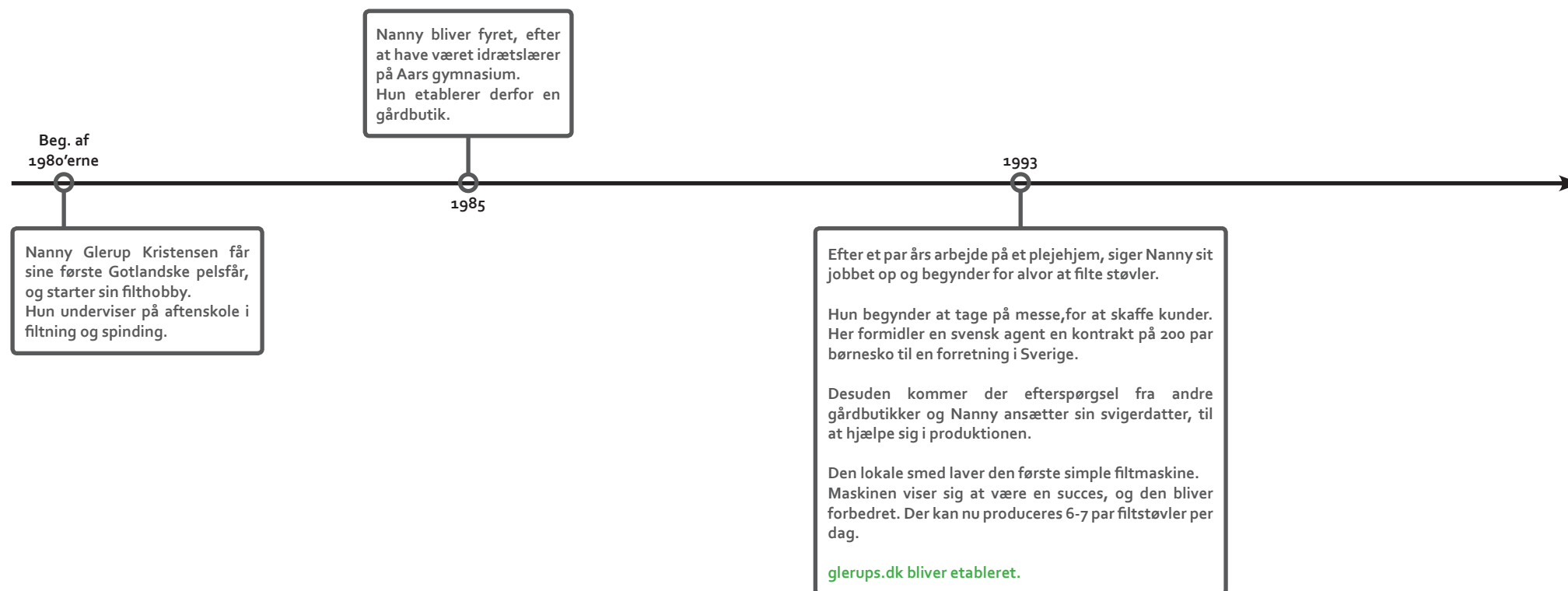
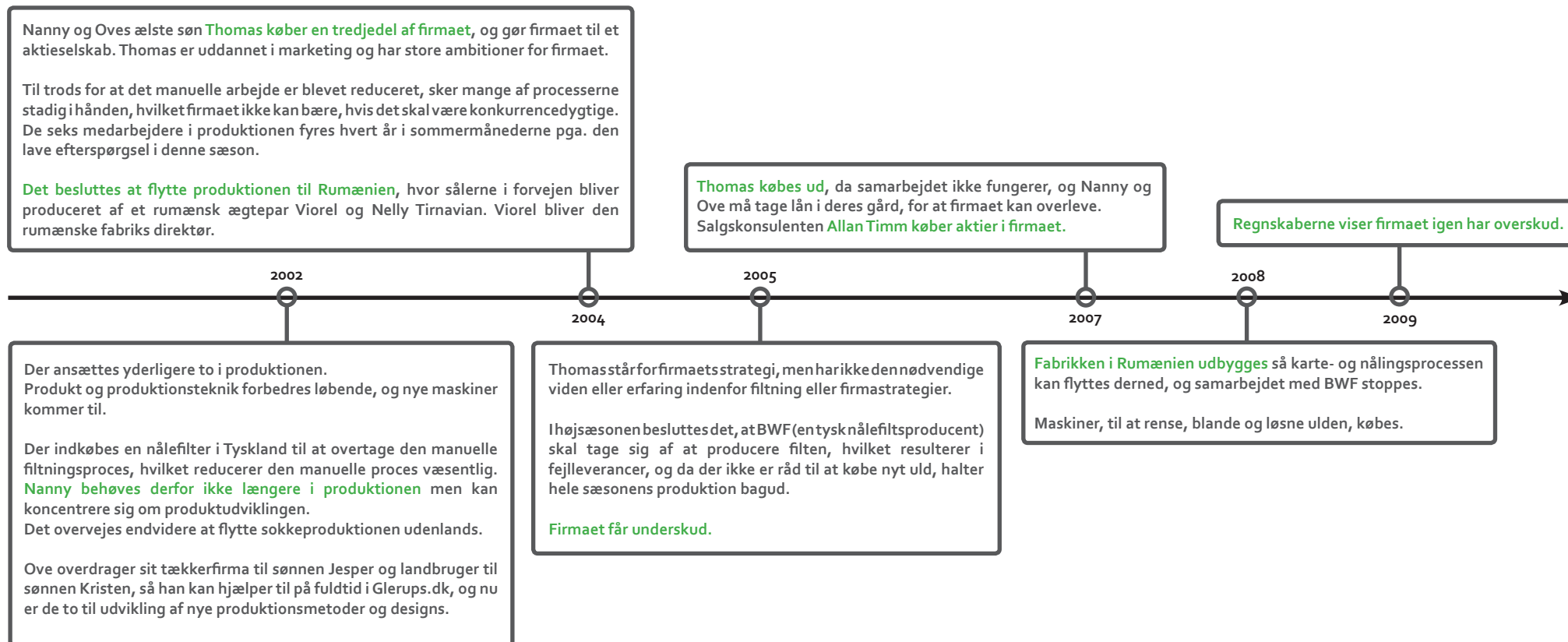




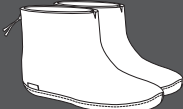





# APPENDIKS

# APPENDIKS 01 - GLERUPS' TIDSLINJE














# APPENDIKS 02 - SORTIMENTSOVERSIGT 2010

	A	B	C	CP	AA	D	DP	E
	 str. 35-51	 str. 35-51	 str. 35-51	 str. 35-49	 str. 20-34	 str. 19-34	 str. 19-34	 str. S,M,L
01 Grå	●	●	●	●			●	
02 Koksgrå	●	●	●	●			●	
03 Råhvid	●	●	●		●	●		●
04 Naturbrun	●	●	●					●
07 Pink	●	●	●			●		
08 Rød	●	●	●		●	●		
09 Grøn	●	●						
10 Aubergine	●	●						
22 Orange	●	●						
ECO ECO - Grå	●	●	●		●	●		
01-02 Grå/Koksgrå						●		
02-01 Koksgrå/Grå						●		
04-03 Naturbrun/Råhvid						●		
07-22 Pink/Orange	●	●	●			●		
11-18 Blå/Tyrkis	●	●	●		●	●		
18-11 Tyrkis/Blå	●	●	●		●	●		
03-03 Råhvid m. blonde								●
04-04 Naturbrun m. blonde								●



# APPENDIKS 03 - SORTIMENTSOVERSIGT 2011

	A og AG	B og BG	C	CP	G	AA	D	DP	E og EB
	 str. 35-51 A AG	 str. 35-51 B BG	 str. 35-51	 str. 35-49	 str. 35-47	 str. 20-34	 str. 19-34	 str. 19-34	 str. S,M,L E EB
01	Grå	● ●	●	●	●	●	●	●	● ●
02	Koksgrå	● ●	● ●	●	●	●	●	●	● ●
03	Råhvid								● ●
04	Naturbrun	●	●			●	●		● ●
05	Lilla/purple	●	●			●	●		● ●
06	Petrol	●	●			●	●		● ●
07	Pink	●	●			●	●		● ●
08	Rød	●	●			●	●		● ●
22	Orange	●	●						● ●

H og HB	F
str. S,M,L	str. 19-46
H HB	
	●
	●
● ●	
● ●	

### Sortimentsoversigt 2011

[A, AG, B, BG, C, CP og G]: Voksenmodeller

[AA, D og DP]: Børnemodeler

[E, EB, H og HB]: Babymodeller

[F]: Filtsålerne fås kun i hver tredje str.

