det är extremt viktigt att veta vilka användargrupper och vilka behov på marknaden som produkten ska tillfredsställa. De komplexa produkterna med höga krav och som snabbt ska befinna sig på marknaden har gjort att företagen under senare år börjat effektivisera produktutvecklingsprocessen och bedriver utvecklings- och konstruktionsarbete som en systematisk process, integrerat i nära samverkan mellan funktionerna konstruktion, industridesign, tillverkning och marknadsföring. Idag utgår företagen från användarens funktionskrav, från vilka man efter hand specificerar produkten mer detaljerat och lösningar analyseras och värderas. Processen upprepas för mer detaljerade nivåer.¹³

2.1.2 Design och formgivning

Ordet design kommer från det latinska ordet ”designo” och betyder framställa och gestalta men det finns flera sätt att betrakta design på. Det kan vara designprocessen, resultatet eller huvudlinjerna som design beskriver.¹⁴ Grunderna för designmetodik är behov, analys, visualisering/gestaltning, resultat/produkt.¹⁵ Lars G Strömberg, lärare i Design och konsumtion på Högskolan i Borås försöker förklara design med orden: ” Design är i första hand formgivning av föremål som är tänkt att ingå i vår vardagspraktik och då är funktion, i meningen fungerande och hjälpande, en av de viktigaste parametrarna. Tingens form är ofta avhängigt av funktionen men däremot det estetiska uttrycket ett uttryck för en subjektiv nivå i tingens natur och existens.”¹⁶

Formgivning avser mera estetiskt inriktad design där formen har varit det viktigaste. Att ge produkten en utformning som tilltalar målgruppen på marknaden.

Industridesignen begrepp står dock klart och innebär design av industrielltillverkade produkter, det vill säga masstillverkning. Industridesignern ägnar sig i produktutveckling åt utformning av relationen mellan produkt och människa på industriellt tillverkade produkten.¹⁷

¹³ (Med Liber AB: Johannesson, Hans, Persson, Jan-Gunnar, Pettersson, Dennis (2004) Produktutveckling – effektiva metoder för konstruktion och design. Stockholm)

¹⁴ (Med Liber: Örsterlin, Kenneth (2007) 2:a upplagan. *Design i fokus: för produktutveckling*, Malmö.)

¹⁵ (Med Carlsson Bokförlag: Landqvist, Jan (1994) *Vilda idéer och djuplodande analys Om designmetodikens grunder*, Stockholm.)

¹⁶ Citat ur kursen design och konsumtion Lars G Strömberg, 24 feb 2009 19:16

¹⁷ (Med Liber: Örsterlin, Kenneth (2007) 2:a upplagan. *Design i fokus: för produktutveckling*, Malmö.)

2.2 Marknaden

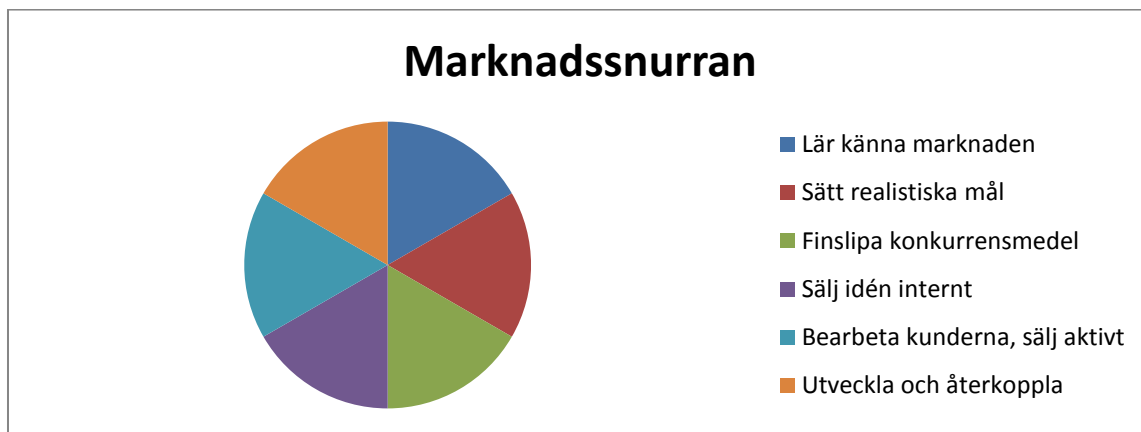
2.2.1 Målgrupp

De segment, det vill säga den grupp människor som företaget väljer ut för att rikta sin ansträngning mot är företagets målgrupp. Segmentet består av en grupp individer som förväntas reagera lika på företagets ansträngningar. Urvalsgrunder för segmentering av marknaden kan vara demografisk, kön, ålder, inkomst, utbildning, yrke, geografisk, storstad, landsbygd eller livsstil, äventyrare, sportig och så vidare.¹⁸

2.2.2 Marknadens storlek

Marknad kan vara en grupp av människor, ett område eller ett behov som tillfredställs av en av en produkt. Idag är det köparens marknad och det är upp till företagen att ta reda på kundernas behov och erbjuda en lösning, dessa behov kan vara befintliga eller latenta. För att ett företag ska få sålt produkterna krävs efterfrågan och det gäller att finna en balans mellan utbud och efterfrågan. Det går att skapa efterfrågan och ofta görs det genom skickliga säljare och produktutvecklare med hjälp av media, mode, trender och tekniska nyheter.

Marknadssnurren kan fungera som hjälpmedel till idéarbetet:



Ju mer man vet om kunden desto bättre är förutsättningarna att lyckas.

För att ta reda på fakta och skaffa kunskap om konsumenterna kan man använda olika metoder. Två alternativ är kvantitativ fakta och kvalitativ fakta. Kvantitativ fakta förklarar vilka tänkta kunder man har och hur många de är och vart det befinner sig medan kvalitativ fakta säger varför eller varför inte de handlar, vad de tycker om företaget och dess varor och tjänst.¹⁹

¹⁸ (Med portfolio: Hedén, Anders och McAndrew, Jane (2005). *Modfabriken: kreativt affärsmannaskap från insidan*, Kristianstad.)

¹⁹ Med Bonnier Utbildning: Karlsson, Sune, Malm, Ylva, Moback, Jan, Norman, Monika (2002) Till Salu- Praktisk marknadsföring B, Stockholm

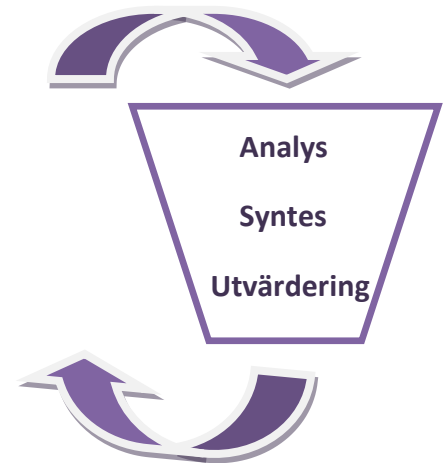
2.3 Informationsinsamling och problemundersökning

Informationsinsamling innebär att förutsättningarna undersöks i detalj.

2.3.1 Analysering av produkter

Produktens praktiska funktioner, ergonomi, krav på utseende, marknad, lämpliga tillverkningsmetoder, material och andra förutsättningar analyseras.

Analysering innebär att ställa frågor och fundera om produktens funktioner. Dela upp problemet genom att ta reda på funktioner och flöden. Skapa överblick och struktur. Undersök sambanden mellan produkten och omgivningen. Under analysfasen formuleras problemet, under syntes görs svåra problem till enkla genom delproblem, i utvärderingen minskas antal alternativ och här sker val mellan alternativ. Valet bör inte ha några underproblem. Cykeln kan behöva upprepas.



2.3.2 Funktionsanalys

En funktionsanalys kan upprättas för att fundera på varför produkten finns, kärntanken och på vilka sätt produkten kan utformas för att åstadkomma detta. Funktionsanalysen bygger på att dela upp produktens funktioner i huvudfunktionen, delfunktioner och stödfunktioner. Utan huvudfunktionen finns inte produkten, utan delfunktioner är det inte säkert att produkten går att använda och stödfunktioner är en överordnad funktion som egentligen inte behövs för att produkten ska fungera en förhöjer värdet och kan underlätta användandet av produkten.

2.3.3 Kravspecifikation

Definiera komponenterna för de viktigaste funktionerna. Designkravspecifikationen görs för att styra designarbetet och för att sedan kunna kontrollera att produkten blir det som efterfrågas.

Hur ser kundbehoven ut och hur ska man differentiera sig från konkurrenterna vad gäller produktens funktioner, formspråk och ergonomi? Vad ska produkten klara av och hur använder man den? ²⁰

²⁰ (Med Liber: Örsterlin, Kenneth (2007) 2:a upplagan. *Design i fokus: för produktutveckling*, Malmö.)

2.4 Material

Vi har valt att titta närmare på olika textila material som är vanligt förekommande inom liknande produkter. Nedan följer en beskrivning av olika material som produkterna kan tänkas bestå av.

2.4.1 Textila material

Huvudmaterialen i produkterna kommer att bestå av textila material. Textila fibrer är uppbyggda av polymerer vilket är långa kedjor av molekyler. Molekylerna är i sin tur uppbyggda av atomer. Om polymererna är färdiga polymerkedjor i naturen kallas de naturfibrer. Om den på kemisk väg behöver skapas kallas det konstfibrer.

Indelningen av textila fibrer är:

- Naturfibrer som är uppdelat i växtfibrer och djurfibrer.
- Regenat som består av cellulosa och cellulosaacetat
- Syntet som är bland annat polyamid, akryl, polyester, aramid och elastan.

2.4.1.1 Polyester

Polyester är en syntetisk fiber som i genomskärning är i princip helt rund med en jämn yta. Fiberns allra största användningsområde är som tyg i kläder men även fiberfyllning är en stor produktgrupp. Fiberfyllning är en vadd av sammanpressade syntetfibrer som används för att ge bland annat sovsäckar, ytterplagg och täcken dess värmeisolerande förmåga.

Polyesterfibern är klassad som hydrofob, det vill säga vattenavstötande. Fuktupptagningen är väldigt låg, även i miljöer där den relativa luftfuktigheten är så hög som 95-100 %. Detta kan leda till problem med statisk elektricitet. Fibern i sig är på grund av den runda, släta strukturen väldigt dålig på att transportera ut vattenånga. Om man vill uppnå den effekten måste man välja en speciell garn- eller materialkonstruktion som skapar en mikroporös vara.

Fördelarna med att använda sig av polyester är bland annat att man får ett slitstarkt, nötningståligt och i princip skrynkelfritt material. Det torkar även fort efter tvätt och har en hög tålighet mot mikroorganismer.

2.4.1.2 Polyamid

Nylon är ett annat namn för polyamid, vilket är en syntetisk och oljebaserad fiber som precis som polyestern vanligtvis är rund i genomskärning och har en slät yta. Tyget blir ofta blankt och lite plastigt men det kan man åtgärda genom efterföljande behandlingar. Det är en av de starkaste textilfibrerna på marknaden.

Polyamid är den fibern som har den högsta vattenabsorptionen av de syntetiska fibrerna men den är ändå mycket låg jämfört med naturmaterial. Den ligger på 4 % när den relativa luftfuktigheten är 65 % och 7 % när den relativa luftfuktigheten är 100 %.²¹ Har man ett fodertyg som enbart består av nylon så stänger det inne fukten mot kroppen, speciellt när man använder sig av den täta strukturen som är vanlig i foderväv. Smuts har lätt att fastna på

²¹ Reis, Börje (2002). *Textil materiallära - Allmän del*. Borås: Proteko Läromedel AB, s. 19

fibrerna eftersom fibern drar till sig vatten på ytan. Den har även lätt för att binda statisk elektricitet i torrt tillstånd. När det gäller polyamid så dras inte vatten in i fibern utan lägger sig endast på ytan, vilket gör att det torkar mycket fort efter tvätt och regn. Fodret blir dock som ett skal på hunden så det hjälper inte att det är snabbtorkande, eftersom inte fukten får en möjlighet att avdunsta.²²

2.4.1.3 Bävernylon

Bävernylon är glatt på utsidan, slitstarkt, vattenavstötande, varmt och låter inte fukt tränga in på insidan. Bävernylon är en blandning mellan bomull (50 %) och polyamid (50 %). Bomull är hydrofil och polyamid hydrofob fiber och för att tyget inte ska dra åt sig vatten tillverkas tyget tvåsidigt. Ytterlagret är 70 % polyamid och 30 % bomull, innerlagret är 70 % bomull och 30 % polyamid. Bävernylon är ett tyg som kan beläggas med slutbehandlingsmedel för att öka vattenavvisningsförmågan så att tyget får klassas som vattentätt.

2.4.1.4 Fleece

Fleece är ett varunamn på en textil. Tyget har en tät kortskuren lugg och erbjuder bra värmeisolering. Materialet är lätt och snabbtorkande med god fuktgenomsläppsförmåga.²³

2.4.1.5 Cordura

Amerikanska DuPont har skapat varumärket Cordura som i över 30 år varit världskänt som ett hållbart och extremt slitstarkt material. 2004 skapades ett nytt företag ur DuPont, kallat Invista, och varumärket följde med dem i separationen. Cordura är ett samlingsnamn för ett flertal olika material som har olika konstruktion, vikt och textur så att man alltid ska kunna hitta rätt material till det tänkta användningsområdet. Materialen används ofta i produkter såsom väskor och ryggsäckar, skor, friluftskläder och kläder för militären, eftersom de alla är väldigt tåliga mot revor, nötning och skav.

Olika typer av Cordura anges ofta tillsammans med ett värde i Denier.²⁴ Ett material som ska användas till beklädnad kan inte vara för tjockt och stelt så där får man göra en avvägning mellan rivstyrka och smidighet. Den vanligaste tjockleken för exempelvis MC-kläder är 500 denier, vilket får anses vara ett användningsområde som kräver hög riv- och slitstyrka. Vanligt förekommande värde för strumpbyxor i nylon är 20-60 denier.

Cordura kan tillverkas i både polyester och polyamid (nylon) men är enligt tillverkarna tre gånger så hållbart som vanlig polyesterväv och dubbelt så hållbar som vanlig polyamidväv.²⁵

²² Tävlingshästens andra skinn - Ett materialförslag med fokus på funktion Catarina Jonasson och Emma Liljedahl
Textilhögskolan 2009-05-27

²³ Ur kursen textilmateriellära september 2007 ansvarig lärare Monik Nyrén

²⁴ Denier är en måttenhet på garns tjocklek och mäts i antal gram per 9 144 meter.

²⁵ Tävlingshästens andra skinn - Ett materialförslag med fokus på funktion Catarina Jonasson och Emma Liljedahl
Textilhögskolan 2009-05-27

2.4.1.6 Gore-Tex

Gore-tex består av ett vattentätt membran som har en hög fuktgenomsläpps förmåga och är även vindtätt. Bilderna bredvid är tagna från Gore-tex egen beskrivning av funktionen.²⁶

På Gore tex hemsida beskriver företaget materialets teknologi följande: ”GORE-TEX®-membranet är gjort av så kallad ePTFE* (expanderad polytetrafluoretylen) som har mikroskopiskt små porer – 20 000 gånger mindre än en vattendroppe – mellan fibrerna. Porerna är däremot tillräckligt stora för att släppa igenom vattenmolekyler, det vill säga vattenånga. På så vis blir membranet helt vattentätt, men släpper igenom fukt – vattenånga. GORE-TEX®-membranet lamineras mot ett yttertyg som passar det tänkta användningsområdet. Tyget behandlas så att vattendroppar ska ”pärla” sig och rulla av ytan på plagget. På insidan av membranet sätts ofta ett eller flera mellanlager och foder, varför membranet inte syns i plagget eller skon.”²⁷



2.4.2 Slutbehandling

För att skapa en hydrofob yta kan ytbehandling göras på tyget. Det finns olika typer av ytbehandlingar till exempel:

- Vaxemulsioner, med varierande tvättbeständighet
- Fettmodifierade hartser
- Silikoner, mjuka med bra tvättbeständighet
- Fluorkarbonhartser används också för att få smutsavvisning²⁸

Textil har olika ytspänning beroende på fibrerna i materialet och ytbehandling. När vattendroppar bildas på det behandla tygets yta har vattenmolekylerna har större attraktion för varandra än för tygets yta vilket gör att dropparna kan rinna av.

Vattentäta tyger har en mycket hög täthet mot vatten. De är avvisande mot regn även under mycket extrema förhållanden.²⁹

²⁶ http://www.gore-tex.se/remote/Satellite?c=fabrics_cont_land_c&childpagename=goretex_sv_SE/fabrics_cont_land_c/FabricTechnologiesChapterOneLandingSEO&cid=1179537192439&p=1179537192435&pagename=SessionWrapper

²⁷ http://www.gore-tex.se/remote/Satellite?c=fabrics_cont_land_c&childpagename=goretex_sv_SE/fabrics_cont_land_c/FabricTechnologiesChapterOneLandingSEO&cid=1179537192403&p=1179537192399&pagename=SessionWrapper

²⁸ 2007-03-21 Weronika Rehnby OH_Sluberedning_Bas_0708[1].pdf

²⁹ West publishing company: Hatch, kathryn L (1993) Textile science, USA.