AG, BG og G er nye modeller i sortimentet, hvor AG og BG er henholdsvis en sko og tøffel med en naturgummisål, og G er en ny modelvariation; en ankelstøvle.

Babysko E og babyhue HB er blevet splittet op i modellerne E og EB samt H og HB, i stedet for at anvende dobbeltkode i farveangivelsen. EB og HB er henholdsvis babysko og - hue med blonde.

Dobbeltfarverne er sammen med grøn og aubergine blevet udfaset. I stedet er purpel og petrol blevet introduceret, som de nye modifarver. Endvidere kan model C kun fås i grå og koksgrå ligesom model CP.

[www.glerups.dk]

	AB	BF	oB
	str. S,M,L	str. S,L	str. S,M,L
oo	Assorteret	●	●
o3	Råhvid		●
o8	Rød		●

### Accessory oversigt 2011

Figurerne sælges i pakker á 25 stk.

Farvesortimentet for blomster er kraftigt reduceret.

[www.glerups.dk]

# APPENDIKS 04: VIRKSOMHEDERNES KVALITETSSPÆND



Kvalitetsspændet for de forskellige firmaer indenfor sko.

Det tyder på, at det er børn og kvinder, som er i fokus indenfor skomodellerne, og mange af dem fås ikke i herrestørrelser.

KVALITET



Kvalitetsspændet for de forskellige firmaer indenfor tøfler.

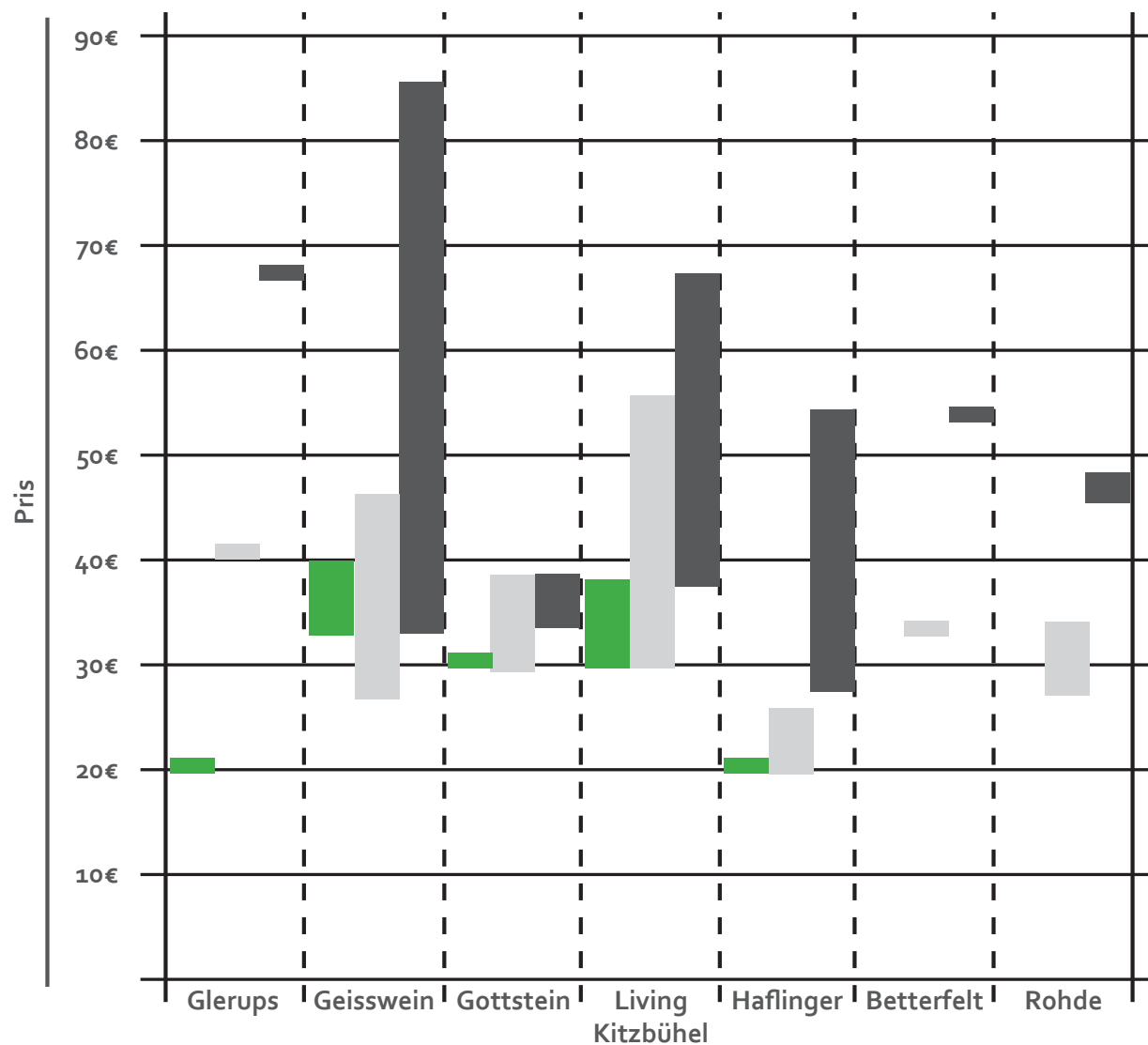
Her findes det største udvalg til mænd, hvilket ses på designet men er også givet ved, at nogle af modellerne kun fås i herrestørrelserne.

KVALITET



Kvalitetsspændet for de forskellige firmaer indenfor støvler.  
Det er igen børn og kvinderne som er i fokus, men udvalget er langt mindre end for sko og tøfler.