2.4.3 Detaljer

Kardborreband

Kardborreband används till att fästa ihop olika material med hjälp av en struktur som består av hakar och öglor. De olika fästytorna binds samman genom att det ena bandet består av öglor i monofilament och det andra bandet har en yta med hakar på. Bandet kan öppnas och slutas vid upprepade tillfällen.³⁰

Tryckknappar

Tryckknappar används för att fästa ihop olika plaggdelar. De består ofta av metall och har två olika ytor som har en förmåga att sitta ihop när man trycker på dem. De har oftast hög draghållfasthet beroende på vilken storlek på knapp man väljer.

Magnetknappar

Magnetknappen är en knapp som är slät med en liten förhöjning på ena delen respektive en liten fördjupning på andra. De har en nord och en sydpol som dras till varandra vilket gör att knappen hålls samman.

Magnetremsa

Det är två remsor där den ena har en minuspol och den andra en pluspol som sluts samman.

Spännen

Det finns olika former av spännen, huvudsyftet är att föra samman två bandöppningar till en sluten enhet.

Resår

Resår är ett elastiskt material som består av en väv där väften är av ett textilt material och varpen består av elastiska fibrer. Den har som funktion att dra samman andra material.

2.5 Brainstormning

Brainstorming eller idéspruta som det blir på svenska har några regler som de flesta känner till för att få fram så många idéer som möjligt på kort tid. Reglerna är att:

1. Kritik och bedömning under mötet är absolut förbjudna, inklusive självkritik.
2. Stort antal idéer eftersträvas.
3. Gå gärna utanför det vanliga, vilda idéer efterfrågas.
4. Kombinera och komplettera framkomna idéer från hela gruppen.

Efter brainstorming följer koncept och idéskissning som innefattar grundläggande idéer.³¹

³⁰ <http://www.gripband.se/svenska/kardborreband/krokband> 14:22 2010-05-26

³¹ (Med Liber: Örsterlin, Kenneth (2007) 2:a upplagan. *Design i fokus: för produktutveckling*, Malmö.)

2.6 Att välja färg

Svenska moderådet beskriver sig själva: ”Moderådet producerar guider och färgkartor med inriktning på mode, livsstil och inredning som ett verktyg för designer, inköpare och andra för löpande avstämningar, färg- och materialval, plaggidéer, handledning och inspiration.”

Det går att prenumerera på material från moderådet, lösnummer säljs även. Kontinuerligt rapporterar moderådet från mässor runt om i världen, de håller även trendseminarium främst i Borås och Stockholm.³²

Förutom moderådet så finns fristående företag som arbetar med att erbjuda företag och privatpersoner designredskap inom bland annat färg och form, ColourHouse AB är ett exempel på ett sådant företag. På deras hemsida beskriver de sig själva: ” Vi förser Dig och Ditt företag med de bästa verktygen för designinspiration, färgkommunikation, trendanalys och beteendeforskning, allt som hjälper Dig att fatta de rätta besluten för strategi och produktutveckling inom bl.a. Mode, Skor, Accessoarer, Inredning, Möbler, Industridesign, Grafisk design, Förpackning, Kommunikation, Consumer Insight...!”³³

Pantone Inc är välkänt och är ledande inom teknologi för färgforskning och utveckling. I 45 år har Pantone inspirerat designproffs i utvecklandet av produkter och tjänster.

År 1963 skapade Lawrence Herbert, Pantone grundaren, ett innovativt system för identifiering, matchning och kommunikering av färger för att lösa problemen i samband med produktion av exakt färg matcher i det grafiska samhället.

Pantone har sedan dess utvidgat sin färgmatchning för konceptet till andra färgkritiska industri, inklusive digital teknik, mode, hem, plast, arkitektur och interiörer kontraktet och färg. Idag är PANTONE namn känt över hela världen som standard språk för exakt färg kommunikation, från konstruktör till tillverkare till återförsäljare till kund, inom en rad branscher. Pantone fortsätter att utveckla färg kommunikation och inspirerande verktyg, och aggressivt antar nya digitala tekniken att hantera färg behov kreativa överallt.³⁴

³² <http://www.moderadet.se/om-moderadet/>

³³ <http://www.colorhouse.se/>

³⁴ <http://sv.pantone.co.uk/pages/pantone/pantone.aspx?pg=19295&ca=10>

2.7 Visualisering i Adobe Photoshop och Illustrator

Modeillustrationer har nyligen tagit nya former och intresset av modeillustrationer ökar bland illustratörer, förläggare och modeföretag. Det är en ny, snabb form riktad på redaktionellt arbete och ren kreativitet. Med program som Adobe Photoshop och Illustrator har plattformen som bygger på digital modeillustration exploderat. Mediautbudet har ökat kraftigt, via webb, traditionell tryckning, bloggar, digitala portfolion och liknande. I takt med tillgång till datorer med ökad hastighet och styrka bidrar till att digital modeillustration blir mer tillgänglig och därmed används allt oftare.³⁵

2.8 Konstruktion och tillverkning

2.8.1 Prover

För att säkerställa att produkten utformas enligt planerna kan inköparen begära olika typer av prov från tillverkaren. Dessa prov genomförs i olika skeden vid framtagande av en ny kollektion.

2.8.1.1 Provkollektion och avprovning

När prototypen är färdig och ett mönster är gjort görs en gradering och en provkollektion tas fram för att produktteamet (designer, inköpare och konstruktör) ska kunna kommentera och kontrollera, passform, mått och att tillverkarna har följt översända konstruktionsmönster. Det är viktigt att kontrollera och godkänna hela kollektionen.

2.8.1.2 Kontraprov

Provet tas fram för att felsäkra tillverkningen och provet visar att tillverkaren har uppfattat alla detaljer i produktinstruktionerna. Kontraprov i en storlek och i en färg, vanligtvis väljs den färg som köparen är mest orolig för. Kontraprovet ska tillverkas i det material som ska användas i kommersiellproduktion och det ska även ha rätt detaljer och tillbehör.

2.8.1.3 Produktionsprov

Det här provet är först ut ur produktionslinjen, den kontrolleras av köparen innan större mängder (totala orderkvantiteten) produceras. Provet kräver att inköparen kontrollerar provet snabbt.

2.8.1.4 Skeppningsprov

Ett slumpmässigt urval ur kollektionen skickas till inköparen innan hela ordern lämnar fabriken. Detta för att kontrollera att inga allvarliga fel och brister upptäcks, för i så fall kan man här stoppa leveransen.³⁶

³⁵ (Batsford: Tallon, Kevin (2008) Digital Fashion Illustration with Photoshop and Illustrator, UK.)

³⁶ (Med portfolio: Hedén, Anders och McAndrew, Jane (2005). *Modfabriken: kreativt affärsmannaskap från insidan*, Kristianstad.)

2.9 Butikslayout

Butikens design och gestaltning har blivit ett viktigt konkurrensmedel. Det är viktigt att butiksmiljön är trivsamt och underlättar för kunden att handla. Därför gäller det att ha en genomtänkt och grafisk lösning och det gäller att utnyttja de säljytor som finns i butiken för att kunden ska bli inspirerad till att köpa. Se till att varor som företaget valt att satsa på får ett bra läge i butiken så produkterna får en chans att bli storsäljare. Sprid gärna intressant exponering i butiken. En trivsamt miljö är öppen och överskådlig och det går att skapa genom att bilda säljtorg och ”butiker i butiken”. Företagen bör välja rätt inredning för rätt produkter, det finns mängder av olika alternativ för att visa upp produkter, till exempel hängande eller liggande, med spjut eller korgar, exklusivt med få produkter eller med plats för stora volymer. Det är viktigt att se till att hålla fast vid visningsprincipen så att kunderna känner igen sig. Produkter som hör ihop ska hänga ihop, samla gärna produkter av samma färg och storlek ihop. För att höja nyfikenheten och locka personer till att besöka butiken kan företaget skapa stämning i butiken med ljus och ljud och proffsiga bilder. Då har företaget möjlighet att visa att butiken är i tiden och att varorna är aktuella för till exempel den kommande årstiden.³⁷

³⁷ (Med Bonnier Utbildning: Karlsson, Sune, Malm, Ylva, Moback, Jan, Norman, Monika (2002) Till Salu- Praktisk marknadsföring A, Stockholm)

3. Empiri

3.1 Marknaden

3.1.1 Kund

I förstudien, ”Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH?” genomförde vi en intervju där det visade sig att de hundägare som är aktiva med sina hundar efterfrågade den typ av produkter som My One vill utveckla till en kollektion.

My Ones målgrupp bor i södra Sverige. Målgruppens livsstil är att vara ute, oavsett väder. De tar gärna en promenad och vill uppfattas som aktiva och sportiga. De har husdjur och tar väl hand om dem.

3.1.2 Marknadens storlek

Genom att ta fram statistik över hur många hundar som finns i Sverige så kan man också få fram hur många potentiella kunder det finns. Om My One lyckas sälja hundtäckan till en procent av hundarna i Sverige betyder det att de har lyckats sälja 7290 stycken täcken då det finns 729 000 hundar i Sverige.³⁸

Utrustning till hundar uppgår till 1800 kr per hund på ett år.³⁹

$1800 \text{ kr} * 729 \text{ 000 hundar} = 131 \text{ 22 00000 kr}$

Totala marknaden för utrustning till hundar uppgår till ca 1 312 200

3.2 Informationsinsamling och problemundersökning

I förstudien ”Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH?” se bilaga 1 genomföre vi intervjuer där vi tillfrågade hundägare om deras åsikter och erfarenhet av hundkläder. I undersökningen kom det fram att det saknas eller är otillräckligt med reflexer på många befintliga hundplagg och därför efterfrågas mer reflexer och plaggen får gärna ha det inbyggda i plagget med reflextrådar eller liknande.

Det efterfrågades storlekar i 5 cm intervall av hundplagg för att lättare kunna hitta rätt storlekar. De blir ofta för stora i halshålet så att de har svårt att röra sig ordentligt, i samband med det efterfrågades avtagbar krage. Fler täcken borde gå längre ner på benen och längre bak. Plaggen kan ibland vara för trånga över bogen även om längden på täcket varit bra. Sammanfattningsvis så borde plaggen göras så flexibla som möjligt (möjlighet att ta in/expandera) eftersom raserna är av så olika kroppsbyggnad även om de har samma mått från nacke till svansrot. Några ansåg att passformen bör anpassas för de olika hundraserna.

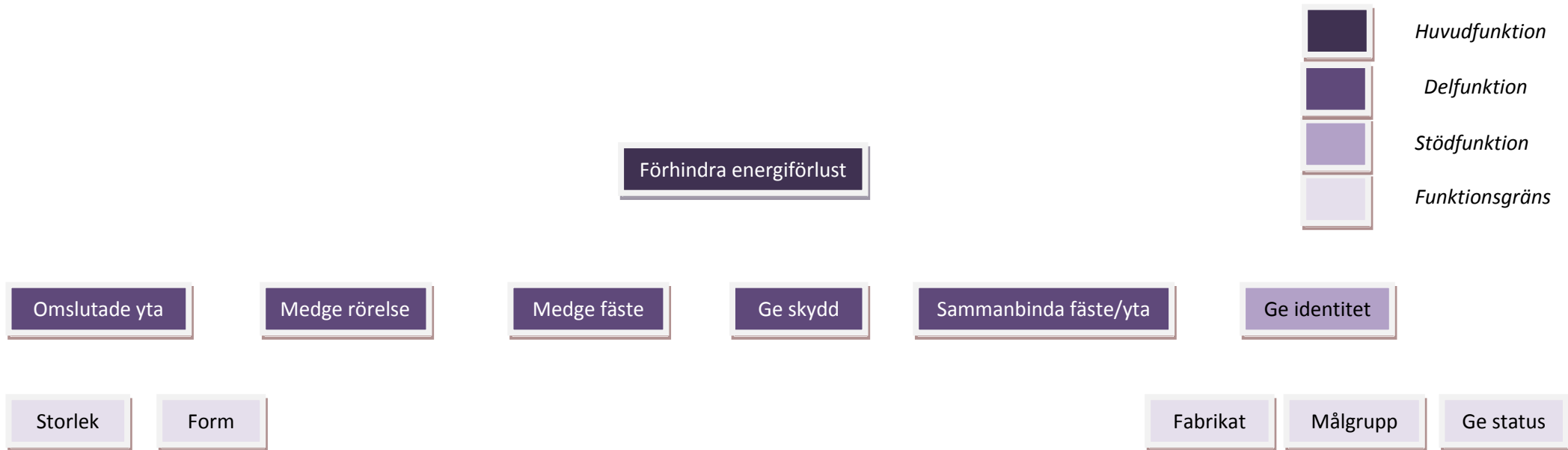
Vissa ansåg att snören runt benen några gånger haft konstig placering och att magplattan ibland blir för lång och då kissar hunden på den. Kardborreband är vanligt och det fastnar i pälsen vilket är irriterande. De skulle gärna se ett dubbeltäcke som går att kombinera beroende på väder. Högre funktionsgrad på regntäcken var även önskemål.

³⁸ <http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf> 2010-03-12 12:10

³⁹ ”Vi lägger miljarder på våra husdjur”

http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/prylar-pengar-vad-kostar-ett-husdjur_3542255.svd2010-03-10 12:30

3.2.1 Funktionsanalys



3.2.1.1 Analysering av produkt

Produkten ska omsluta hunden och förhindra energiförlust genom att skydda mot vatten, vind, kyla och smuts. Det är viktigt att den omslutande ytan har rätt form och storlek för att passa och medge rörelse så att hunden inte blir begränsad i rörelse. Produkten måste gå att fästa på hunden och det ska kunna göras smidigt för att underlätta användandet. Produkten ska ge hunden identitet genom rätt val av material, varumärkes, utformning och färgval.

3.2.2 Kravspecifikation

Produktens krav	Nödvändigt	Önskvärt	Onödigt
Vattentät	X		
Vindtät	X		
Synas i mörker	X		
Tåla tvätt	X		
Justerbar/flexibel		X	
Lätt att ta på	X		
Smidigt fäste	X		
Plast för koppel		X	
Lätt att förvara		X	
Aktivt och sportigt uttryck		X	
Smutsvänligt*	X		
Inte skava	X		
*Ser inte smutsig ut med småfläckar			

Ergonomi

Det är viktigt att produkten är lätt att ta på då denna process annars kan få köparen att undvika att använda produkten på brukaren (hunden).

3.3 Materialval

Av uppdragsgivaren har materialprov tagits fram i Nylon, materialet ska troligtvis användas till hundtäckesmodellerna. På grund av brist på information om materialet följer ingen vidare utvärdering av materialet. Understället kommer göras i 280 grams fleece och overallens material är ännu inte bestämt men med kontakt med olika materialleverantörer har materialprover tagits fram. Utav åtta prover har vi valt ut ett alternativ som består av ett tvålagers vattentätt, vindtätt tyg med andningsfunktion. Materialet är tillverkat i cordura (polyester) 600D med mikroporös beläggning, vilket gör materialet slitstarkt och uppfyller kravspecifikationen.

Materiallista

Polyester

Ripstop

Foder i polycotton svart

Nylon 220

Nylon 400

Nylon 840

100 % ull

Australiensisk ull

Fleece

280 grams fleece

Reflex band

Symetrisk reflex tryck

3.4 Idéskapande brainstorming

3.4.1 Inspiration

Genom inspiration ifrån tidningar med naturuppslag och fartfyllda stillbilder skapade vi ett kollage för att få fram rätta känslan. Vi utgick ifrån dessa bilder och färger när vi började fundera på färger som skulle kunna passa köparen och brukaren. Samtidigt är det viktigt att köparen upplever att produkterna är trendiga. Därför tog vi även hjälp av olika företag som Moderådet, ColourHouse och Pantone Ink som arbetar med att ta fram trendanalyser och färgkombinationer för framtiden.



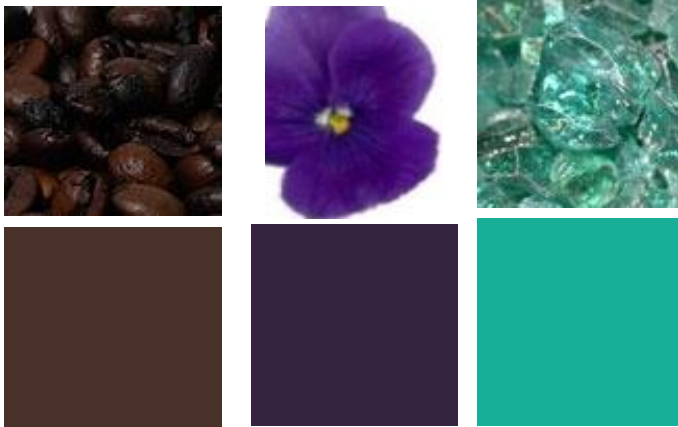
3.4.2 Koncept och idéskissning



3.5 Färgval

För att kunna göra det här val så har vi tittat på vilka olika färgteman som rekommenderas inför hösten 2010.⁴⁰ Vi har hittat tre olika teman men har valt att ta fram två olika då det tredje alternativet innehöll många färger som inte fungerar till ändamålet då dessa färger var väldigt ljusa och inte lever upp till kraven i den uppställda kravspecifikationen.⁴¹

Färgkombination 1



Här har vi tagit fram tre olika färger som är inspirerade av naturen men anpassade till de färger som kommer att ”gälla” hösten 2010. Temat präglas av mörka färger som är typiska för årstiden.

Djupgrön fanns med i detta tema men har bytts ut mot accentfärgen jadegrön.

Färgkombination 2



Man kan beskriva detta tema som ”old school”. Det fokuserar på det neutrala, grå, rödgods och grädde. Ockra, brun, svart, läppstift röda är accenter.

⁴⁰ <http://au.pantone.com/pages/pantone/Pantone.aspx?pg=20705&ca=4>

⁴¹ http://www.fashiontrendsetter.com/content/color_trends/2010/Must-Have-Color-Trends-Fall-2011.html

⁴¹ <http://www.wsatoday.com//expert-opinion/expert-opinion/the-must-have-color-trends-for-fall-2011.html>

3.5.1 Utvärdering färgval

Efter att vi hade gått igenom de två olika färgförslagen med uppdragsgivarna valde de att gå vidare med färgkombination 1. Motiveringen var att de färgerna var spännande och skapade mer "NYHETSKÄNSLA". Det är viktigt att kunden upplever den nya kollektionen som fräsch, även om två av färgerna, lila och grönt kan vara riskabla då kunden ofta efterfrågar svart eller rött så tror uppdragsgivaren att färgen kan tilltala, vilket vi också anser då dessa färger är framtagna som höstens färger 2010. Den jade gröna är en accentfärg medan den mörkbruna kan tillfredställa många då färgen är mer neutral.

Färgkombination två valdes alltså bort då denna kändes gammal och risken är att kunden med de här färgerna inte upplever kollektionen som en nyhet utan istället som en gammal restprodukt. Dessa färger är vanliga och har funnits med tidigare år i liknande kollektioner. Kombinationen som ger känsla av "old school" är även den tipsad som höstens färger. Risken är att många konkurrerande företag med befintliga kollektioner väljer att köra dessa "säkra" färger och om den nya kollektionen skulle vara i dessa färger finns risken att Pooch inte konkurrerar och sticker ut ur mängden.

Det vi strävar efter här är mörka färger vilket vi uppnår med den bruna och djuplila. Den gröna färgen ska vara jadegrön och den bruna ska luta åt "kaffebrunt".



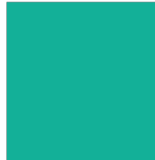
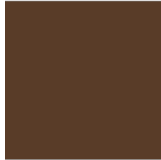


Dessa färger ska användas på ytterplagg, de vill säga de som har vattentät- och vindtät yta. Det kommer även att finnas ytterligare tre färger som är i samma kulört som de tre nedan men som innehåller mer vitt, det vill säga är ljusare. De tre olika färgerna kommer att användas som fleecinnerfoder i vintertäcket och även som huvudmaterial i fleeccoverallen.



Ev. mörkare,
mer svarta.
Kaffebrun
387

Ev. mer
kulört, mot
det lila.

Ev. mer
kulört, mot
det gröna.

Kaffebrun	Anthra pantone 19-3617	Emerald pantone 16-5533
		
r 54 g 38 b 19	r 52 g 36 b 63	r 21 g 175 b 151
		
r 89 g 60 b 40	r 84 g 58 b 102	r 122 g 203 b 191

3.6 Konzeptutveckling

Stängningsanordning:

1. Dragkedja på ryggen, alternativt vid sidan av ryggen för att minska risken för att vatten ska tränga in.
2. Tryckknappar vid sidan av ryggen.
3. Magnetremsa på ryggen.
4. Magnetremsa vid sidan av ryggen.
5. Magnetknappar på ryggen.
6. Magnetknappar vid sidan av ryggen.
7. Magnet vid hals.
8. Enkelspänne på rygg.
9. Dubbelspänne på rygg.

Justering av benlängd:

1. För att reglera benlängden kan gummiband fästas på insidan av benen för att korta benlängden så dras bandet uppåt och knyts på insidan.
2. En fästnanordning på utsidan kan göra så att det går att rulla upp tyg och med hjälp av ett band sedan spänna fast, via knapp eller likande.
3. Resårband runt benslut som ska kunna vikas upp.

Justering av halsomkrets:

1. Halskragen kan vara av ett mycket elastiskt material. Vilket skulle leda till att materialet lätt anpassas till brukaren.
2. Ett resårband genom en passage runt halsen kopplat till en cordlock gör att halsomkretsen går att reglera.

3.6.1 Konzeptval

Ofodrat täcke: Magnet vid hals. Enkelspänne på rygg. Ett resårband genom en passage runt halsen kopplat till en cordlock gör att halsomkretsen går att reglera.

Fodrat täcke: Magnet vid hals. Enkelspänne på rygg. Ett resårband genom en passage runt hals en kopplat till en cordlock gör att halsomkretsen går att reglera.

Fleeceoverall: Magnetknappar på ryggen. Resårband runt benslut som ska kunna vikas upp.

Ytteroverall: Magnetknappar vid sidan av ryggen. Resårband runt benslut som ska kunna vikas upp. Ett resårband genom en passage runt halsen kopplat till en cordlock gör att halsomkretsen går att reglera.

3.6.1.1 Beskrivning av material

Magnetknappar är något som har blivit allt vanligare på väskor och liknande de senaste åren. På marknaden har vi inte funnit några liknande produkter med magnetknapp. Det skulle därför kunna uppfattas som innovativt. De underlättar för köparen att ta på plagget då knapparna knäpps av sig själva. Det svåra är att finna rätt kvalitet och därför har vi tagit hjälp av Rudholm och Haak.



3.6.1.2 Specifikation av detaljmaterial

Rudholm och Haak AB har tillverkat tillbehör för mode och yrkeskläder industrin sedan 1951, utvecklas från ett familjeföretag till ett globalt företag med kontor över hela världen. RH beskriver sig själva som en erkänd marknadsledare inom plaggets förbättring genom engagemang och kompetens till vårt omfattande sortiment av höga kvalitetsprodukter.

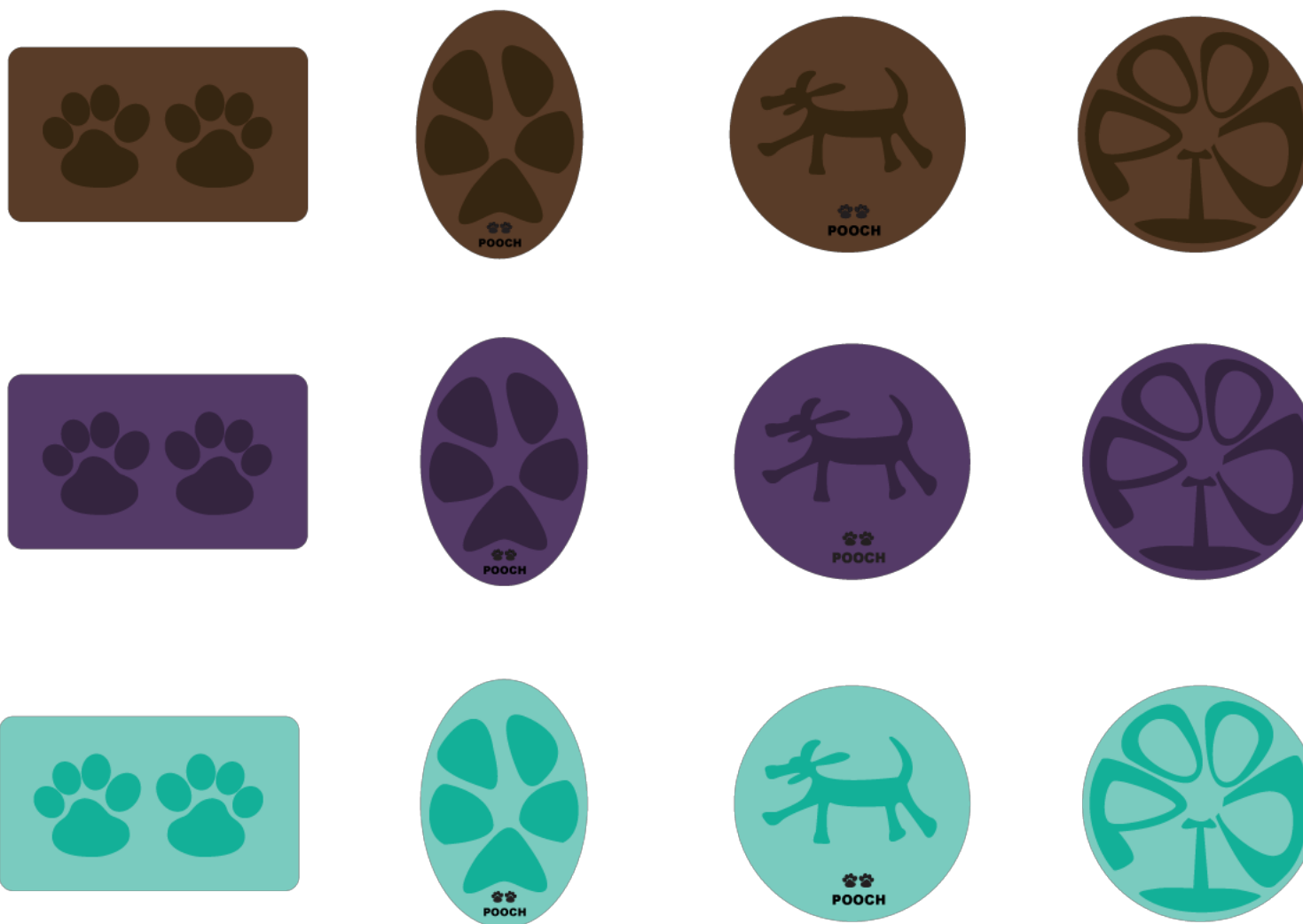
Artikelnummer	Namn	Färg	Beskrivning	Kostnad
801	Piping	Reflex	1,7 mm snodd 60 grader	
806	Band	Svart	Två reflextrådar på varje sida 15 mm	
801	Band	Svart	Reflex/ polyesterband 15 mm (806)	
Bamatex	Transfer	Reflex	Reflextryck tål 60 grader	
Resårband		Svart/Vit	Band till ben	
4-8	Elietter		Hål till etiketter	290 kr verktyg
5-3	Band	Svart/ flera	3 mm band till cordlock	
380 u imp	Tryckknapp		finns även med dold	780 kr verktyg
Cordlock	Cordlock	Svart	Dubbelcordlock för reglering i hals.	

Magneter

Prover på transfer		7-9 arbetsdagar	25 prover är minimum
Elietter	3-4 veckor		
Magneter	3-4 veckor		
Plast	3-4 veckor		
Snodd finns	i lager		

3.6.2 Logotyp

Pooch betyder jycke på svenska och vi har försökt skapa en logotyp som ger ett sportigt och busigt intryck, nedan syns fyra av våra förslag: Förslagen är skapade som vektorer för att företaget ska kunna förstora upp logotypen till valfri storlek.



Nedan visas Pooch logotyp så som den ser ut idag.



Andra märkens logotyper så som de ser ut idag.



Puppia



Hurrtä



Hööks

3.6.2.1 Val av logotyp

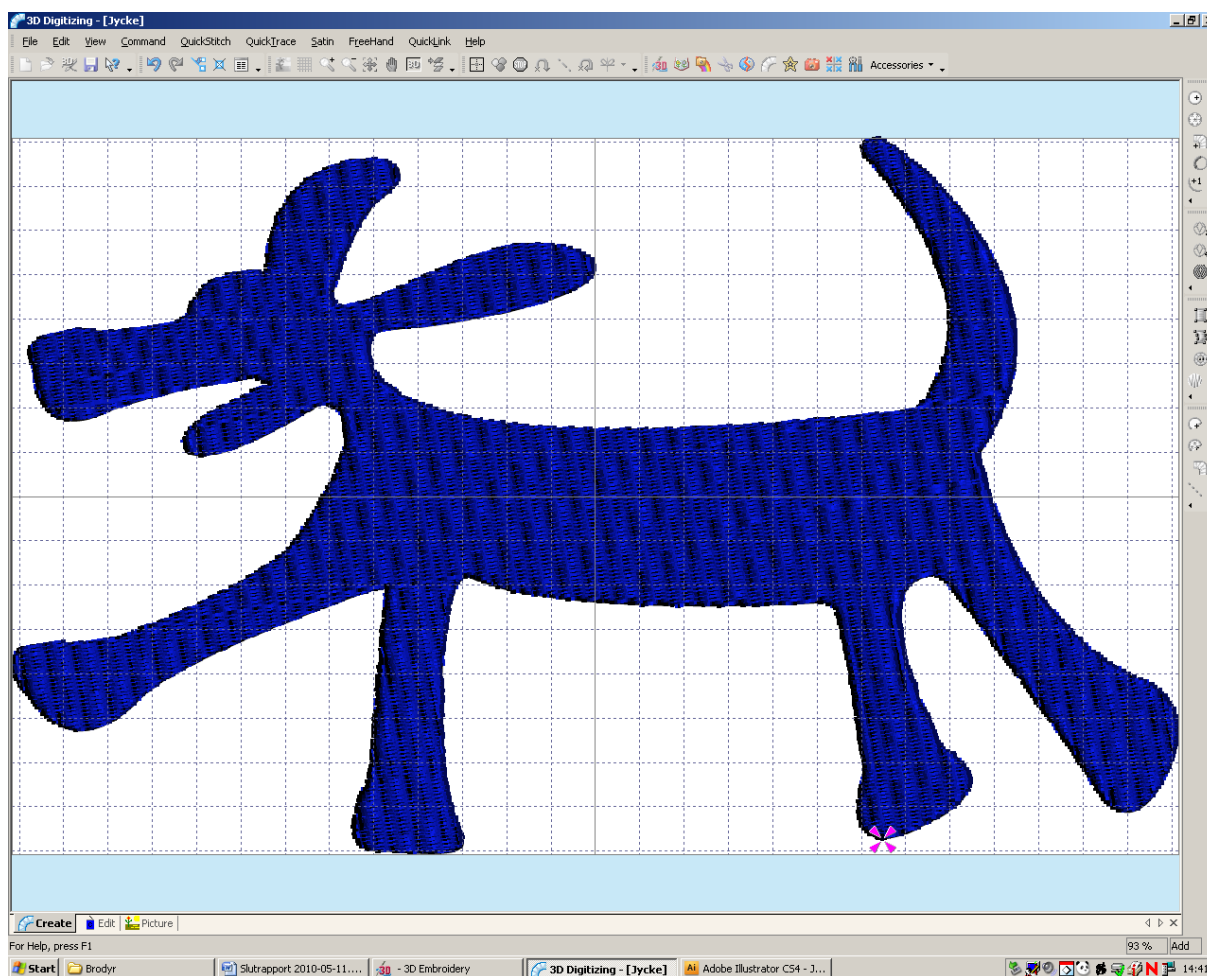
För att kunderna ska känna igen sig i märket Pooch har vi använt delar av originallogotypen samt My Ones befintliga företagslogotyp. På produkterna kan företaget välja att använda sig av endast bilden av jucken som är tagen ur My Ones befintliga företagslogotyp se bild nedan. På etiketter och förpackningar bör jucken och namnet Pooch med originaltassar finnas med.



3.6.3 Brodyr

På fleece overallen har vi inte samma möjlighet att trycka ett mönster på som vi tänkt göra på de andra tre modellerna i kollektionen. För uppdragsgivaren är det viktigt att det syns på produkten vilket varumärke som produkten tillhör, dels för att skapa igenkänning men även för att kunna bygga upp status i varumärket. För att få fram prov på hur detta kan se ut har vi använt oss utan Huskvarnas brodyrmaskin Designer SE och tillhörande mjukvaruprogram.

Detta är en bild tagen ur programmet 3D Embroidery, på bilden ses de stygn som skapats.



Nedan visas bilder på det färdiga resultatet:



3.7 Visualisering 2



3.8 Konstruktion och tillverkning

För att få fram mönster till täcket och overallen så har litteratur i form av böcker som behandlar mönsterkonstruktion och gradering för människor använts som stöd. Böckerna som har använts heter ”Metric Pattern Cutting for Children’s Wear and Babywear” av Winifred Aldrich och ”Mönster och konstruktioner för damkläder” av Inger Öberg. Att böcker för konstruktion av mänskliga kläder har använts beror på att det inte existerar några böcker om mönsterkonstruktion för hundar. Det finns dock en del böcker med färdiga mönster i men inte några om hur man går till väga för att bygga upp ett mönster för hundar.

För att kunna få fram datoriserat mönster och gradering i Lectras program ”Modaris V6R1” har utbildningsmaterial i form av stenciler från kursen ”Cad-baserad mönsterkonstruktion, 7,5p Vt09,(TCM02A)” använts.

Ett befintligt mönster på ett hundtäcke från tidningen ”Damen-Rundschau 11/2007” har använts som en inspirationskälla för att kunna veta hur insnitten ska sitta i förhållande till varandra samt att befintliga modeller av redan existerande täcken och overaller har mätts av för att kunna få en uppfattning på hur stora mönsterdelarna ska vara i förhållande till varandra.

3.8.1 Plaggmåttlista

Storlek	20	25	30	35	40	45	50	55	60
Rygglängd	20	25	30	35	40	45	50	55	60
Halsomkrets	27	34	41	48	55	62	69	76	83
Bröstomkrets	42	51	60	69	78	87	96	105	114
Midjeomkrets	45	52	59	66	73	80	87	94	101
Framben innerbenlängd	7	9	11	13	15	17	19	21	23
Bakben innerbenlängd	10	12	14	16	18	20	22	24	26

Se källa för plaggmåttlista och skillnadsmåttlista i källförteckning

3.8.2 Skillnadsmåttlista

Måttlistan är baserad på skillnaderna mellan måtten i plaggmåttlistan.