## APPENDIKS 05: VIRKSOMHEDERNES PRISSPÆND

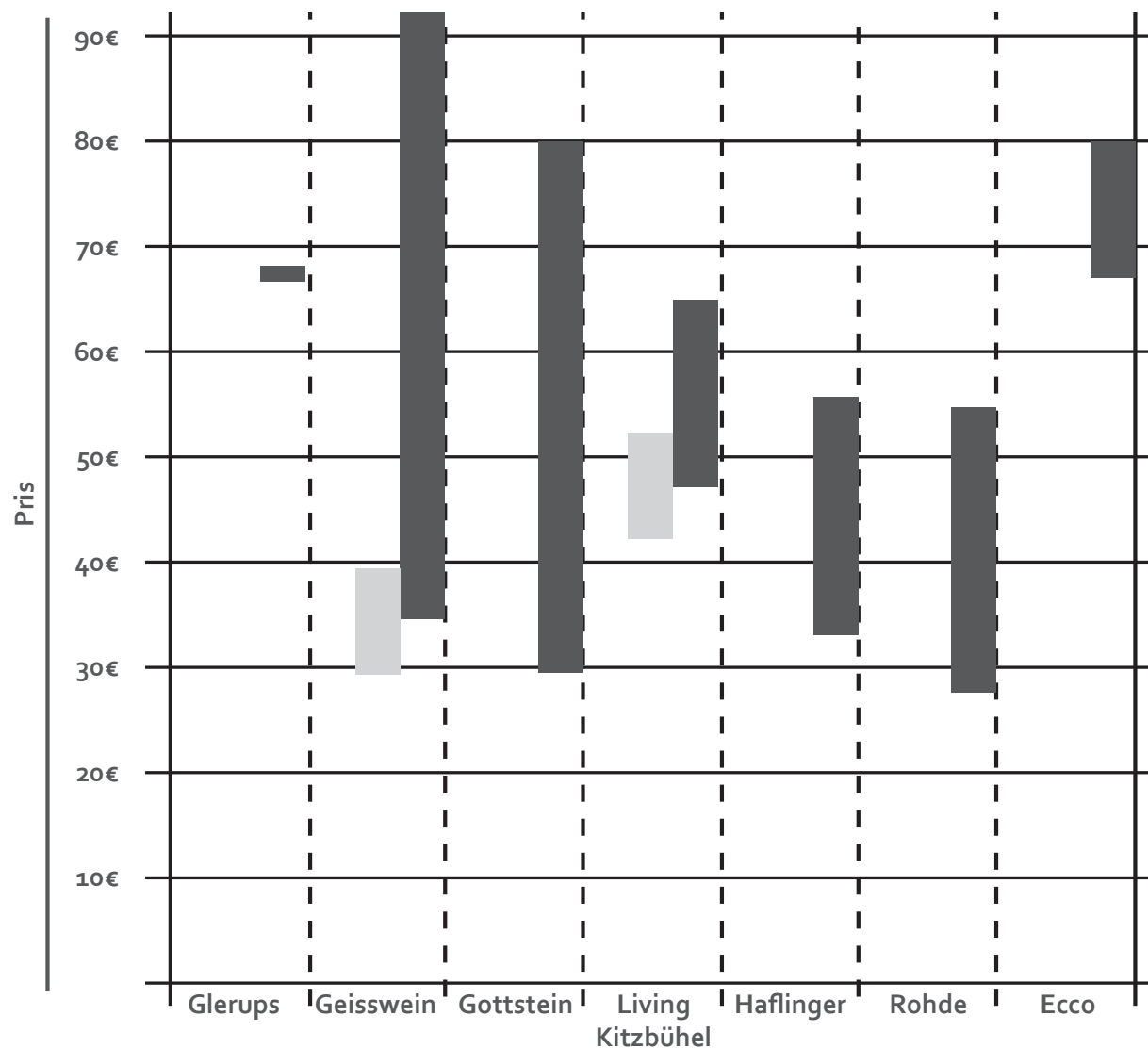


Virksomhedernes prisspænd indenfor sko.

Farvekoderne refererer til størrelsesgrupperne **baby**, **barn** og **voksen**.

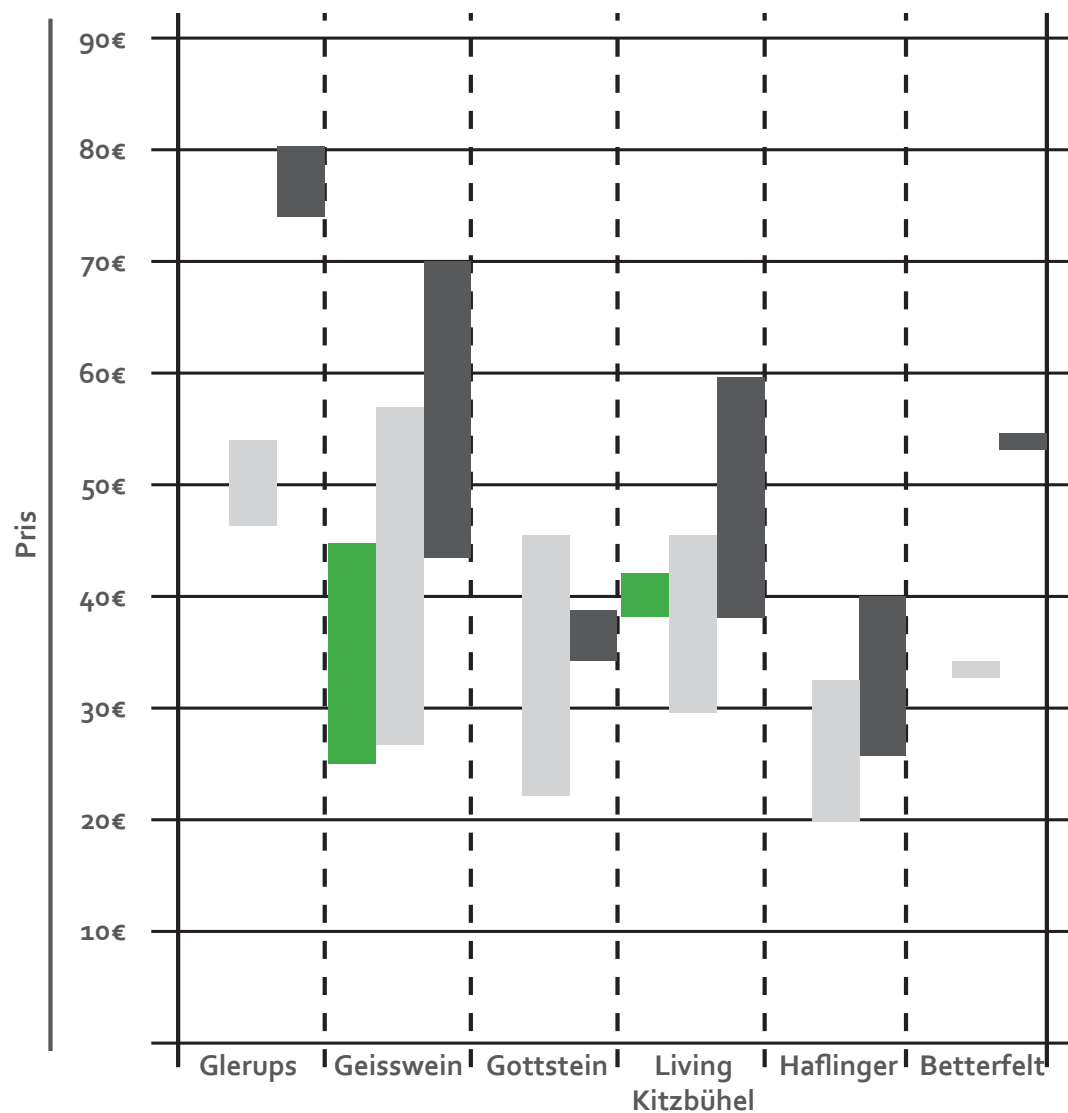
Illustrationen angiver, at voksenmodellerne differter mere i pris og kvalitet end modeller til børn og babyer.

Oftest skyldes en lav differentiering, at der prisdifferentieres flere gange indenfor børnestørrelserne og voksenstørrelserne, hvilket eksempelvis gør sig gældende for Geisswein.



Virksomhedernes prisspænd indenfor tøfler.

Farvekoderne refererer til størrelsesgrupperne baby, barn og voksen.



Virksomhedernes prisspænd indenfor støvler.  
 Farvekoderne refererer til størrelsegrupperne baby, barn og voksen.

# APPENDIKS 06 - HJEMMESKOSPØRGESKEMA

## Sko og hjemmesko

Afslut denne undersøgelse

### 1. Sko og hjemmesko

I forbindelse med mit speciale på AAU indenfor industriel design, er jeg i gang med at undersøge forhold indenfor hjemmesko og hvad de betyder for folk.

I denne forbindelse beder jeg jer om at udfylde nedenstående spørgeskema.

På forhånd tak for besvarelsene.

Mvh.  
Helle Mølgaard  
4MA – Industriel Design  
Aalborg Universitet

#### 1. Generelle oplysninger

	Mand	Kvinde
Køn	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alder	<input type="text"/>	

#### 2. Hvad er det vigtigste for dig, når du køber fodtøj? (sæt i prioriteret rækkefølge)

	Mindst vigtig							Mest vigtig
Komfort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Udseende/designet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkt mærket	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det kan holde faconen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det kan holde til brugen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prisen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At være en del af et fællesskab	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At kunne skille sig ud fra mængden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 3. Har du et par hjemmesko?

Ja

Nej

Hvorfor?