Storlek	20	25	30	35	40	45	50	55	60
Rygglängd	1	5	5	5	5	5	5	5	5
Halsomkrets	1	7	7	7	7	7	7	7	7
Bröstomkrets	1	9	9	9	9	9	9	9	9
Midjeomkrets	1	7	7	7	7	7	7	7	7
Framben innerbenlängd	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Bakben innerbenlängd	1	2	2	2	2	2	2	2	2

3.8.3 Hundtäcke

Vinter och regntäcket utgår från samma mönster och konstruktion. Det som skiljer dem åt är valet av foder. Ett tjockare fleecefoder används i vintertäcket och ett tunnare polyesterfoder i regntäcket.

För att kunna se att mönstret fungerar i verkligheten har fyra prototyper sytts upp. ”Prototyp 1” är en exakt kopia av mönstret från tidningen ”Damen-Rundschau 11/2007”. ”Prototyp 2” är en kopia av ett befintligt hundtäcke av märket Hurtta. De här två syddes endast upp för att få ett underlag för hur tillvägagångssättet att konstruera och sy upp ett hundtäcke går till samt att få ett grundmönster att basera vår egen prototyp på storleksmässigt. ”Prototyp 3” Var förstaprov för vår design och konstruktion vilket med ändringar fördes vidare till den slutgiltiga ”Prototyp 4”. Det är den sista prototypen som mönstret i figurerna nedan avser.

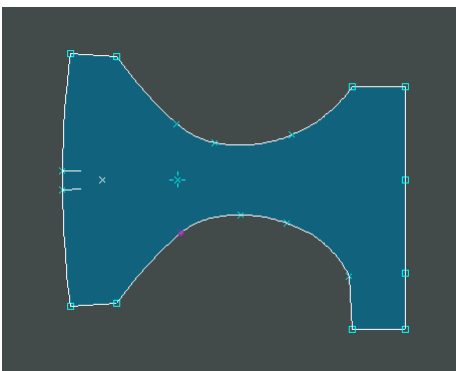
3.8.3.1 Mönster

Mönstret för hundtäcket består av tre olika delar. En ryggdel, en krage och en maglapp. Vintertäckets modell kommer bestå av ett yttertyg och ett innerfoder i fleece på ryggdelen. Samma konstruktion gäller kragen. Maglappen kommer att bestå av yttertyget samt ett foder i tunnare polyester, samma som används till regntäcket.

Regntäckets modell kommer att bestå av samma typ av yttertyg som vintertäcket men vara fodrat med ett polyesterfoder på ryggdel och magdel. Kragen kommer att vara sydd i dubbelt yttertyg för att ge stabilitet.

Alla mönsterdelar är försedda med en sömsmån på en centimeter.

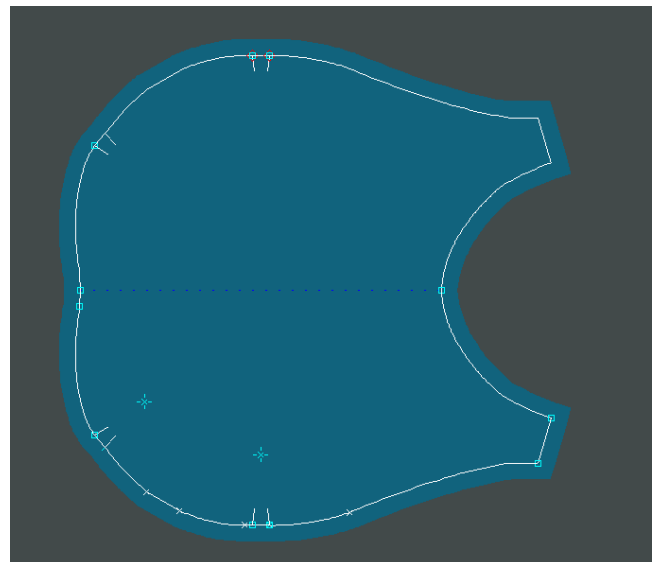
Magplatta



Krage



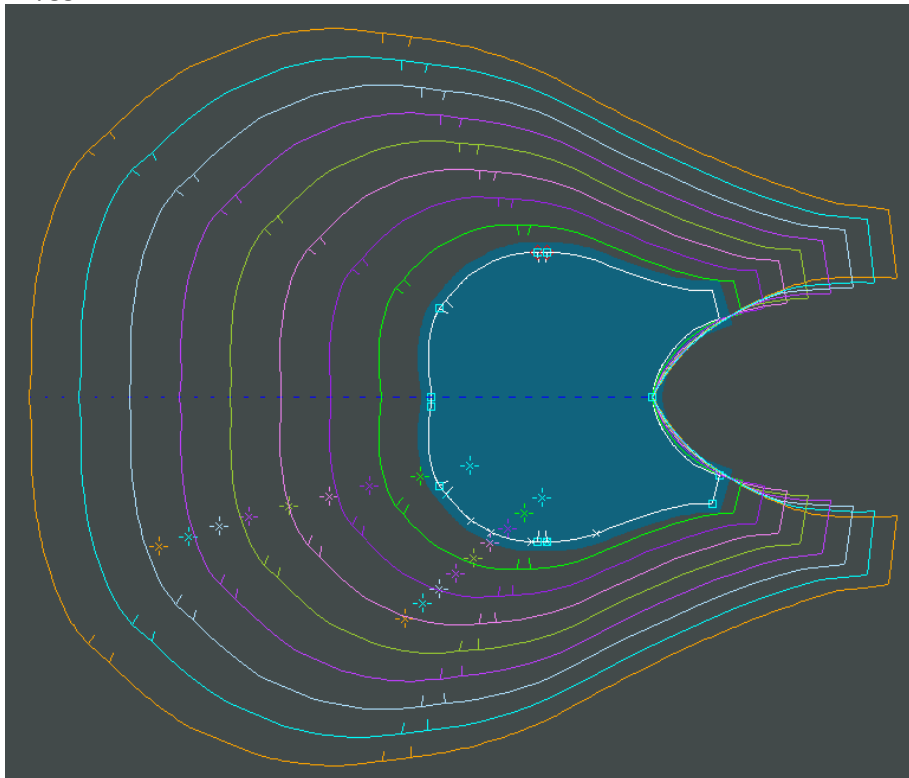
Ryggdel



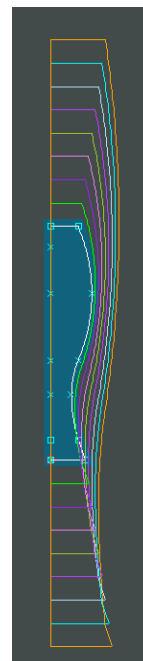
3.8.3.2 Gradering

Täcket är graderat med utgångspunkt från hundens rygglängd. Storlekarna som finns med i blockdiagrammet är 20, 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55 och 60. Storlekarna 45 och 55 finns endast med av tekniska skäl när det gäller inprogrammering av gradering i Lectras dataprogram "Modaris V6R1". Men de här storlekarna är korrekt graderade så att de kan användas i produktion om behovet skulle uppstå.

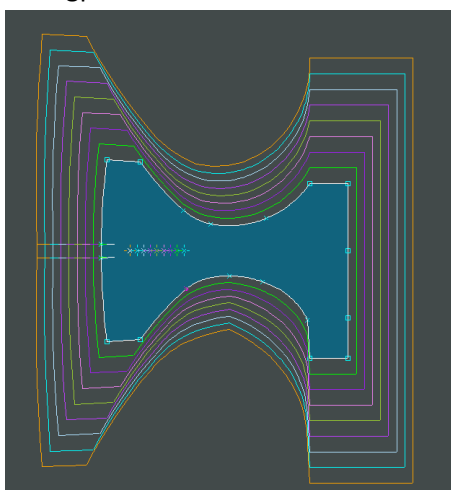
Ryggdel



Krage



Magplatta



3.8.4 Hundoverall

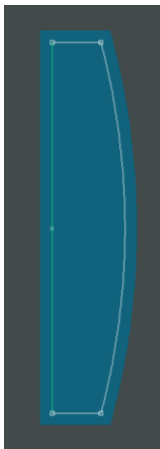
Overallen finns som en modell i fleece och en modell i regntätt tyg. De här två ska kunna användas var för sig och/eller sammansatta till en enhet. Det som skiljer de här två konstruktionsmässigt är att den regntäta overallen saknar krage vilket den i fleece har. Ännu en skillnad är att den regntäta ytteroverallen har en knäppning vid sidan av ryggen i stället för uppe på ryggen som den i fleece har.

3.8.4.1 Mönster fleeceoverall

Mönstret består av sex stycken mönsterdelar. En krage, framben, bakben, förstärkning fram och bak, en mage/ryggdel samt en förstärkning till knäppkanten.

Alla mönsterdelar är försedda med en sömsmån på en centimeter runt om.

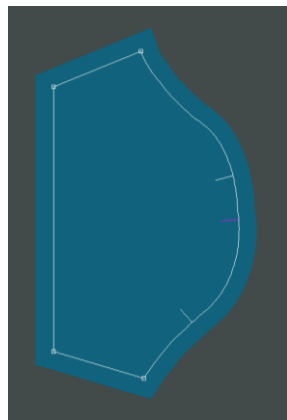
Krage



Bakben



Framben



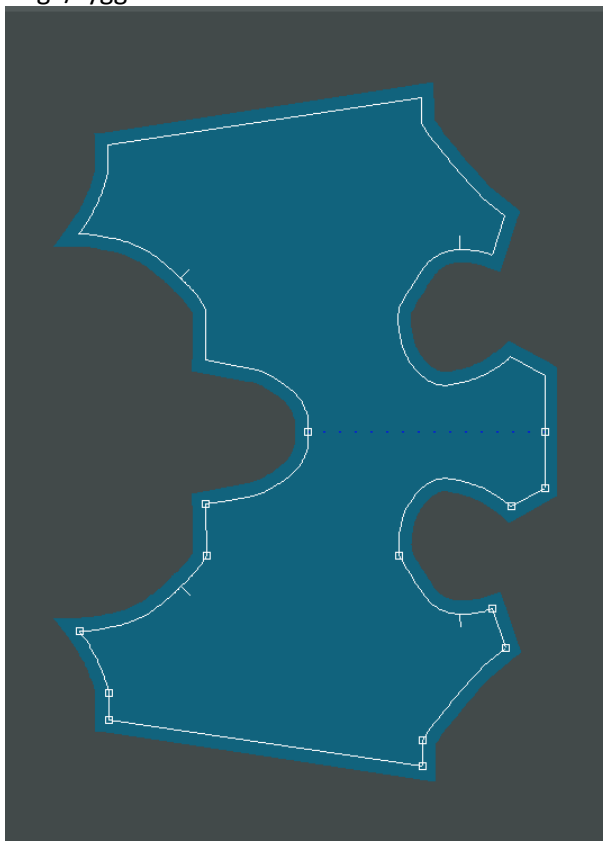
Förstärkning
fram



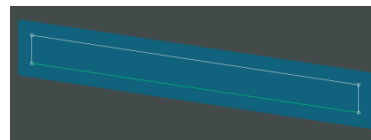
Förstärkning
bak



Mage/ryggdel



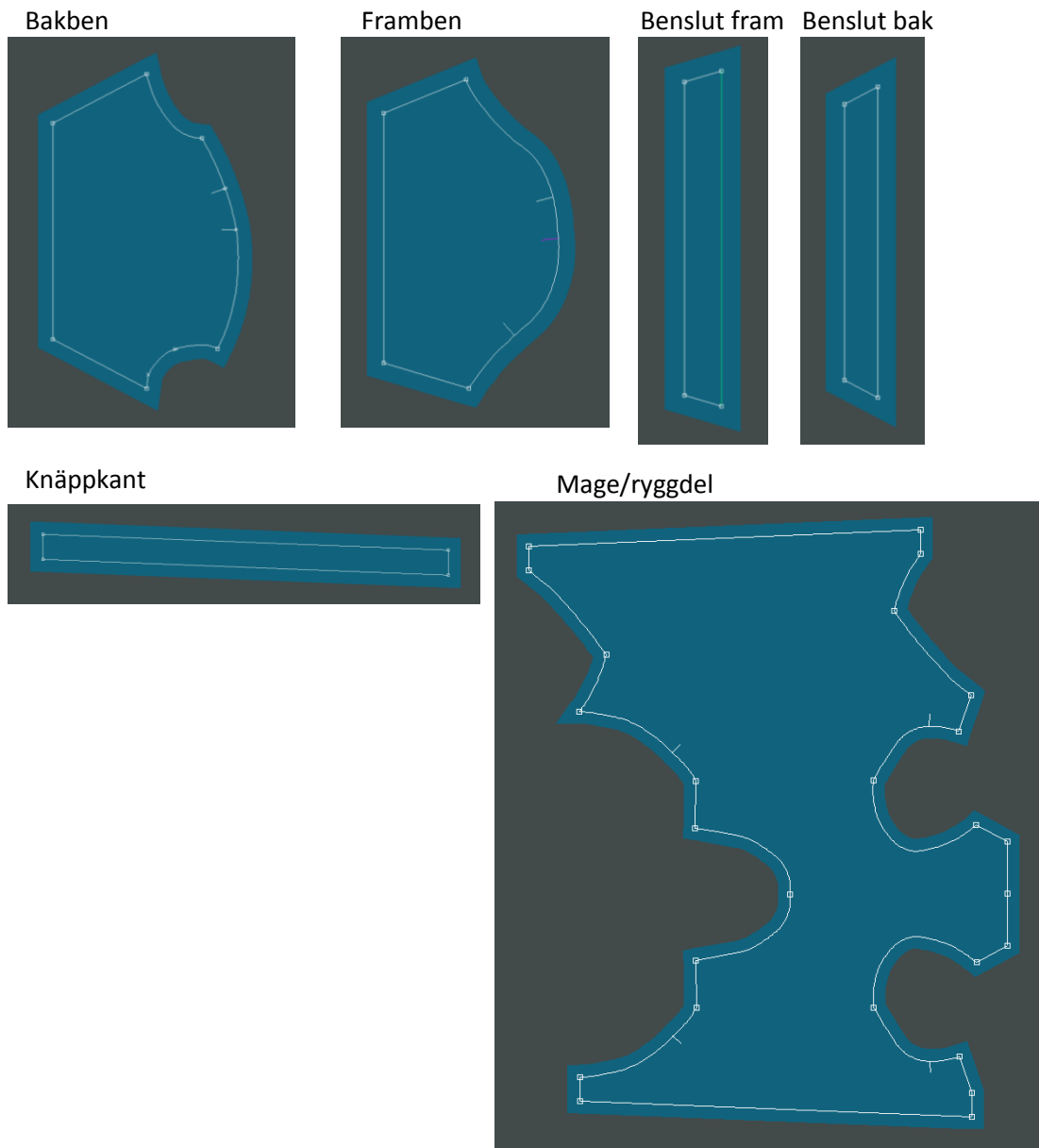
Knäppkant



3.8.4.2 Mönster ytteroverall

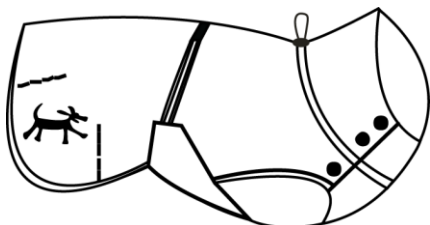
Mönstret består av sex stycken mönsterdelar en mage/ryggdel, framben, bakben, benslut fram och bak samt en knäpkant.

Alla mönster är försedda med en sömsmån på en centimeter runt om.



3.8.5 Produktspecifikation

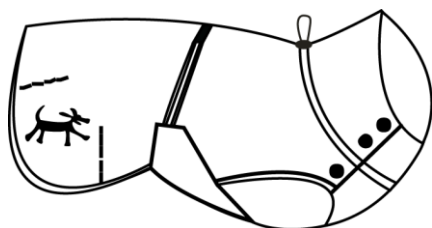
3.8.5.1 Regntäcke



Mönsterdelar	Antal	Spegelvänd	Material
Ryggdel	1	X	Nylon
Magplatta	1	X	Nylon
Krage	2	1	Nylon
Ryggdel foder	1	X	Polyester
Magplatta foder	1	X	Polyester

Material	Antal
Reflextryck	2
Magneter	3
Cordlock	1
Resår 3 mm	1
Bensnöre resår	2
Spänne rygg	1
Polyesterband med reflex	2
Piping reflex	1

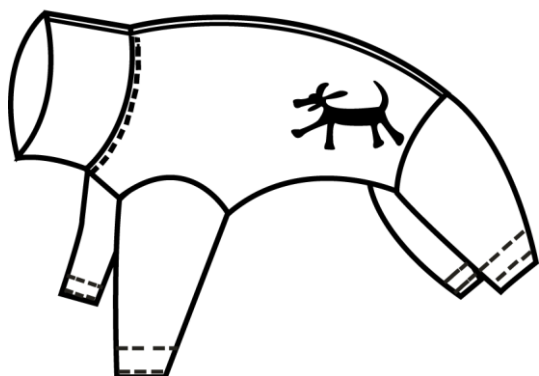
3.8.5.2 Vintertäcke



Mönsterdelar	Antal	Material
Ryggdel	1	Nylon
Magplatta	1	Nylon
Krage	1	Nylon
Ryggdel foder	1	Fleece
Magplatta foder	1	Fleece
Krage foder	1	Fleece

Material	Antal
Reflextryck	2
Magneter	3
Cordlock	1
Resår 3 mm	1
Bensnöre resår	2
Spänne rygg	1
Polyesterband med reflex	2
Piping reflex	1

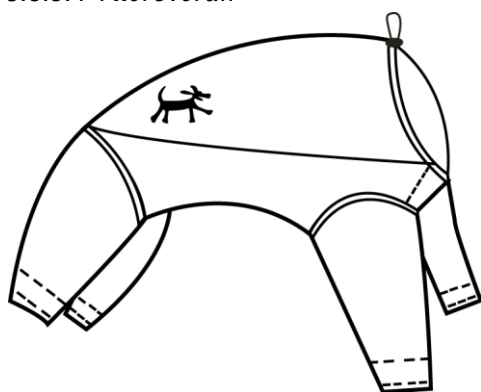
3.8.5.3 Fleeceoverall



Övrigt material	Antal
Brodyr	2
Magnet krage	2
Magnet rygg	5
Resår benslut	4
Fastsytt resår mage	1
Fastsytt resår mellan bakben	1
Tryckknapp underdel	8

Mönsterdelar	Antal	Spegelvänd	Material
Krage	2	1	Fleece
Bakben	2	1	Fleece
Framben	2	1	Fleece
Mag/ryggdel	1	X	Fleece
Knäppkant	2	1	Cordura
Förstärkning framben	2	X	Cordura
Förstärkning bakben	2	X	Cordura

3.8.5.4 Ytteroverall



Övrigt material	Antal
Tryck	2
Magnet rygg	5
Cordlock	1
Resår 3 mm	1
Resår benslut	4
Fastsytt resår mage	1
Fastsytt resår mellan bakben	1
Tryckknapp överdel	8

Mönsterdelar	Antal	Spegelvänd	Material
Bakben	2	1	Cordura
Framben	2	1	Cordura
Mag/ryggdel	1	X	Cordura
Knäppkant	2	1	Cordura
Benslut fram	2	X	Cordura
Benslut bak	2	X	Cordura

3.9 Presentation av kollektionen i butik

3.9.1 Storleksguide

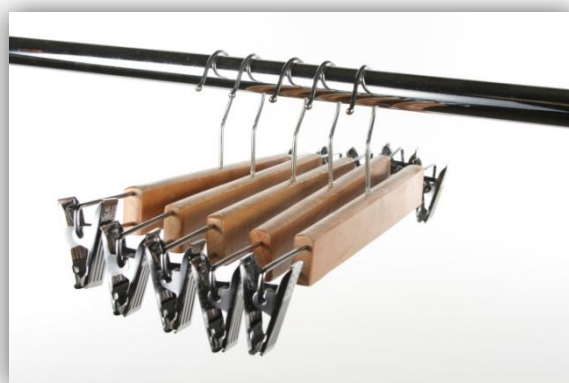
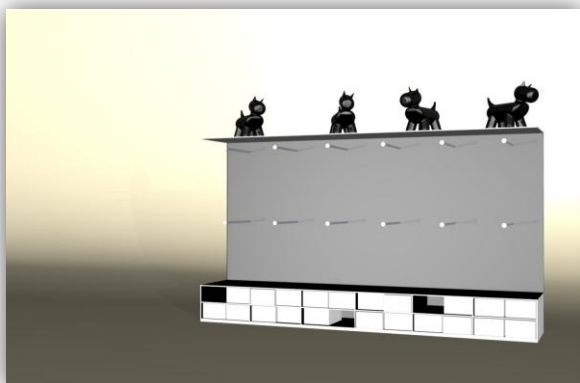
Det här är en storleksguide framtagen genom en studie av olika befintliga storleksguider. Det vi har gjort är att samla information om storlekar från många olika försäljare av täcken. Vi utgick ifrån fasta ryggmått och övriga mått fick vi fram genom att addera siffrorna och sedan dela med antalet olika källor vilket har gjort att vi fått fram en medelstorlek som vi tror ska passa många olika hundars kroppsbyggnad som möjligt. Denna storleksguide är speciellt anpassad för My Ones kollektion.

Ras	Rygg	Hals	Bröst	Midja	Framben	Bakben
Chihuahua, Griffon belge, Japanese chin, Papillon, Yorkshire terrier	20	27	42	45	7	10
Australisk terrier, Boston terrier, Jack Russell terrier, Shih tzu, West highland white terrier	25	34	51	52	9	12
Dvärgpudél, Border terrier, dansk/svensk gårdshund, Bichon frisé, Bichon havanais, Coton de tuléar, Mops, Skotsk terrier	30	41	60	59	11	14
Cocker spaniel, Cavalier King Charles, Foxterrier, Mexikansk nakenhund, Pudél, mellan, Shetland sheepdog, Tibetansk terrier, Welshterrier	35	48	69	66	13	16
Engelsk springer spaniel, Lhasa apso, Tax, normalstor, Bullterrier, Welsh springer spaniel	40	55	78	73	15	18
Labrador retriever, Border collie, Berner sennenhund, Boxer, Dalmatiner, Doberman, Flatcoated retriever, Rottweiler	50	69	96	87	19	22
Schäfer, Golden retriever, Pyreneisk mastiff	60	83	114	101	23	26

(Se källa för framtagning av storleksguide i källförteckning)

För att det ska bli lätt för kunden att finna rätt storlek så finns denna storleksguide uppsatt i närheten av kollektionen i butiken. På storleksguiden finns de vanligaste raserna kategoriserade efter rygg längd och så vidare. Det här ska hjälpa kunden att snabbt hitta rätt storlek och även om inte alla raser finns representerade så vet många hundägare vilken sin hund är mest lik i kroppsbyggnad. Det är mycket svårt att sätta in en ras i en kategori då det kan skilja mycket mellan individer i samma ras.

3.9.2 Butikslayout och förpackning



Det är viktigt att visa produkterna på ett sätt som gör det lätt för kunden att köpa produkten. Vi har valt att hänga plaggen på galge för att kunden lätt ska kunna känna och prova plagget på hunden i butik. I diskussion med ägare, inköpare och ansvarig dekoratör på My One kommit fram till att många ägare vill prova plaggen på sina hundar i butik så istället för att försvåra detta genom att placera produkterna i kartong valt att hänga de på galge. Det är tre olika färger i kollektionen, varje färg har två pinnar i bredd och två pinnar på höjd. Varje modell kommer att ha en pinne i varje färg där storlekarna 20, 25,30,35,40 kommer att visas. Se bilder ovan.



Storlekarna 50 och 60 kommer att ligga i förpackning under upphängningen i de två hyllplanen. Det finns 24 fack och det gör plats för storlek 50 och 60 i varje färg och modell. Anledningen till varför vi har valt att lägga de stora storlekarna i kartong beror på att de tar väldigt stor plats hängande och ser dessutom inte lika bra ut hängande som det mindre storlekarna gör.

För att underlätta för kunden ytterligare skulle markering för att snabbt få ut rygglängd göras på hyllans botten, så när hunden står där så kan matte/husse lätt avläsa rygglängd. Alternativt skulle måttband i papper kunna hänga framme på hyllans sidgavel för kunden att använda.

4. Diskussion

4.1 Logotyp

För att skapa identitet och igenkänning anser vi att det krävs grundläggande undersökningar för att eventuellt förändra Pooch logotyp. Vi anser att märket bör återanknyta till My Ones befintliga logotyp vilket skulle skapa igenkänning hos konsumenten. För att ta reda på märkets igenkänningsfaktor idag bör man visa upp dagens logotyp för målgruppen och fråga om de känner till vilket märke den tillhör.

Vi såg stor anledning att arbeta fram andra alternativ till den befintliga logotypen på grund av att tassar är mycket vanligt förekommande på marknaden. Vi vill att den nya kollektionen ska sticka ut och synas i mängden av liknande produkter. I rapporten har vi framhävt hur vanligt det är med tassar genom att visa några av konkurrenternas logotyper.

4.2 Produktlösning

Även här anser vi att det skulle behövas mer grundläggande undersökningar om hur lösningarna mottas av kunderna. Det skulle man kunna göra genom att sy upp en provkollektion och välja ut en fokusgrupp bestående av olika typer av människor och dess hundar ur My Ones målgrupp. Fokusgruppen skulle då få utvärdera kollektionens design, produktlösningar, kvalitet och passform. På så sätt skulle man få ett bra underlag att utifrån det utveckla kollektionen ytterligare.

I projektet har vi inte kunnat mäta exakt prestanda och egenskaper på produkterna då vi inte har haft möjlighet att få fram exakta varuprover.

4.3 Mönsterkonstruktion och gradering

Vi visste redan från början att vi gett oss in på ett svårt projekt med tanke på att brukaren av produkten är en hund, ett helt nytt område då vi aldrig tidigare har utvecklat för detta bruk. Vi hade även svårt att finna hjälp inom området gradering.

Mönsterkonstruktionen bygger på den minsta storleken "Ryggängd 20". Det gör den eftersom det är plagg ur den storleksserien som vi har fått från My One att titta på och mäta av när vi har skapat det egna mönstret. Svårigheterna med det är att en hund i storlek 20 och en i storlek 60 skiljer sig mycket i kroppsbyggnad och typ. För att få fram storlekar och mått till täcket och overallen som ska passa många olika hundar beslutade vi oss för att försöka få fram genomsnittliga mått i de olika storlekarna. Vi hoppas givetvis att måttlistan stämmer överens med verkligheten. För att säkerställa det så tycker vi att det är mycket viktigt att My One tar fram en provkollektion och gör en avprovning för att man ska kunna se att plaggen även passar större hundar eller om mindre justeringar i mönster och gradering bör ske.

Vi valde att endast gradera hundtäcket eftersom det är tidskrävande att få det korrekt så vi valde att lägga in det som en avgränsning. En annan orsak är att det skulle vara ett moment som i stort sett bara skulle bli en upprepning av vad vi tidigare har gjort om vi skulle välja att gradera overallen också, vilket vi ser som omotiverat i vår egen lärandeprocess.

I och med att vi har måttlistan och mönster så är det lätt för den blivande producenten att ta vid där vi slutade. Så vi ser inte det som ett problem att vi väljer att stanna här.

4.4 Detaljleverantör

Vi har tillsammans med Rudholm och Haak byggt upp grunden för fortsatt arbete. Vi anser att My One i samarbete med företaget skulle dra stora fördelar. Dels på grund av att delar av arbetet med produkten då skulle ske i Borås och dels för att Rudholm och Haak har möjlighet att kvalitetssäkra alla detaljer. Många prover finns på lager, andra tar några dagar upp till några veckor, men det viktigaste av allt är att vi upplever företaget som mycket flexibelt och serviceinriktat.

5. Slutsats

Vi anser att vi har nått vårt mål med projektet samtidigt som vi är medvetna om att mer jobb krävs för att säkerställa kvaliteten. Med mer underlag ökar möjligheten att det blir en positiv reaktion från målgruppen när det gäller lösningar, kvalitet, passform och design. Med det menar vi att det är viktigt att kunden känner en helhet och en röd tråd genom kollektion.

6. Nästa steg

- Fastställa materialval
- Gradering av mönsterdelar för overall
- Kontakta detaljleverantör för att fortsätta ett eventuellt samarbete.
- Ta fram en provkollektion för avprovning av storlek och modell.
- Lägga order
- Bearbeta kunderna
- Försäljning
- Utveckla och återkoppla.

7. Källförteckning

Litteratur

Portfolio förlag: Hedén, Anders och McAndrew, Jane (2005). Modefabriken: kreativt affärsmannaskap från insidan, Kristianstad.

Stockholms universitets förlag: Klarén, Ulf (2008) fjärde upplagan. Vad färg är, Malmö.

Liber AB: Johannesson, Hans, Persson, Jan-Gunnar, Pettersson, Dennis (2004) Produktutveckling – effektiva metoder för konstruktion och design, Stockholm

Liber: Örsterlin, Kenneth (2007) 2:a upplagan. Design i fokus: för produktutveckling, Malmö.

Carlsson Bokförlag: Landqvist, Jan (1994) Vilda idéer och djuplodande analys Om designmetodikens grunder, Stockholm.

Bonnier Utbildning: Karlsson, Sune, Malm, Ylva, Moback, Jan, Norman, Monika (2002) Till Salu- Praktisk marknadsföring B, Stockholm

West publishing company: Hatch, kathryn L (1993) Textile science, USA.

Bonnier Utbildning: Karlsson, Sune, Malm, Ylva, Moback, Jan, Norman, Monika (2002) Till Salu- Praktisk marknadsföring A, Stockholm

Batsford: Tallon, Kevin (2008) Digital Fashion Illustration with Photoshop and Illustrator, UK.

Internet

- http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/prylar-pengar-vad-kostar-ett-husdjur_3542255.svd 2010-03-10 12:30
- <http://www.allabolag.se/5564987203> 2010-02-02 13:35
- <http://www.myone.se/> 2010-02-02 13:43
- <http://www.myone.se/sida3.html> 2010-02-02 13:46
- <http://www.djursjukhuset.se/?q=sv/node/130> 2010-05-24 20:30
- <http://sheltie.ifokus.se/Articles/Read.aspx?ArticleId=553793d3-ed4f-4607-9cc0-0566a2355654> 2010-05-24 20:40
- <http://www.djursjukhuset.se/?q=sv/node/130> 2010-05-2420:49
- http://www.gore-tex.se/remote/Satellite?c=fabrics_cont_land_c&childpagename=goretex_sv_SE/fabrics_cont_land_c/FabricTechnologiesChapterOneLandingSEO&cid=1179537192439&p=1179537192435&pagename=SessionWrapper 2010-05-14 12:62
- http://www.gore-tex.se/remote/Satellite?c=fabrics_cont_land_c&childpagename=goretex_sv_SE/fabrics_cont_land_c/FabricTechnologiesChapterOneLandingSEO&cid=1179537192403&p=1179537192399&pagename=SessionWrapper 2010-05-14 12:62
- <http://www.gripband.se/svenska/kardborreband/krokband> 2010-05-26 14:22
- <http://www.moderadet.se/om-moderadet/> 2010-04-
- <http://www.colorhouse.se/> 2010-04-12 12:20
- <http://sv.pantone.co.uk/pages/pantone/pantone.aspx?pg=19295&ca=10> 2010-04-12 12:30
- <http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf> 2010-03-12 12:10
- <http://au.pantone.com/pages/pantone/Pantone.aspx?pg=20705&ca=4> 2010-04-12 12:32
- http://www.fashiontrendsetter.com/content/color_trends/2010/Must-Have-Color-Trends-Fall-2011.html 2010-04-17 14.00
- <http://www.wsatoday.com//expert-opinion/expert-opinion/the-must-have-color-trends-for-fall-2011.html> 2010-04-17 15:36
- Ur kursen textilmateriällära september 2007 ansvarig lärare Monik Nyrén
- Mail Jennie Schollin 2010-03-15 12:18
- Citat ur kursen design och konsumtion Lars G Strömberg, 2009-02-24 19:16
- Tävlingshästens andra skinn - Ett materialförslag med fokus på funktion Catarina Jonasson och Emma Liljedahl
Textilhögskolan 2009-05-27
- Enkätundersökning och experimentell studie om hundhållning i bil. Situationen i Sverige och effekter av utetemperaturen.
Sofia Lagerström <http://www.vildaord.se/doc/Examensarbete.pdf>, 2010-04-01 10:15
- Weronika Rehnby OH_Sluberedning_Bas_0708[1].pdf 2007-03-21

Källa för plaggmåttlista, skillnadsmåttlista och storleksguide

- <http://www.beautydog.se/> 2010-05-01 10:30
- <http://www.hooks.se/product.aspx?productid=045585&deptid=196&sortType=sortPopularitet&sortOrder=DESC> 2010-05-01 10:37
- <http://www.hooks.se/product.aspx?productid=055500&deptid=196&sortType=sortPopularitet&sortOrder=DESC> 2010-05-01 11:03
- <http://www.dobaz.se/se/page/storleksguiden.php> 2010-05-01 11:15
- http://www.fyrbent.se/hurtta_sizes.html 2010-05-01 11:37

Bilaga 1

Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH?

Ett projektarbete på Textilhögskolan i Borås

2010-05-27

Catarina Jonasson
S071267@utb.hb.se
Frida Tjernström
S071534@utb.hb.se

Innehåll

1. Inledning	49
1.2 Frågeställning.....	49
1.3 Uppgift.....	49
1.4 Syfte	49
1.7 Idé	49
2. Företagsfakta.....	50
3. Produktens relevans	51
3.1 Statistik	51
3.1.1 Antal hundar.....	51
3.2.1 Populäraste raserna i Sverige och Västra Götalands län.....	52
3.3.1 Antal nyregistrerade renrasiga hundar 2008	52
4.3 USP	53
4.4 TPQ Tid, pris och kvalitet	54
4.4.1 Pris	54
4.5 SWOT	56
4.6 Konkurrenter	57
5. Marknadens storlek - omsättning.....	58
5.1 Intervjuer.....	59
5.1.1 Intervjufrågor	59
5.1.3 Intervjusammanställning.....	59
6. Diskussion.....	63
6.1 Risker	63
6.1.1 Marknadskommunikation	63
6.2 Möjligheter.....	64
6.3 Enkät	64
7. Källförteckning	65

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Bakgrunden till projektet är att vi inom ramarna för kursen "Textil projekt- och affärsutveckling 15 hp" skulle genomföra en förstudie för en tjänst eller produkt riktat mot ett företag. Catarina Jonasson och Frida Tjärnström som är författare till rapporten tog kontakt med My One AB som är ett företag inom fackhandeln för häst, hund och kattrelaterade produkter.