### 4. Hvad skal der til for, at du ville købe et par hjemmesko?

### 5. Hvor bruger du dine hjemmesko?

Hjemme

På arbejde

På besøg (fx hos venner og familie)

Andre steder (angiv venligst)

### 6. Hvordan opfatter du hjemmesko?

Yt

In

Irriterende

Hyggelige

Grimme

Sjove

Noget for små børn og den ældre generation

Flotte

Passer ikke til min livsstil

Komfortable

Andet (angiv venligst)

### 7. Hvilken type hjemmesko vil du vælger?

- Den hyggeligste
- Den mest komfortable
- Den billigste
- Den stilrene
- Andet (angiv venligst)

### 8. Spørgsmål til billede:

Hvilken gruppe tiltaler dig mest?

- 1
- 2
- 3

Hvorfor

### 9. Spørgsmål til billedet:

Hvilken model tiltaler dig mest indenfor gruppe 1,2 og 3

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ændringsforslag til de valgte modeller:

Færdig

### GRUPPE 1 - TØFLER



### GRUPPE 2 - SKO



### GRUPPE 3 - STOVLER



# APPENDIKS 07 - RESULTAT AF HJEMMESKOSPØRGESKEMA

Resultaterne er sorteret efter alder og køn.

## 1) Generelle oplysninger

	16-20år	21-25år	26-30år	31-35år	36-40år	40+år	Ukendt
Mænd D1-6	D1	17					
	D2	19					
	D3		24				
	D4		25				
	D5			26			
	D6				31		
Kvinder D7-32	D7	16					
	D8	16					
	D9		22				
	D10		23				
	D11		23				
	D12		24				
	D13		24				
	D14		25				
	D15		25				
	D16		25				
	D17		25				
	D18		25				
	D19		25				
	D20		25				
	D21			26			
	D22			26			
	D23			26			
	D24			26			
	D25			26			
	D26			26			
D27			26				
D28			26				
D29			28				
D30				32			
D31					37		
D32						55	
Ukendt D33-35	D33			33			
	D34				36		
	D35						x

2) Hvad er det vigtigste for dig, når du køber fodtøj?

Der indsættes en score fra 1-9, hvor 9 er højest

		Komfort	Udseende/ design	Produkt mærket	Det kan holde faconen	Det kan holde til brugen	Prisen	At være en del af fællesskabet	At kunne skille sig ud fra mængden	Andet
Mænd D1-6	D1	9	8	6	4	5	7	2	3	1
	D2	9	7	1	6	8	5	2	3	
	D3		9	7	3	4			5	1
	D4	8	9	5	3	6	7	2	4	1
	D5	9	8	4	7	6	5	1	2	
	D6	9	8	2	7	6	1		3	
Kvinder D7-32	D7	5	9	8	4	6	7	3	2	1
	D8	6	9	8	3	2	5	7	4	1
	D9	8	9	1	4	7	6	5	3	2
	D10	9	8	2	6	7	5	4	3	
	D11	9	5	1	8	7	6	2	4	3
	D12	8	7	4	3	9	6	2	5	1
	D13	8	9	2	5	6	7	1	3	4
	D14	6	9	7	5	4	3	2	8	1
	D15	6	9	5	4	3	7	1	2	8
	D16	7	9	5	6	9	8	1	2	
	D17	8	4	3	6	9	7	2	1	
	D18	8			3	7	4		1	2
	D19				8	9	7	1	4	
	D20	9	8	4	5	6	7	1	2	3
	D21	8	9	5	3	7	6	1	2	
	D22	5	9	2	7	8	6	1	4	
	D23	9	9	6	6	8	7	1	2	
	D24	9	7	3	4	5	6	1	2	
	D25	9	8	1	7	6	5	2	4	3
	D26			6	9	9	8	1	7	
D27	7	9	2	6	8	5	3	4	1	
D28		9	6	8	7	5	3	4		
D29	9	8	3	5	6	7	2	1		
D30	8	9	3	7	6	5	1	4	2	
D31	6	4	3	7	8	9	1	2	5	
D32	5	4	9	8	7	6	1	1	3	
Ukendt D33-35	D33	8	9	4	7	6	5	1	2	3
	D34	9	8	5	6	7	4	2	3	1
	D35	8		7		5	3	1	9	

### 3) Har du et par hjemmesko?

	Ja	Nej	Hvorfor?
Mænd D1-6	D1	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gulvvarme.</li> <li>Fryser ikke mine tæer.</li> <li>Tænker ikke over om jeg fryser om fødderne derhjemme, når jeg ikke er derhjemme.</li> <li>Fodkoldt.</li> <li>For at holde mine fødder varme og fordi det er mere behageligt at gå rundt i.</li> <li>Jeg fryser ikke fødderne.</li> </ul>
	D2	x	
	D3	x	
	D4	x	
	D5	x	
	D6	x	
Kvinder D7-32	D7	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fordi når man er på lejer og fryser, er det lækkert.</li> <li>De er hyggelige.</li> <li>Fordi det ellers er fodkoldt.</li> <li>Fordi jeg kan lide at bruge dem hjemme.</li> <li>For at kunne gå uden strømper derhjemme.</li> <li>Det er dejligt at få luft til fødderne efter at have gået rundt i "udesko" hele dagen. Samtidig undgår jeg at få kolde fødder.</li> <li>Jeg har altid haft hjemmesko, så det er bare naturligt for mig. Og så varmer de også dejligt på en kold dag eller aften. De beskytter også bare fusser og strømper mod småsten og andet.</li> <li>For at holde mine fødder varme.</li> <li>Varme, hygge om vinteren.</li> <li>De var fine og så er det jo altid rart at have.</li> <li>Vi har et koldt gulv.</li> <li>Fordi de er varme.</li> <li>Fordi det er behageligt at gå med nogle hjemmesko, og de varmer.</li> <li>De larmer, når man går i dem - jeg bruger hyggesokker.</li> <li>Jeg har ikke fået det købt endnu, men mangler et par.</li> <li>Ellers fryser jeg mine fødder, de er hyggelige.</li> <li>Til at holde varmen i fødderne når det er koldt.</li> <li>Jeg ønsker mig et par i julegave.</li> <li>For at kunne holde varmen om fødderne - der er lidt fodkoldt i min lejlighed, derfor skal skoene helst have sål.</li> <li>Fordi jeg ellers fryser om fødderne og synes der er mere hygiejnisk end at gå med strømper.</li> <li>For at holde fødderne varme.</li> <li>De er varme.</li> <li>Bruger varme sokker.</li> <li>Intet behov.</li> <li>For ikke at fryse tæerne. Vores gulv er meget koldt.</li> <li>Det er rart især om vinteren, når det er koldt, så kan man holde varme i fødderne.</li> </ul>
	D8	x	
	D9	x	
	D10	x	
	D11	x	
	D12	x	
	D13	x	
	D14	x	
	D15	x	
	D16	x	
	D17	x	
	D18	x	
	D19	x	
	D20	x	
	D21	x	
	D22	x	
	D23	x	
	D24	x	
	D25	x	
	D26	x	
	D27	x	
	D28	x	
	D29	x	
	D30	x	
D31	x		
D32	x		
Ukendt D33-35	D33	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>De er rare at have på, hvis der er lidt fodkoldt.</li> <li>For at holde varmen i den kolde tid.</li> <li>Holder varmen.</li> </ul>
	D34	x	
	D35	x	

4) Hvad skal der til for, at du ville købe et par hjemmesko?