1.2 Frågeställning

Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH?

1.3 Uppgift

Uppgiften lyder att ta reda på hur marknaden ser ut för hundtäcken och overaller som är anpassade för ett klimat som är regnigt och kallt. Dels vilka märken som finns och i vilka prisklasser de här ligger i. Hur går det ekonomiskt för företagen i branschen och vilka möjligheter/fallgropar det skulle kunna finnas för My One AB om de skapar en egen kollektion.

1.4 Syfte

Syftet är att ta reda på hur det skulle påverka My One AB att starta upp en egen kollektion hundtäcken och overaller anpassade för hund i en regnig och kall miljö.

Hur det skulle påverka dem ekonomiskt och vilka möjligheter det finns att locka nya kunder till butikerna.

1.5 Avgränsningar

Arbetet är avgränsat till hundtäcken och overaller som är anpassade för att klara regn och kyla.

Därmed tar vi inte upp märken och modeller av hundtäcken som endast fungerar som en assessor eller som har ett annat användningsområde, exempelvis skyddskläder.

1.6 Metod

Metoder som användes för att få fram fakta till förstudien är sökning på internet och i litteratur, kommunikation i form av möten och mailkontakt med de som arbetar på MyOne AB. Intervjuer med slumpvis utvalda hundägare och besök i butiker som säljer hundtäcken samt att vi har varit på mässan My Dog i Göteborg. Telefonsamtal med olika företag har också förekommit.

1.7 Idé

Idén är att utveckla ett internt varumärke men att fortfarande erbjuda kunden externa varumärken som redan idag finns i butik. Den nya kollektionen kommer att bredda sortimentet och skapa större valmöjlighet för kunden.

Designa och sy upp en kollektion av hundtäcken och overaller som passar i det svenska kalla och regniga klimatet. Snygg design kombinerat med bra funktion ska göra produkterna eftertraktade på marknaden. De kommer att säljas i de egna butikerna som ingår i MyOne AB. Kollektionen kommer att bestå av en tvådelad overall, ett vintertäcke, ett regntäcke och ett "underställ" av fleece.

2. Företagsfakta

My Ones affärsidé är att:

”Erbjuda prisvärda produkter eller exklusiv proffsutrustning för häst, hund och katt hos MyOne är valet ditt.”

My One AB är ett aktieföretag som registrerades 1994.⁴² Deras huvudkontor ligger på Varlabergsvägen 17 i Kungsbacka.⁴³ De bedriver verksamhet inom fackhandel för häst, hund och katt och har för närvarande fyra butiker i Göteborg, Borås, Malmö och Strömstad.⁴⁴ De bedriver även en webshop med adressen www.myone.se.

MyOne AB är till huvudsak ett handelsföretag med externa varumärken men bedriver till viss del även egen produktion av djurrelaterade produkter som till exempel hästtäckan och hundhalsband som säljs och marknadsförs under namnet Pooch. Nu vill företaget fortsätta utveckla produkter i namnet Pooch vilket är en naturlig process då de övriga produkterna uppskattats av marknaden.

2008-06 hade MyOne AB 19 stycken anställda i sin verksamhet. De hade en omsättning på 31 831 TKR med ett resultat på 1 311 TKR. Tillgångarna låg på 11 771 TKR. Vinstmarginalen låg på 7,55 %, kassalikviditeten på 20,51% och soliditeten på 40,26%.⁴⁵

I tabellen visas My Ones tillväxt i omättning, anställda, tillgångar osv.

Målet är att sälja det antal täcken som har tillverkats och köpts in.

I dag säljer My One ca 1200 hundtäckan per år (inkl. overaller). Den nya kollektionen kommer att öka antalet med 150-300 stycken per modell. Tanken är att kollektionen ska ha fyra modeller. Det vill säga $4 * 225 = 900$ är försäljningsmålet för den nya kollektionen.⁴⁶

	2008-06	2007-06	2006-06
Antal anställda	19	18	16
Omsättning (TKR)	31 831	28 656	24 018
Res. e. finansnetto (TKR)	2 244	1 883	1 059
Årets resultat (TKR)	1 311	1 046	603
Summa tillgångar (TKR)	11 771	10 611	8 775
Vinstmarginal	7,55 %	7,09 %	4,98 %
Kassalikviditet	20,51 %	17,00 %	20,05 %
Soliditet	40,26 %	32,09 %	26,26 %

⁴² <http://www.allabolag.se/55649872032010-02-02> kl: 13:35

⁴³ <http://www.myone.se/2010-02-02> kl: 13:43

⁴⁴ <http://www.myone.se/sida3.html>2010-02-02 kl: 13:46

⁴⁵ <http://www.myone.se/sida3.html>2010-02-02 kl: 13:46

⁴⁶ Mail Jennie Schollin 2010-03-15 12:18

3. Produktens relevans

Det blir vanligare och vanligare att klä hundar och det är inte bara för att vi människor vill klä våra hundar utan också för att det kan behövas. I år har det varit en extremt kall vinter och att pälsa våra pälsdjur har varit självklart. Det finns glasögon för att skydda mot solblindhet, skor för att skydda mot vass is och kyla till det mest vanliga som hundtäcken och overaller.⁴⁷

Enligt Hans Rosenberg, pressansvarig på svenska kennelhundsklubben anser att en stickad tröja eller en jacka på hunden inte är att förringa när det är kallt ute.⁴⁸

3.1 Statistik

Genom att ta fram statistik över hur många hundar som finns i Sverige så kan man också få fram hur många potentiella kunder det finns. Om My One lyckas sälja hundtäcken till en procent av hundarna i Sverige betyder det att de har lyckats sälja 7290 stycken täcken. Tre av My Ones butiker ligger i Västra Götalands län och där finns det totalt ca 78 518 stycken hundar. (Se punkt 3.2.1) En procent av dem motsvarar 785 stycken sålda täcken. En butik ligger Blekinge och Skåne och där finns det tillsammans ca 101 257 stycken hundar. (Se diagram ”Antal hundar”) En procent motsvarar 1012 stycken sålda täcken.

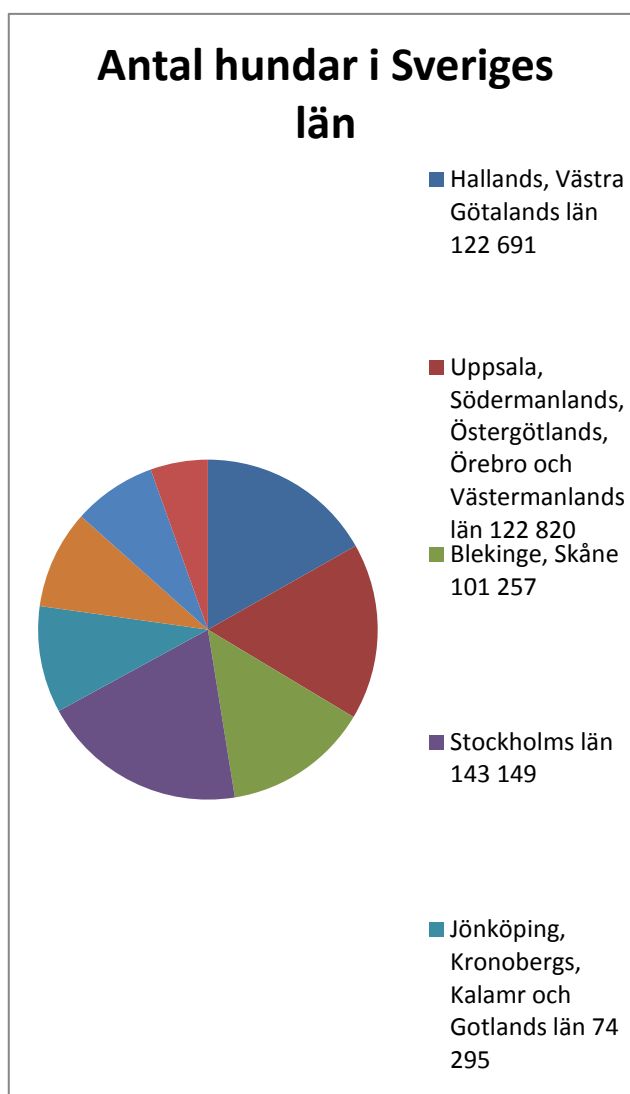
3.1.1 Antal hundar

Antal hundar i Sverige 729 000

Andel hushåll med hund 12,8%

Antal hundar per hushåll med hund 1,32

⁴⁹



⁴⁷ Uppsala Nya Tidning ”Pälsa på din hund” http://www2.unt.se/pages/1,1826,MC=46-AV_ID=986211,00.html?from=puff 2010-03-18 12:11

⁴⁸ <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article6374900.ab>

⁴⁹ <http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf> 2010-03-12 12:10

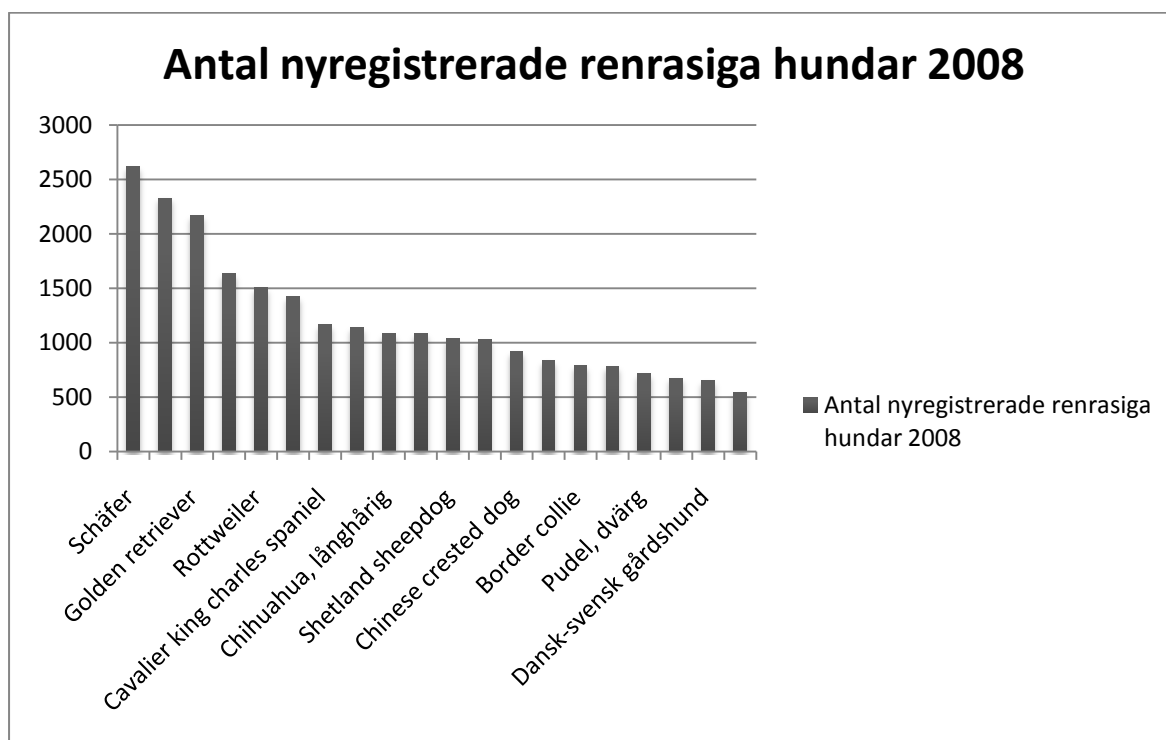
3.2.1 Populäraste raserna i Sverige och Västra Götalands län

I Västra Götalands län finns det 66406 renrasiga hundar och 12112 blandras/oregistrerade hundar, cirka 264 raser/varianter. Flest antal hundar finns i Västra Götaland med 78 518 individer följt av Skåne med 68 446 hundar. Av Västra Götalands 1 514 992 invånare har 5 % hundar. De tre populäraste namnen i länet, registrerade: Ronja 48, Bamse 44 och Bella 34. Blandras/oregistrerat: Bamse 44, Wilma 44 och Ronja 37.

Schäfern är den populäraste rasen i 9 av de 21 länen. Västra Götaland har 4 552 schäfrar, Flest Golden retriever finns det i Västra Götaland med 3 605 hundar vilket innebär en tredjeplats på listan i länet. Flest antal Border collie finns också i Västra Götaland med 1 064 och intar därmed en 10:e plats. Våra svenska nationalraser dansk/svensk gårdshund, drever, gotlandstövare, jämthund, hamiltonstövare, hälleforshund, norrbottenspets, schillerstövare, smålandsstövare, svensk lapphund, svensk vit älghund och västgötaspets finns representerade i nästan samtliga 21 län. Flest hundar av våra svenska nationalraser finns i Västra Götaland län med 4 846⁵⁰

3.3.1 Antal nyregistrerade renrasiga hundar 2008

Det totala antalet raser i Sverige är 325 och under 2008 nyregistrerades 61 014 hundar. De populäraste raserna listade nedan.⁵¹ Trenden går i Sverige mot allt mindre raser.⁵²



⁵⁰ http://www.sk.se/pdf/press/p2004/statistikred_raser.pdf 2010-03-12 11:58

⁵¹ <http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf> 2010-03-12 12:20

⁵² <http://www.manimalis.se/uploads/kap-3-antal-sallskapsdjur-2004.pdf> 2010-03-12 12:37

4.3 USP

Produktbeskrivning och USP(Unique Selling Propositions), dvs. de produktfördelar som särskiljer MyOne produkter från konkurrerande lösningar.

”Det går att ta fram produkter av hög kvalitet till bättre priser vilket vi vill att våra kunder ska finna hos oss.”

Produkt	Viktiga egenskaper	Användningsområden, kundbehov som fylls.	Våra UPS, varför ska kunden köpa av oss?
Overall	Vattentätt, vindtätt, andas, justerbar benlängd.	Vid regn	Overallen går att kombinera med underställ. Priset är bättre än andra märken av liknande kvalitet. Bra passform.
Underställ av fleece	Isolerande, andas, justerbar benlängd.	Vid kyla	Understölet går att kombinera med overall. Bra passform.
Vintertäcke	Värmande, vattentätt, vindtätt, andas.	Vid kyla	Priset är bättre än andra märken av liknande kvalitet. Funktionen är av högre prestanda. Bra passform.
Regntäcke	Vattentätt, vindtätt, andas.	Vid regn, blåst	Priset är bättre än andra märken av liknande kvalitet. Funktionen är av högre prestanda. Bra passform.

53

⁵³ Affärsplanen, praktisk handledning för affärsplanerare. Eliasson & Kolár, Liber 2006 sida 45

4.4 TPQ Tid, pris och kvalitet ⁵⁴

Företagen konkurrerar inte i någon stor utsträckning i tid då produkten endast efterfrågas några månader om året.

Bild 1 Prisläge

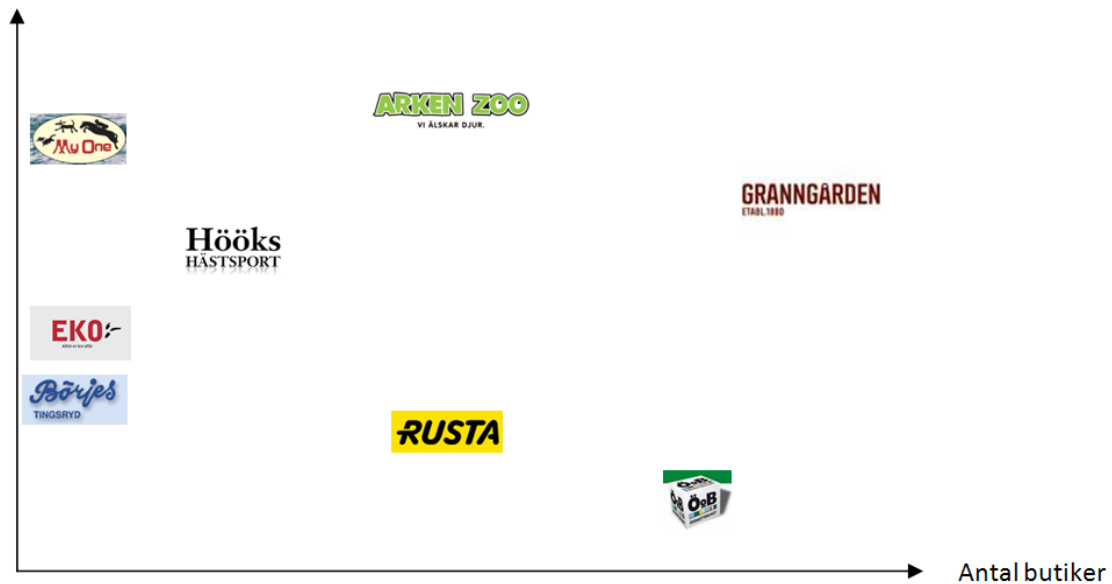


Bild 2 Pris



⁵⁴ Se källförteckning "Bild 1 och 2".

⁵⁵ Marknadsplanen, praktisk handledning för marknadsplanerare. Life Andberg & Bergt Eliasson, Liber ekonomi 1997.

4.4.1 Pris

Priserna är preliminära och beror på tillverkningskostnaderna, exempelvis beräknas understället kosta ca 40 kr.