Mænd D1-6	D1	• Sorry to say, men når der kommer en istid.
	D2	• Jeg begynder at fryse mine tæer.
	D3	• Mere viden, bedre markedsføring og mere appellerende design.
	D4	• De skal være varme, lette at tage af og på, være smarte på den hjemmehyggelige måde.
	D5	• Jeg har et par, så de skal gå i stykker ellers skulle det være til mine gæster.
	D6	
Kvinder D7-32	D7	• At de er flotte, og jeg mangler et par.
	D8	• De er søde, bløde og hyggelige.
	D9	• De gamle går i stykker.
	D10	• Dem, som jeg før havde, brød.
	D11	• Jeg får hjemmestrikket.
	D12	• Mine andre blev slidt op.
	D13	• At de gamle er slidte.
	D14	• At de er bløde og varme.
	D15	• Meget.
	D16	• De skal være pæne og ikke alt for dyre, da jeg ikke bruger dem så tit.
	D17	• Koldt gulv.
	D18	• At mine gamle gik i stykker.
	D19	• Jeg har altid et eller flere par.
	D20	• De skal være lige så behagelige, bløde, lydløse og billige som sokker.
	D21	• En rimelig pris og dække mit behov (varme fødder og hård bund).
	D22	
D23	• Hvis jeg fryser fødderne, må jeg ejet et par hjemmesko.	
D24	• Penge.	
D25	• At de har sål og ikke koster mere end et par udendørssko.	
D26		
D27	• De skal være smarte og ikke ligne sådan en bedstemorsko.	
D28	• De skal være behagelige og billige.	
D29	• Et nyt hus.	
D30		
D31	• De skal være behagelige og billige.	
D32	• De gamle er slidt op.	
Ukendt D33-35	D33	
	D34	• Jeg skal falde over dem, jeg ikke kan leve uden.
	D35	• At jeg mangler dem.

5) Hvor bruger du dine hjemmesko?

		Hjemme	På arbejde	På besøg	Andre steder	
Mænd D1-6	D1	x				
	D2					
	D3					
	D4	x			x	• Lånehjemmesko til familie.
	D5	x				
	D6					
Kvinder D7-32	D7	x		x	x	• Lejr.
	D8	x			x	• Kun hjemme og hos mormor.
	D9	x		x		
	D10	x				
	D11	x		x	x	• På studiet.
	D12	x		x		
	D13	x		x		
	D14	x			x	• Sommerhus.
	D15	x		x		
	D16	x				
	D17	x				
	D18	x				
	D19	x		x		
	D20	x				
	D21	x				
	D22	x		x		
D23	x					
D24	x					
D25	x		x			
D26	x		x	x	• Ferier.	
D27	x					
D28	x					
D29						
D30						
D31	x	x				
D32	x		x			
Ukendt D33-35	D33	x				
	D34	x				
	D35	x				

6) Hvordan opfatter du hjemmesko?

	Yt	Irriterende	Grimme	Noget for små børn og den ældre generation	Passer ikke til min livsstil	In	Hyggelige	Sjove	Flotte	Komfortable	Andet	
Mænd D1-6	D1				x						x	• Intet behov.
	D2				x							
	D3			x			x			x		
	D4						x	x				
	D5						x					
	D6			x	x	x						
Kvinder D7-32	D7						x		x			• Ikke varme nok.
	D8			x		x	x			x		
	D9						x			x		
	D10						x			x		
	D11						x			x		
	D12						x	x		x		
	D13			x			x			x		
	D14						x			x		
	D15						x			x		
	D16						x			x		
	D17						x			x		
	D18						x	x		x		
	D19				x		x			x		
	D20											
	D21						x			x		
	D22				x		x	x	x	x		
D23						x						
D24						x			x			
D25		x				x	x		x			
D26		x				x			x			
D27									x			
D28									x			
D29										x		
D30							x					
D31							x		x			
D32										x		
Ukendt D33-35	D33						x	x				• Det er rart at kunne skifte og så lige få hjemmesko på, når man kommer hjem, og fødderne er ømme.
	D34						x					
	D35						x	x		x		

7) Hvilken type hjemmesko vil du vælger?

		Den hyggeligste	Den mest komfortable	Den billigste	Den stilrene	Andet
Mænd D1-6	D1		x			x
	D2		x			
	D3				x	
	D4	x				
	D5		x			
	D6		x			
Kvinder D7-32	D7	x				
	D8	x				
	D9		x			
	D10		x			
	D11		x			
	D12		x			
	D13			x		
	D14		x			
	D15	x				
	D16	x				
	D17		x			
	D18		x			
	D19	x				
	D20		x			
	D21	x				
	D22					x
	D23					x
	D24	x				
	D25	x				
	D26		x			
D27				x		
D28		x				
D29					x	
D30	x					
D31			x			
D32		x				
Ukendt D33-35	D33	x				
	D34	x				
	D35		x			

- Jeg har mange forskellige.
- Den varmeste.
- Den varmeste.

8) Spørgsmål til billede:  
Hvilken gruppe tiltaler dig mest?

		1 Tøffel	2 Sko	3 Støvle	Hvorfor?
Mænd D1-6	D1	x			<ul style="list-style-type: none"> <li>Ser mest komfortable ud samt moderne.</li> <li>De andre tiltaler mig ikke.</li> </ul>
	D2		x		
	D3	x			
	D4	x			
	D5	x			
	D6		x		
Kvinder D7-32	D7			x	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flottere tror jeg og passer bedst til min alder.</li> <li>Der er de mindst grimme.</li> <li>For di de ser mest hyggelige ud.</li> <li>Gruppe 3 er HJEMMESKO - hyggelige, søde og bløde.</li> <li>De ser varmest ud.</li> <li>For di dem i gruppe 1 ikke altid er komfortable og dem i gruppe 3 måske er for tykke.</li> <li>De er hurtige at komme i.</li> <li>De skal sidde fast på foden uden at være for store og klodsede.</li> <li>De er mest behagelige, de andre er for "morfar". Men ville nok ikke vælge nogle af dem.</li> <li>Ligner dem jeg plejer at bruge.</li> <li>Synes bare støvler er mere hyggelige.</li> <li>Gruppe 1 for gamle og gruppe 3 for børn.</li> <li>For di de er rare at gå med, nemme at få på og jeg har tøfler i forvejen.</li> <li>Kan godt lide, at de ikke falder af, hvis man lige løfter benene.</li> <li>De ser blødest ud.</li> <li>De virker til at passe min alder (nogen af dem). Billede nummer 1 er mere morfar-agtige.</li> <li>Synes ikke de forskellige grupper er så forskellige, men formerne i gruppe 1 er de flotteste.</li> <li>Mere ungt udtryk.</li> <li>For di at hjemmesko varmer mest, når de går op om anklerne, og de skal være bløde og rare at have på.</li> <li>Skoene skal sidde fast på foden, uden dog at dække det halve ben.</li> <li>For di de er nemme at hoppe i, og i form minder de om dem, jeg har: H2O-klipklappere.</li> <li>De passer min stil bedst og er den kategori, der ser mindst bedstemor/far-agtig ud.</li> <li>De ser varmest ud.</li> <li>De ser varmest ud.</li> <li>Nemme at komme i og ud af. Luftige og lette så fødderne ikke koger over.</li> <li>Min størrelse.</li> </ul>
	D8			x	
	D9			x	
	D10		x		
	D11		x		
	D12	x			
	D13		x		
	D14			x	
	D15			x	
	D16			x	
	D17		x		
	D18	x			
	D19		x		
	D20			x	
	D21			x	
	D22	x			
	D23			x	
	D24			x	
	D25		x		
	D26	x			
	D27		x		
	D28			x	
D29			x		
D30			x		
D31	x				
D32	x				
Ukendt D33-35	D33	x			<ul style="list-style-type: none"> <li>Jeg kan godt lide, at de er lige til at stikke fødderne i.</li> <li>De ser behagelige ud. Virker mere "sokke"-agtige end sko-agtige.</li> <li>Nemme at få på.</li> </ul>
	D34			x	
	D35	x			

9) Spørgsmål til billedet:

Hvilken model tiltaler dig mest indenfor gruppe 1,2 og 3

		1 Tøffel	2 Sko	3 Støvle	Ændringsforslag til de valgte modeller:
Mænd D1-6	D1	B	B	D	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Er mindre piget.</li> <li>• Synes generelt ikke hjemmesko appellerer til mig. Linjeføringen og de forskellige detaljer på størstedelen af hjemmeskoene signalerer hverken modernitet eller nostalgi på en tiltalende måde.</li> <li>• Kontrastfarver til det grå, som kunne gøre skoene lidt mere friske, men samtidig hyggelige.</li> </ul>
	D2	O	J	D	
	D3	D	M	E	
	D4	Q	I	E	
	D5	J	E	D	
	D6	L	K	-	
Kvinder D7-32	D7	M	D	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C3 ville være god nok uden den tykke del i toppen (E3 stil).</li> <li>• Jeg er mest til de billige kanvas-sutsko fra brugsen. De er komfortable, har en god sål og kan vaskes.</li> <li>• 1M: ligner en som let vil falde af foden. 2F: sålen er ret grim. 3C: Den ville være bedre uden mønster, måske være mere "fluffy" - den ser ikke blød nok ud.</li> <li>• Kan godt lide kombinationen af filt og strik.</li> <li>• E2: syningen kunne være mindre synlig.</li> <li>• Ud med sålen og uldlooket (det kradser, og jeg har ofte bare ben hjemme - og om vinteren fordi kæresten skruer mere op for varmen, end jeg ville foretrække)</li> <li>• Hvis hjemmeskoene kunne laves uden en grov sål, men i et blødt materiale ligesom børnehjemmesko.</li> <li>• Klip-klappere fra Adidas, Patrick eller H2O.</li> <li>• En mere solid sål, der kan tåle, hvis man lige hurtig skal ud med skraldespanden.</li> <li>• Blød sål.</li> <li>• Måske lidt mere foret.</li> </ul>
	D8	J	I	A	
	D9	M	M	C	
	D10	P	H	C	
	D11	P	H	E	
	D12	D	H	F	
	D13	P	H	F	
	D14	M	F	C	
	D15	D	D	D	
	D16	H	D	D	
	D17	-	G	-	
	D18	P	E	D	
	D19	A	I	D	
	D20	G	L	F	
	D21	Q	J	D	
	D22	P	-	-	
	D23	-	-	E	
	D24	H	I	D	
	D25	D	C	E	
	D26	Q	E	C	
D27	P	I	E		
D28	-	-	E		
D29	Q	I	D		
D30	P	D	E		
D31	Q	E	D		
D32	D	-	-		
Ukendt D33-35	D33	M	B	F	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nogle mønstre.</li> </ul>
	D34	M	L	F	
	D35	P	-	-	

## APPENDIKS 08 - YNDLINGSSKO OG HJEMMESKO



Amaia



Rikke



Tanja



Sarah - A



Sarah - B

	Amaia	Rikke	Tanja	Sarah - A	Sarah - B
Hvorfor er det dine favoritsko?	Fordi de er meget komfortable, de ser godt ud, og de har holdt i mere end 2½ år.	Jeg kan sagtens shoppe rundt en hel dag i dem uden at få ømme fødder, og det tror jeg aldrig jeg har prøvet i et par høje sko/støvler før.	De er flotte, lette at have på og sidder rigtig godt på min fod. De passer til alt slags tøj og til enhver lejlighed.	Jeg købte dem for at have et par sko, jeg kunne træde i uden at skulle bukke mig for meget ned, da jeg vil være højgravid en del af vinteren.	Favorit fordi det altid ser rigtig godt ud, når man har dem på. De fungerer fuldstændigt, som fiks accessorie.
Hvorfor købte du dem?	Fordi jeg kunne lide designet	De er smarte og så sidder de som støbt på min fod - og så kostede de kun 600, hvilket jeg synes, er ret rimeligt for et par lange støvler i læder.	Mine daværende sko var blevet for små, fordi jeg havde puttet en ekstra fodformet sål i dem.	De havde den favorable pris af 100kr, så herre gud, hvis de kun holder denne vinter! Fortryder dog en smule at jeg kun købte et par.	Jeg købte dem, fordi jeg havde brug for nogle pæne støvler, der kunne bruges til hverdag og fest i overgangsperioderne. De har en kilehæl, hvilket jeg normalt ville have valgt fuldstændig fra til fordel for en "rigtig" hæl.
Hvordan føler du dig, når du har dem på?	Fri og adræt	De får mig til at føle mig godt tilpas.	Godt tilpas.	Selvom de er store og kluntede, føler jeg mig ikke helt så kluntet i dem, som i mine sutsko.	Men man går rigtig godt i dem, og gummisålen gør, at man ikke glider rundt.
Hvad vil du gerne ændre ved dem?	At de var vandafvisende		Intet. Men nu er det jo ved at blive koldt, og så måtte de godt være lidt varmere, men så er de jo for varme at gå i til sommer.	Her i starten har jeg brugt dem som sutsko, fordi de sad bedre på fødderne. Til det formål er sålen dog lidt for stiv. Så hvis man kunne få et tilsvarende par med indendørs sål ville jeg være på!	Hvis jeg skulle ændre en enkelt ting, skulle det måske være at gøre skaftet justerbart, så man også kan have knælange kjoler på, uden at det ser ud som om, man kun består af overkrop og støvler.



	Amaia	Rikke	Tanja	Sarah
Hvorfor du købte dem eller er det et par du har fået og hvorfor?	Jeg fik begge par i julegave for et par år siden.	Der er bare SÅ bløde, bliver varme med det samme, når man tager dem på sine kolde fusser. Og så sidder de som de skal, og de er lydløse, når man går rundt i dem, og de koster jo nærmest ingen penge.	De var en gave og jeg ville aldrig have købt dem selv. De sidder ikke fast og de er svære at gå i, fordi de er ved at falde af. De gnider sig også op af hinanden, når jeg går, så jeg skal gå rundt med spredte ben.	Min mors hjemmestrik med gummisål. Jeg fik dem fordi jeg altid fryser. Og er også rigtig glad for dem, og går næsten med dem dagligt.
Hvordan føler du dig, når du har dem på?	A) De er varme, komfortable og hyggelige. Jeg føler mig glad og veltilpas. B) De er ikke så komfortable, fordi de falder af fødderne.		Lidt tumpet, men de varmer da lidt.	De er meget store ude ved foden, og jeg kan godt føle mig lidt kluntet, når jeg har dem på. Tager dem ikke på når jeg har gæster. Så hellere støvlefutterne eller et par rakostørper. Min smerteterskel for et par sutsko ligger omkring 200kr for en voksenudgave, men jeg kan finde fine sutsko til en lavere pris.
Hvad vil du gerne ændre ved dem?	A) De skulle have lidt mere holdbar sål. B) De skulle være lukket bagtil eller være knap så brede.	Jeg hader når hjemmesko kradser, for jeg har næsten altid bare ben hjemme, fordi min kæreste vil have lejligheden varmere end jeg - så jeg skifter til sommertøj, når jeg kommer ind ad døren. Jeg ville dog ønske, de ikke altid var så barnligt mønstrede.	De skal bare udskiftes. Jeg er mere til de sutsko, der sidder helt tæt på foden. De billige bomuldssutsko fra brugsen er de bedste.	Hvis jeg skal ændre noget ved dem jeg har. Måtte de godt sidde mere til foden, da de godt kan have lidt tendens til at smutte rundt. Det er faktisk skønt at sålen er helt blød, så kan man krybe sammen i sofaen eller på en stol uden at skoen er i vejen.

# APPENDIKS 09 - SEKVENSTEKNIK (I SAMARBEJDE MED NANNY GLERUP KRISTENSEN, 06.12.2010)

## 1 - RELEVANT FOKUSERING

- Hvordan sikres de små turer ind og ud?

## 2 - FORSKUDT SÆTNING

- Hvordan undgås det, at slæbe skidt rundt?
- Hvordan bevares hjemmeskoens funktion?
- Hvordan gøres dette med minimum anstrengelse?
- Hvor skal transformationen foregå?

## 3 - ASSOCIATIONSKÆDE

1. Får
2. Uld
3. Varme
4. Fnulder
5. Skidt
6. Vand
7. Sne
8. Stort fodtøj
9. Store fødder
10. Tykt materiale
11. Skum
12. Fasthed
13. Metal
14. Natur
15. Blomst
16. Fiber
17. Bambus
18. Træ
19. Æble
20. Sundhed
21. Løbetur
22. Yoga
23. Pilatesbold
24. Tid
25. Ur
26. Pligter
27. Rejser

## 4 - IDÉSKABELSE

Hvordan undgås det at slæbe skidt rundt?