Preliminära priser:

Hundtäck	ca 299kr
Regntäck	ca 200 – 299 kr
Overall	ca 500 kr för två delad 299 kr/styck
Fleeceunderställ	ca 299kr

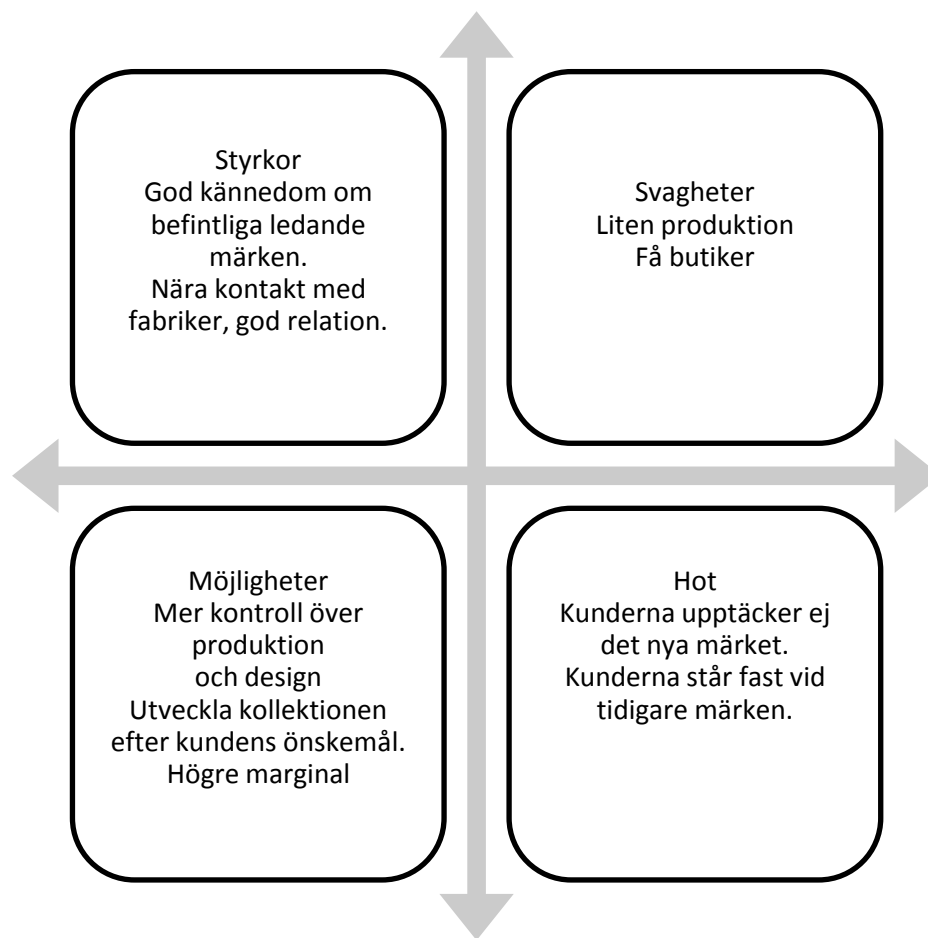
56

Produkt/Modell	Namn	Pris	Butik	Webshop	Fackhandel
Hundtäck	Hundtäck TM active	169 kr	Hööks	X	X
Hundtäck	Hundtäck Showmaster	229 kr	Hööks	X	X
Hundtäck	Freeland hundtäck Showmaster	199 kr	Hööks	X	X
Hundtäck	Showmaster Combat hundtäck	279 kr	Hööks	X	X
Overall	Fleeceoverall hund SM Cozy	189 kr	Hööks	X	X
Overall	Regnoverall SM Elite	249 kr	Hööks	X	X
Overall	Regnoverall Hund	129 kr	Hööks	X	X
Hundtäck	Hurta Värmetäck	479 kr	Divine Dog Shop	X	
Hundtäck	Hurta Vattentät fleecjacka	579 kr	Divine Dog Shop	X	
Hundtäck	Hurta Regntäck	439 kr	Divine Dog Shop	X	
Overall	Hurta Pro Friluftsoverall	519 kr	Divine Dog Shop	X	
Overall	Hurta Allvädersoverall Siberia	329 kr	Divine Dog Shop	X	
Overall	Hurta Skön fleecoverall	269 kr	Divine Dog Shop	X	
Hundtäck	Hundtäck Voff	99.50 kr	Börjes Tingsryd	X	X
Hundtäck	Hundtäck Skall	169 kr	Börjes Tingsryd	X	X
Hundtäck	Hundtäck Promenad	188 kr	Börjes Tingsryd	X	X
Overall	Jacka	45 kr	Börjes Tingsryd	X	X
Hundtäck	Back On Track hundtäck S	495 kr	Back On Track	X	
Hundtäck	Back On Track hundtäck M	585 kr	Back On Track	X	
Hundtäck	Back On Track hundtäck L	685 kr	Back On Track	X	
Hundtäck	Hansbo Regntäta reflxtäck med fleece S	245 kr	Trollhättans hundvård	X	X
Hundtäck	Hansbo Regntäta reflxtäck med fleece M	299 kr	Trollhättans hundvård	X	X
Hundtäck	Hansbo Regntäta reflxtäck med fleece L	348 kr	Trollhättans hundvård	X	X
Hundtäck	ObtrackTM Skrylle P0	695 kr	Obtrack	X	
Hundtäck	ObtrackTM Skrylle 3	775 kr	Obtrack	X	
Hundtäck	ObtrackTM Skrylle 7	1 045 kr	Obtrack	X	
Regnoverall	Granngården	349 kr	Granngården		X
Hundtäck	Hansbo	199 kr	Granngården		x
Fleecetäck	Horseware/Rambo	549 kr	Granngården		x
Hundtäck	Dogman	499 kr	Granngården		x
Hundkappa	ÖoB	69 kr	ÖoB		x
Hundväst	ÖoB	69 kr	ÖoB		x

⁵⁶ Se källförteckning bild 3

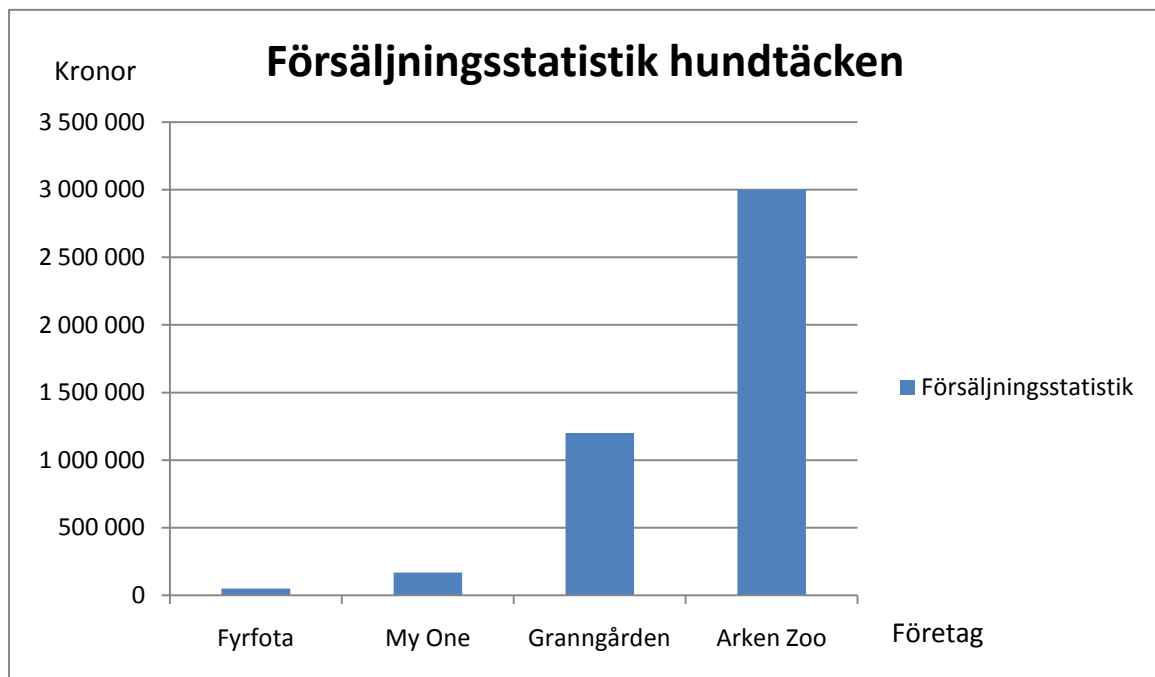
4.5 SWOT

57



¹⁶ Marknadsplanen, praktisk handledning för marknadsplanerare. Life Andberg & Bengt Eliasson, Liber ekonomi 1997.

4.6 Konkurrenter



⁵⁸ Mail Grangården Gisela Lindberg 2010-03-12 15:15, mail Fyrfota 2010-02-17 21:58, mail Arken Zoo Lars Bergkvist 2010-02-11 08:09, mail My One Jennie Schollin 2010-03-15 12:18

5. Marknadens storlek - omsättning

”Erica Winberg är säljare på Gibbon AB, en av de större grossisterna för husdjurstillbehör. Hon har sett hur intresset för kläder till hundar har ökat de senaste åren.

– När vi för några år sedan tog in täcken med lite färg och mönster gick de inte att sälja. Men i dag ska det vara mycket mönster, kamouflage i både grönt och rosa är jättemodernt. Vi säljer mycket huvjackor och det finns hela joggingoveraller för hundar, berättar Erica Winberg.”⁵⁹

Inköp av djurrelaterade produkter i MSEK

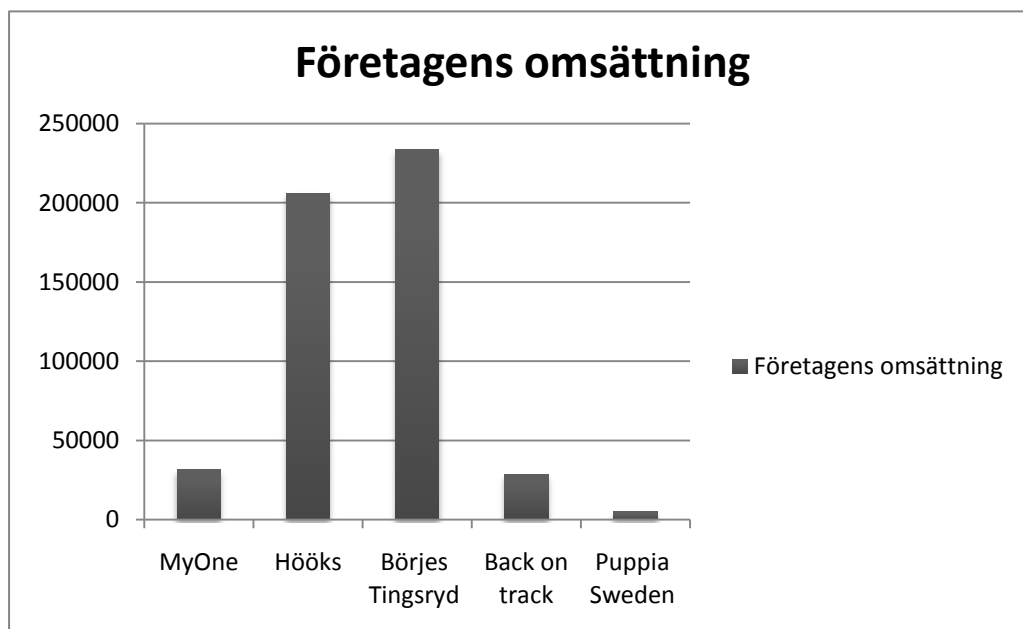
	2004	2008
Djurmediciner	183	209
Veterinärtjänster och övriga djurtjänster	1 580	2 112
Försäkringar	670	1 276
Avel och registrering	115	115
Summa miljoner kronor	2 548	3 712

⁶⁰

Utrustning till hundar uppgår till 1800 kr per hund på ett år.⁶¹

1800 kr * 729 000 hundar = 131 22 00000 kr

Totala marknaden för utrustning till hundar uppgår till ca 1 312 200 000



⁶²

⁵⁹ http://www.svd.se/nyheter/idagsidan/samhalle/djuren-har-blivit-vara-barn_279217.svd 2010-03-10 12:37

⁶⁰ "Minimalisrapporten 2009"

<http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf>

⁶¹ "Vi lägger miljarder på våra husdjur"

http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/prylar-pengar-vad-kostar-ett-husdjur_3542255.svd 2010-03-10 12:30

⁶² www.allabolag.se 2010-03-06 14:45

5.1 Intervjuer

5.1.1 Intervjufrågor

Har du hund?

Vad har du för ras?

Använder du kläder på din hund?

Vilken typ av hundkläder?

Vilket märke/märken köper du?

I vilken prisklass köper du kläder i till din hund?

I vilken affär köper du?

Varför klär du din hund?

I vilka väder klär du din hund?

Hur ofta tvättar du hundkläderna?

Har du olika kläder beroende på årstid? Vilka?

Om du inte klär din hund, varför har du valt att inte göra det?

Känner du att du skulle vilja klä din hund?

Vad anser du om de hundkläder som finns på marknaden?

Har du någon gång upplevt störningsmoment på det plagg som finns på marknaden/använder?

Vilka förbättringar anser du bör göras?

5.1.2 Intervjuernas genomförande

Intervjufrågorna har lagts ut som enkät på forum för hundägare. Goldenforumet med adress <http://golden.forum24.se/golden.html> som är ett forum för hundägare som har eller är intresserade av rasen Golden Retriever. Allt om hundar med adress <http://www.alltomhundar.com/hundforum/> är ett forum för alla de som är intresserade av hundar.

5.1.3 Intervjusammanställning

Har du hund?

De flesta hade en till två hundar som svarade på enkäten men enstaka hade ända upp till fyra hundar.

Vad har du för ras?

Raser som har uppgivits är följande: Blandras, Border Collie, Boxer, Cairnterrier, Cavalier King Charles Spaniel, Chihuahua, Dansk/Svensk Gårdshund, Dvärgpudel, Dvärgschnauzer, Finsk Lapphund, Golden Retriever, Grand Danois, Grosser Scheizer Sennen, Irländsk Setter, Jack Russel, Jaktcocker, Kelpie, Labrador Retriever, Lapsk Vallhund, Mops, Norrbottenspets, Papillon, Riesenschnauzer, Rottweiler, Saluki, Schäfer, Shetlands Sheepdog, Tax, Wachtel.

Vi vill hänvisa till sida 6 i rapporten där de populäraste renrasiga hundarna listas.

En viktig iakttagelse vi har gjort är att hundägare använder olika typer av hundkläder till sina hundar oavsett vilken typ av päls som hunden har. Ovan nämnda raser motsvarar alla olika typer av hårlag som en hund kan ha. Allt från de med näst intill obefintlig päls till långhåriga varianter.

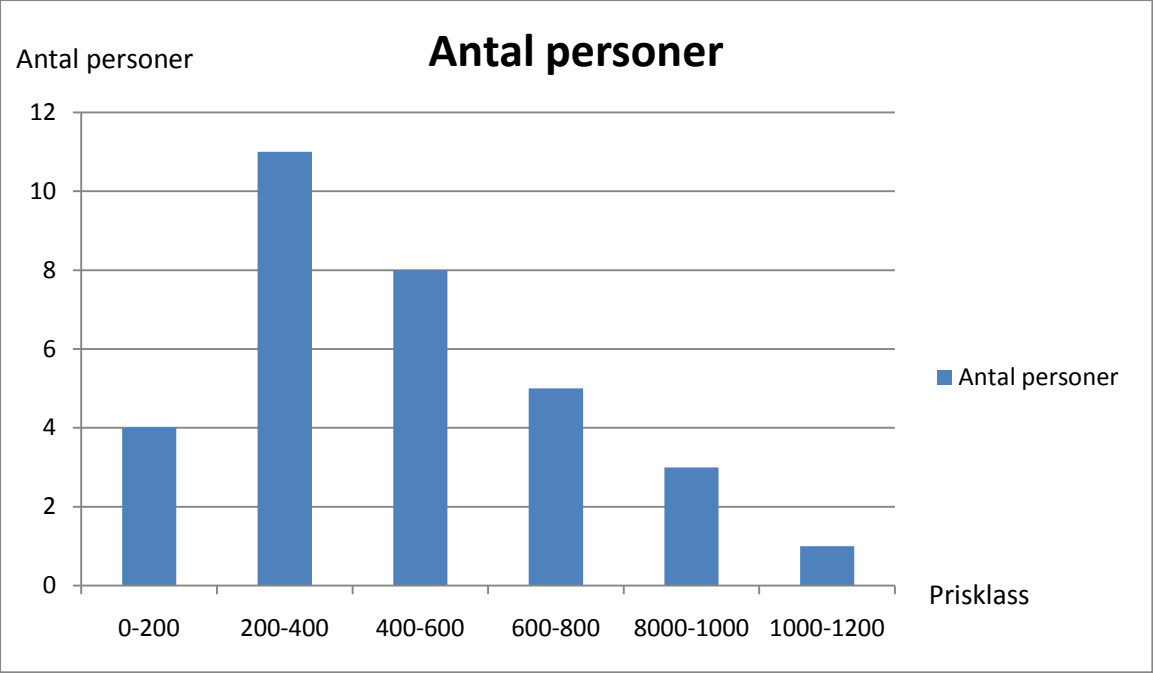
Använder du kläder på din hund?

Alla utom två som valde att svara på enkäten använder någon form av kläder till sin hund.

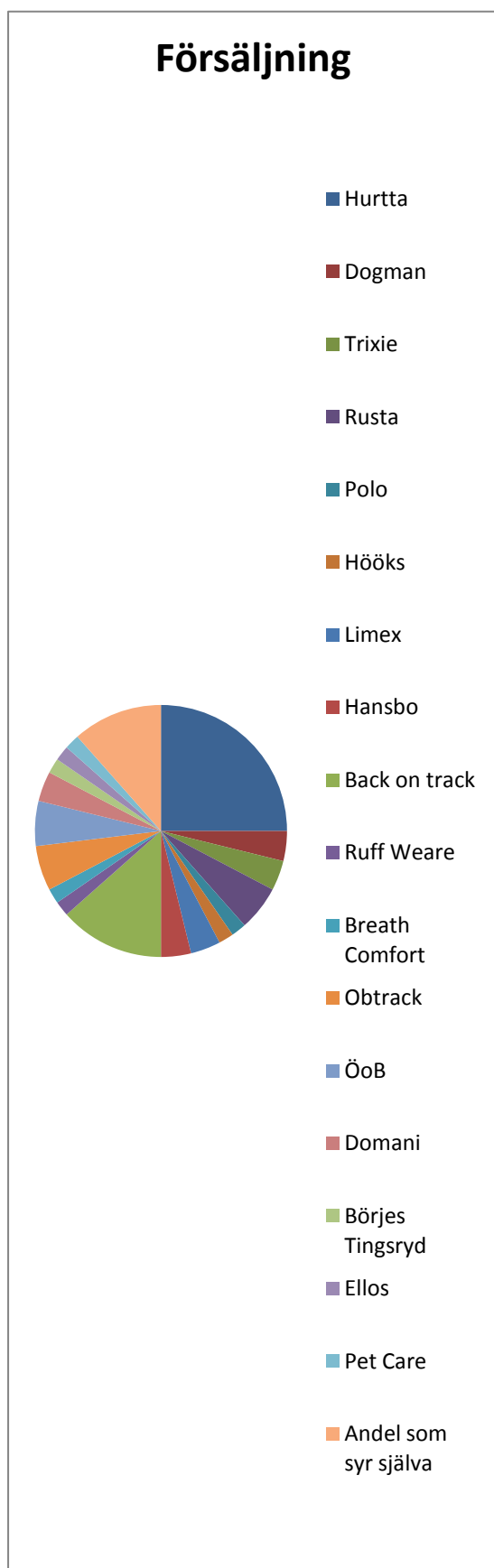
Vilken typ av hundkläder?

Typer av hundkläder som nämnts i enkäten är: Vintertäcke, overall av fleece, tröja, regntäcke, tasskydd, hemmasytt täcke, galontäcke, reflexväst, neopreneväst, ulltäcke.

I vilken prisklass köper du kläder till din hund?



Vilket märke/märken köper du?



I vilken affär köper du?

De allra flesta köper sina hundkläder från lokala butiker i den ort som de befinner sig eller hos någon av de stora kedjorna för hundartiklar. Det är många som har skrivit att de beställer varor från nätet. De som har skrivit att de har handlat på nätet har bara i vissa fall uppgivit från vilket företag på nätet.

Lokala butiker

Butikskedjor: MyOne, Hööks, ÖoB, Rusta, Granngården, Börjes Tingsryd, Arken Zoo.

Internetbutiker: www.haromi.se, www.backontracks.hop.se, www.huverods.com, www.teba.se,

Övriga inköpsställen: Mässor, utställningar, tradera, hälsobutiker för hund.

Varför klär du din hund?

Alla som svarade att de använde någon form av klädesplagg angav också att de gjorde det för att hunden inte skulle bli kall och kylas ner.

Motiveringarna till att hundarna inte fick bli kalla var lite olika. En del använde kläder på sina hundar kort och gott för att de annars fryser. En del hundar fick ha täcke i samband med att de skulle träna eller var klara med träningen för att skydda musklerna mot kyla och i ett vidare perspektiv också skador. En del ägare hade hundar som hade någon form av sjukdom i botten så som exempelvis diskbrock som blev sämre om inte hunden fick ha något varmt på sig. En del upplevde att deras hundar inte gillade att bli våta eller få snöklumpar i pälsen. En ägare angav att hon klädde på sin ena hund ett regntäcke när det ösregnade för att den inte skulle blöta ner inomhus efter promenaden.

I vilka väder klär du din hund?

De flesta anger att temperaturen är under noll alternativt att det regnar ute. De ägarna som har täcke i anslutning till träning använder det även vid varmare temperaturer.

Hur ofta tvättar du hundkläderna?

Svaren på frågan är sällan eller aldrig. En del svarade vid behov men att det oftast inte blev mer än en till två gånger per säsong.

Har du olika kläder beroende på årstid? Vilka?

Det var lika många som använde samma täcke oavsett säsong som de som hade olika att byta med beroende på temperatur och väderlek.

Om du inte klär din hund, varför har du valt att inte göra det?

Det var två som svarade att de inte använde någon typ av plagg på sin hund. Orsaken som de uppgav var att deras hundar hade såpass tjock päls att det aldrig krävdes.

Känner du att du skulle vilja klä din hund?

Av de två som uppgav att de ej klädde sina hundar svarade den ena att den inte heller kan tänka sig att

göra det. Den andra svarade att om det fanns ett ofodrat reflextäcke för stora hundar av typ Grand Dandios skulle denne tänka sig att använda det.

Vad anser du om de hundkläderna som finns på marknaden?

"Täcken och overaller är bra och praktiska, men resten tycker jag är ganska onödigt. Förstår inte vitsen att sätta på hunden en klänning eller morgonrock"

"Tycker att de plagg som bara är "bling-bling" bara är skit och jag tycker faktiskt synd om de hundarna som tvingas i de kläderna bara för att det är "snyggt". Finns jättebra alternativ, storlekar, design osv. för praktisk användning. Lite dåligt med taxmodeller dock fortfarande även om det har blivit bättre. Tycker även att det finns dåligt med bra täcken för större hundar. Det är mest fokuserat på små hundar. Men det har också blivit bättre. Att hitta ett täcke som sitter perfekt för min (stora) schäfer är inte lätt.

"Ok, faktiskt"

"Lite tråkigt sortiment och många är dyra... Vissa riktigt varma täcken hade behövts i större storlekar också..."

Har du någon gång upplevt störningsmoment på de plagg som finns på marknaden?

Här kommer ett utdrag av vad enkäten gav för svar på frågorna.

"Inte hittat bra storlekar alla gånger varken till taxen eller schäfern. Schäfern är bred framtill och lång i ryggen, större än andra schäfrar. Taxen är ju som taxen är och lång men lite bred framtill osv."

"Ja, vissa bra täcken saknar reflexer. Har fått sy om bensnören några gånger pga. konstig placering."

"Nja, funderar på hur vissa märken tänker när de gör sina storlekar. Så sent som idag letade jag efter en overall till cockern, ett märke hade storleken 35, 38 och 45 (!) 38 var lite för litet medan 45 var alldeles för stort, vad hände med att ha storlekar i 5 cm intervall? Blev ett annat märke i alla fall.. Sen är det svårt att hitta bra grejor till hundar som är stora men inte feta, min riesen är stor (både på höjden och längden) men han är inte särskilt grov, därför blir allt som är tillräckligt långt alldeles för stort och får sys om."

"Skulle väl vara bensnörerna då, eller kragen. Avtagbar krage skulle kanske kunna vara något?"

"Två plagg gick sönder vid användandet"

"Jag har fått sy in magplattan då den blir för lång så han kissar på den. Har även stött på att vissa täcken kan vara trånga över bogen även om längden på täcket varit bra och tvärtom."

"Ja, kardborreband som fastnar i pälsen är irriterande. Och för mig som har tikan tycker jag oftast att magplattan är för kort, eller att kardborrebandet sitter för långt fram. Jag förstår ju att det är för hanarna inte ska kissa på den men det irriterar mig ändå."

"Ja, det finns alldeles för mycket bjäfs och bling-bling.."

Vilka förbättringar anser du bör göras?

"Svårt att hitta billiga bra valptäcken. De växer ur så fort att det inte är värt att köpa de dyra chihuahuatäckerna."

"Hanhundsanpassade overaller."

"Fler täcken i större storlekar. Inte bara småhundar fryser. Avtagbar krage, sen vill jag att fler täcken går längre ner på benen och längre bak för att ge bättre skydd åt hundar med t.ex. artros. Fler varianter på foder, päls osv. Snyggare täcken även till stora hundar."

"Att hundar ser olika ut i kroppen och bara för att hunden har lång rygg behöver den inte vara bred över bogen och tvärtom."

"Ibland är det svårt att hitta bra täcken till små hundar, de blir ofta för stora i halshålet så att de har svårt att röra sig ordentligt."

"De borde göras så flexibla som möjligt (möjlighet att ta in/expandera) eftersom raserna är av så olika kroppsbyggnad även om de har samma mått från nacke till svansrot. De ska tåla tvätt utan att krympa, de ska ha reflextrådar eller liknande inbyggda. Skulle gärna se ett dubbeltäcke som från början är avsett för sig eller ihop, beroende på vädret och vad man ska göra (mycket stilla, vänta eller mer i rörelse osv.) Helst ska de även fungera väl ihop med sele."

"Förbättra passformen för olika hundtyper och högre funktionsgrad på regntäcken. Fler reflexer."

6. Diskussion

Förstudien har handlat om att ”Ska My One vidareutveckla sitt varumärke POOCH?” Här kommer vi diskutera vilka möjligheter och risker som vi har sett under förstudiens gång.

6.1 Risker

Vi ser en viss risk att My One AB kommer att skapa en konkurrens mellan produkterna de har i sortimentet. Vi menar med det resonemanget att My One AB eventuellt kommer att ha kvar samma kundgrupp som tidigare. De handlar lika mycket varor som de gör i nuläget men att de i stället till viss del köper produkter av My Ones eget märke i stället för de externa varumärkena som de handlar av i dagsläget. Det gör att vinsten inte kommer att öka särskilt mycket eftersom det kostar pengar att utveckla och hålla ett varumärke aktuellt och modernt. Därför anser vi att det kan vara en fördel för My One AB att satsa på marknadskommunikation vid lansering av den nya kollektionen för att få in fler kunder till butikerna och till sin webbshop.

6.1.1 Marknadskommunikation

Metoder som My One skulle kunna använda sig av för att nå ut till nya och befintliga kunder är till exempel annonskampanjer i de hundtidningar som finns på marknaden. Passande facktidningar skulle kunna vara Svenska Brukshundsklubbens tidning ”Brukshunden”⁶³, Svenska Kennelklubbens tidning ”Hundsport”⁶⁴ samt den fristående tidningen ”Härliga Hund”⁶⁵. De här tidskrifterna ser vi som bra alternativ eftersom de vänder sig till en målgrupp som är aktiva med sina hundar i olika sammanhang. Enligt enkäten var det främst de som var aktiva med sina hundar som efterfrågade den typen av täcken som My One vill börja producera.

Andra typer av kommunikation skulle kunna ske med hjälp av gatupratörer och affischer utanför butikerna för att göra det nya märket synligt. Ett annat sätt skulle kunna vara att sponsra utställningar och tävlingar som brukshundklubben håller i så som lydnad, spår och agility. Sponsringen skulle kunna gå till på så sätt att förstapristagaren får ett täcke av märket Pooch och att man även passar på att dela ut broschyrer om täcket till tävlingens övriga deltagare.

⁶³ <http://www.brukshunden.se/?c=startsidan&i=startsidan> 2010-03-18 kl, 10:58

⁶⁴ <http://www.hundsport.se/> 2010-03-18 kl, 10:59

⁶⁵ <http://www.lrfmedia.se/?HarligaHund> 2010-03-18 kl, 11:01

6.2 Möjligheter

Genom informationssökning på nätet och kontakt med företag som har liknande produkter i sitt sortiment har vi fått fram ett marknadspositioneringsdiagram som visar på företagets position på marknaden i jämförelse med varandra. På det ena diagrammet prisläge och antal butiken och på det andra har vi pris och kvalité. Det visade sig att det fanns ett hål i marknaden när det gäller hög kvalité till bästa pris och det är det hålet på marknaden som My One ska fylla med den nya kollektionen.

6.3 Enkät

Genom enkäten har vi fått fram matnyttig information kring vad aktiva hundägare föredrar och efterfrågar samt deras åsikter kring befintliga produkter. De människor som har valt att svara har gett utförlig information om sina åsikter men det innebär även att de är en viss typ av människor som endast tillhör en viss del av hela marknaden.

7. Källförteckning

Webbsidor:

<http://www.allabolag.se/55649872032010-02-02> kl: 13:35
<http://www.myone.se/2010-02-02> kl: 13:43
Uppsala Nya Tidning "Pälsa på din hund" http://www2.unt.se/pages/1,1826,MC=46-AV_ID=986211,00.html?from=puff 2010-03-18 12:11
<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article6374900.ab>
<http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf> 2010-03-12 12:10
http://www.skk.se/pdf/press/p2004/statistikred_raser.pdf 2010-03-12 11:58
<http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf> 2010-03-12 12:20
<http://www.manimalis.se/uploads/kap-3-antal-sallskapsdjur-2004.pdf> 2010-03-12 12:37
http://www.svd.se/nyheter/idagsidan/samhalle/djuren-har-blivit-vara-barn_279217.svd 2010-03-10 12:37
"Minimalisrapporten 2009" <http://manimalis.se/uploads/4a2381578ca814a2381578d250.pdf>
"Vi lägger miljarder på våra husdjur"
http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/prylar-pengar-vad-kostar-ett-husdjur_3542255.svd 2010-03-10 12:30
www.allabolag.se 2010-03-06 14:45
<http://www.brukshunden.se/?c=startsidan&i=startsidan> 2010-03-18 kl, 10:58
<http://www.hundsport.se/> 2010-03-18 kl, 10:59
<http://www.lrfmedia.se/?HarligaHund> 2010-03-18 kl, 11:01

Litteratur:

Marknadsplanen, praktisk handledning för marknadsplanerare. Life Andberg & Bengt Eliasson, Liber ekonomi 1997.

Affärsplanen, praktisk handledning för affärsplanerare. Eliasson & Kolár, Liber 2006 sida 45

Mail:

Granngården Gisela Lindberg 2010-03-12 15:15,
Fyrfota 2010-02-17 21:58,
Arken Zoo Lars Bergkvist 2010-02-11 08:09,
My One Jennie Schollin 2010-03-15 12:18
Mail Jennie Schollin 2010-03-15 12:18

Bilder:

Bild 1

MyOne <http://www.myone.se/sida3.html> 2010-03-10 11:05
Ekohallen <http://www.bergendahlsgruppen.se/butiker/eko> 2010-03-10 11:09
Börjes Tingsryd <http://www.borjes-tingsryd.se/> 2010-03-10 11:15
Hööks <http://www.hooks.se/assets/ContentPages/butik/butiker.aspx?deptid=91> 2010-03-10 11:35
Arken Zoo <http://www.arkenzoo.se/default.asp?sid=112> 2010-03-10 11:48
Rusta http://www.rusta.se/varuhus___oppettider_s60.html 2010-03-10 11:55
Granngården
<http://www.granngarden.se/aciro/Websidor/visaSida.asp?idnr=5ak5JNDAHEIKLFzSUs7MU7BRhFUVLhASDf5aUt9CS8hLZEA3iGiT9HmfWKCH> 2010-03-10 11:59
ÖoB <http://www.öob.se/varuhus.2.html> 2010-03-10 12:18

Bild 2

Dogman <http://www.dogman.se/> 2010-03-10 12:30

Obtrack <http://www.obtrack.com/sv/index.html> 2010-03-10 12:43

Hurrta <http://www.hurttacollection.com/startsidan> 2010-03-10 12:50

Limex <http://www.limex.se/> 2010-03-10 13:10

Hansbo <http://www.hansbosport.se/HansboB2B/TradePoint/B2C/default.aspx> 2010-03-10 13:20

Puppia <http://puppia.se/> 2010-03-10 13:27

Ruffweare <http://www.ruffwear.com/> 2010-03-10 13:38

Backontrack <http://www.backontrack-global.com/se/> 2010-03-10 13:46

Bild 3

http://www.borjes-tingsryd.se/servlet/us_pyra?wts.PAGE=h_ix3.htm&wts.ACTION=loginguest&p=k 2010-02-10 14:05

http://www.borjes-tingsryd.se/servlet/us_pyra?wts.PAGE=h_ix3.htm&wts.ACTION=loginguest&p=k 2010-02-10 14:10

<http://www.hooks.se/deptlist.aspx?deptid=196> 2010-02-10 14:30

<http://www.divinedog.se/default.aspx> 2010-02-12 11:55

<http://www.divinedog.se/default.aspx> 2010-02-12 12:15

<http://www.backontrackshop.se/product.asp?product=73> 2010-02-12 18:00

<http://www.trollhattanshundvard.se/> 2010-02-12 18:10

<http://shop.textalk.se/se/article.php?id=6294&art=1024361> 2010-02-13 09:45

Butik Granngården

Butik ÖoB



TEXTILHÖGSKOLAN
HÖGSKOLAN I BORÅS

Besöksadress: Bryggaregatan 17 □ Postadress: 501 90 Borås □ Hemsida:
www.textilhogskolan.se