### 1.-2.

- Skifte fodtøj
- Barber skidt væk
- Non stick overflade
- Klippe uld af
- Vaske skidt af

### 3.

- Brænde skidt af
- Gnide skidt af
- Pakke skoene ind
- Tage sko af
- Tage en del af

### 4.

- Støvsuge
- Materiale – bruge den rigtige uldtype eller anden materiale
- Overfladebehandle
- Lukke inde

### 5.

- Fastholde skidt på skoene

### 6.

- Vaske
- Vandafvisende

### 7.

- Benyttes i frost
- Fordampningseffekt

### 8.-10.

- Flere lag
- Tykke lag
- Meget skidt
- Træde flade – jo mindre berøringsflade desto mindre skidt – minimer kontaktfladen

### 11.

- Isolering
- Coate
- Vaske

### 12.

- Glat overflade
- Elasticitet/uelasticitet
- Stabilitet som sikrer minimal kontaktflade

### 13.

- Beslag
- Gitter

### 14.

- Tilstræbe naturmaterialer
- Tilstræbe naturlige løsninger (vil en ekstra sål eller en transformerende sål blive anvendt eller blive et irritationsmoment?)
- Træsko – limtræ, finér
- Krog ind i
- Skulptur
- Naturlig opbevaring

### 15.

- Dekorativt element

### 16.

- Nælde, hør, silke, uld, bomuld, bambus
- Bånd, tråde
- Elastik
- Hæftningsmetode

### 17.-18.

- Træsko
- Knapper
- Naturlig struktur

### 19.

- Syrebehandling
- Enzym der kan spise skidt på skoene

### 20.

- Åndbar
- Hygiejne
- Udskiftelige dele
- Vaskbare dele
- Tørre af med en klud
- Rensekit - støvsuger

### 21.-23.

- Skoen sidder fast på foden
- Fleksibilitet og bevægelighed
- Skridsikkerhed og friktion

### 24.

- Hurtig proces
- Tidsbesparende
- Hurtig varme
- Må ej være et irritationsmoment
- Anvendelighed

### 25.

- Hele døgnet, året rundt
- Alle steder indendørs

### 26.

- Fri initiativ
- Minimal vedligehold

### 27.

- Uundværlige
- Nemme at pakke/transportere

## 5 - IDÉUDVIKLING

Hvordan sikres de små turer ind og ud?

### 1.-2.

3 Måder:

- a) Tillægs sål/transformer sål
- b) Vaske hjemmeskoene
- c) Skifte sko – klar adskillelse mellem udendørs- og indendørsfodtøj

### 3.

Materialet:

- Skal være så vedligeholdelsesfrit som muligt
- Skal kunne rengøres
- Kan være overfladebehandlet

### 8.-10.

- Ved udendørsbrug, bør sålen have så lille berøringsflade med jorden som mulig
- Ved brug af naturgummisål kan sålen vaskes af

### 14.

- Hvis etisk profil ønskes, bør materialet være naturlige
- Der er mulighed for at undgå farvning

### 24.

Der bør tilstræbes en så ukompliceret løsning, at brugeren ikke irriteres over eksempelvis rengøring eller at skulle transformere skoens sål efter udendørsaktivitet.

### 26.

- Løsningen skal være simpel og logisk i brug
- Eftersom hjemmesko er en vanesag, bør løsningen ikke påvirke brugeren til at fravælge hjemmeskoene

### 27.

Hvis skoens sål skal tilføres et ekstra element skal det altid være ved hånden eller der hvor der skal bruges, uden at det bliver et irritationsmoment.

## 6 - KONKRETISERING

- Tillægs sål til udendørs brug.
- Vaskbar sål eller hjemmesko.
- Kun benytte skoene indendørs, ved at gøre den så sart eller eksklusiv, at brugeren ikke ønsker at gå udenfor med den på.

## APPENDIKS 10 - UNDERSØGELSE AF SYMASKINETEKNOLOGIER

Ciucani, Mec-Val, Strobel, Pfaff og Juki er nogle af de førende symaskineproducenter, og det efterfølgende vil give et indblik i deres sortiment.

### CIUCANI, MEC-VAL OG STROBEL

Ciucani er en italiensk symaskineproducent henvendt primært til skoindustrien, og derfor adskiller deres maskiner sig fra Pfaff og JUKI på følgende områder:

- Symaskiner med kurvede nåle, der gør det nemt at sy folder sammen (XM serien)
- Symaskiner med en flytbar svingarm, hvorved det er muligt at nå fjerne kroge af en sko, eksempelvis spidsen (MC serien)
- Ornamentsting (X serien)
- Kantlimningsmaskine, der kan lime et overstykke fast til bunden af sko (SC31)

Desuden fremstiller de enkeltnåls og dobbeltnåls postbed symaskiner, der lettere syningen af skoens overdele, når den syes i facon.

Symaskinerne er beregnet til at sy i forskellige tykkelser, og er kraftige nok til at sy gennem massive lædersåle eller solide gummisåle. Alt efter model og serienummer, er der variationer af sting.

[[www.ciucani.it](http://www.ciucani.it)]

Mec-Val fremstiller også symaskiner med svingarm (CS serien), men har endvidere maskiner, der kan press skindsålen fast til overdelen, når den er limet (ID og SPV serien), hvor model SPV3 Pro er en vacuum maskine lig de to Glerups i forvejen benytter, på fabrikken i Rumænien.

Strobel har forskellige maskiner der henvender sig både til tøj og pelsindustrien, men fremstiller også specialmaskiner til eksempelvis vådragter og sko. Det er især pelsmaskine fra Strobel, som har interesse, eftersom den kan sy to kanter sammen (illustrationen nedenfor), hvorved overdel og sål ikke skal hæftes først og sammensyning bliver præcis. På Strobels hjemmeside findes en video, som viser hvorledes model 141-23EV syr indersål fast til overstykket. Symaskinens begrænsning er, at materialetykkelse ikke må overstige 7mm [[www.strobel.biz](http://www.strobel.biz)], men Nanny har testet den med tykkere materialer, som alt afhænger af materialets densitet, og hvor meget det kan trykkes sammen [Nanny Glerup Kristensen, 2011].




## PFAFF OG JUKI
















Pfaff er en tysk symaskine producent, der producerer maskiner til blandt andet tekstil-, sko- og bilindustrien. JUKI er det japanske modsvar til Pfaff, og deres udvalg er stort set identiske. Deres sortiment er inddelt efter formål (flatbed, postbed, cylinderbed), materialedensitet (fra lette og fine materialer til kraftige og tunge materialer) samt trådtykkelse, og heriblandt findes der enkelt-nåls eller dobbelt-nåls maskiner. De udbyder også computerstyrede enheder, der kan varetage mønster og præcisionsarbejde, indenfor ornamentering og de mere funktionelle aspekter. Denne teknik benyttes især indenfor ornamentering af fodboldstøvler og andre sportssko.

Symaskinerne udmærker sig ved, at "spændet" af tråden og længden ikke skal ændres, når materialetykkelsen skifter, men det reguleres automatisk hvorved stingene forbliver ens i længde og lige stram under hele syningen. Herved undgås at tråden knækker eller laver fordybninger i materialet, ved eksempelvis overlap. Samtidig bliver stingene ikke slappe, hvis der først syes i dobbelt lag stof, som skifter til enkelt lag stof undervejs. Maskinen skal heller ikke indstilles, når der skal foretages andre processer, hvorved der spares tid.

Illustration nedenfor viser modelserierne, som er beregnet til skoindustrien, grupperet efter formål.

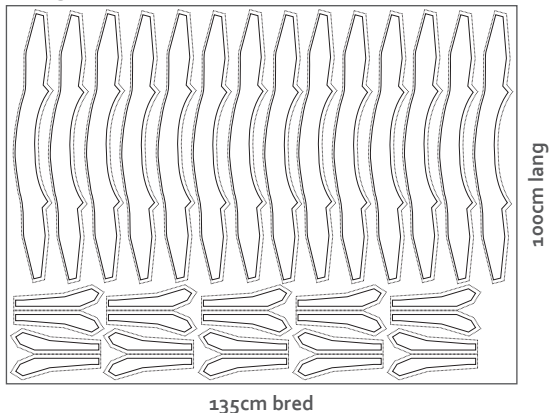
[[www.pfaff-industrial.com](http://www.pfaff-industrial.com)], [[www.juki.co.jp](http://www.juki.co.jp)]

	 Flatbed Machines														
Beskrivelse	Trimmer og syer kanterne, så de får en pæn afslutning, men benyttes også som ornament sting, til fastgørelse af ornamenteringen samt samlinger af de bestanddele, der hører til overstykket af skoen.					Shape tracing og computer styrede enheder. Benyttes til syning af mønstre på små og store flader			Zigzag maskiner med samme egenskaber som de øvrige "Flatbed Machines".						
Producent	PFAFF					JUKI			PFAFF		JUKI		PFAFF	JUKI	
Modelserie	521	244	1243	1244	3811	DDL/DU/DNU	LU	TNU/TU	3108	3587/3590	LK	AMS	918	LZH	
Antal nåle	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
Materialetype	Medium	Medium	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	Medium	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	Ekstra kraftigt	Fint Kraftigt	Fint Kraftigt	Fint Kraftigt	Fint Kraftigt	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	
Trådtykkelse (Nm)	80/3 15/3	Op til 30/3	Op til 8/3	Op til 8/3	40/3	90/3-30/3 90/3-30/3 60/3-15/3	60/3 8/3	30/3 15/3	-	-	-	-	40/3	-	

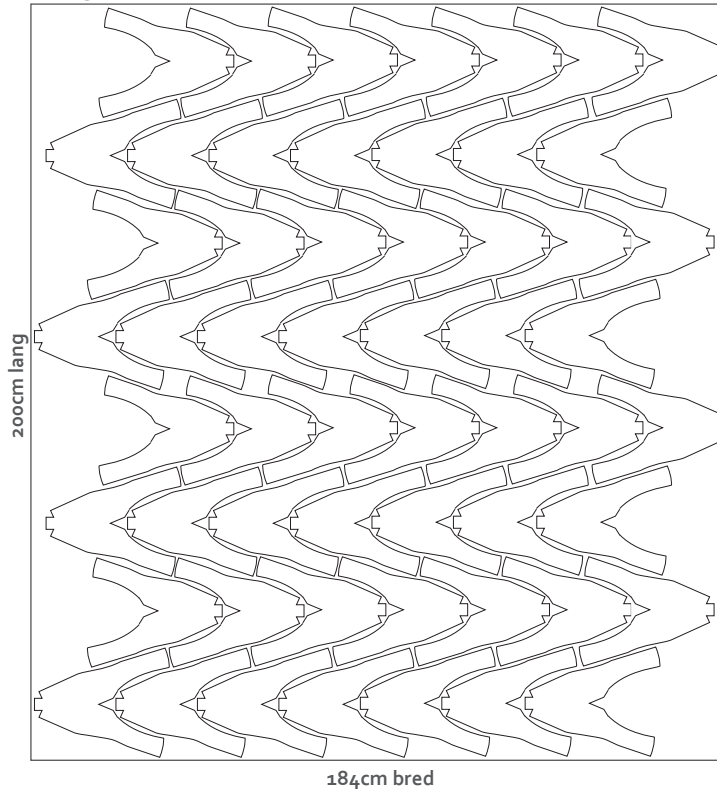
	 Postbed Machines					 Cylinderbed Machines							
	Trimmer kanterne, så de afsluttes pænt, og benyttes endvidere til dekorative og funktionelle sting, som styrker samlingerne.					Benyttes til syning af emner med skarpe kurver og cylinderform samt pre-monterede emner.							
	PFAFF					JUKI			PFAFF	JUKI			
	571/591	574	1293	1294	2591 ME	PLC	PLH	PLN	335	DSC	DSU	LS	
													
	Medium	Medium	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	-	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	Medium	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	Medium/ Kraftigt	
	80/3 15/3	80/3 15/3	Op til 8/3	Op til 8/3	-	120/3 15/3	90/3 30/3	90/3 30/3	80/3 15/3	120/3 30/3	120/3 20/3	120/3 30/3	

# APPENDIKS 11 - OPLÆGNING AF SKABELONER PÅ FILT OG SILKE

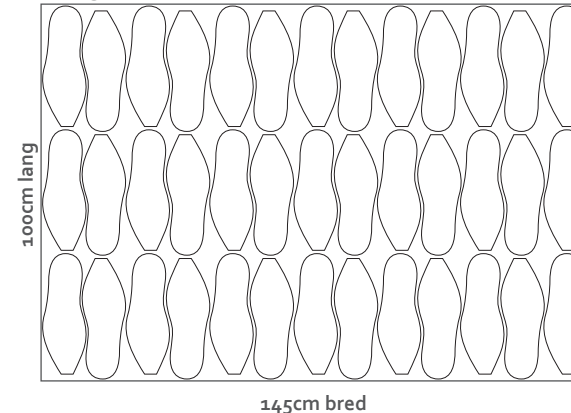
Oplæg af herreskabeloner str. 46 på silketekstilet SEDA VI



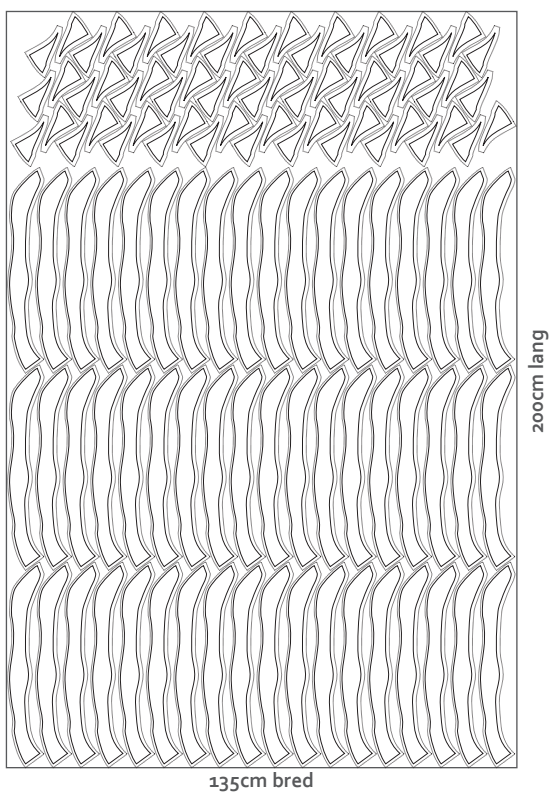
Oplæg af herreskabeloner str. 46 på filttekstilet LE100 3mm



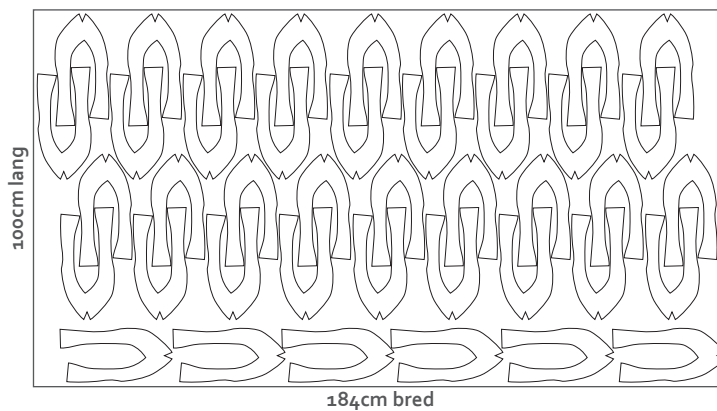
Oplæg af herreskabeloner str. 46 på filttekstilet LE100 5mm



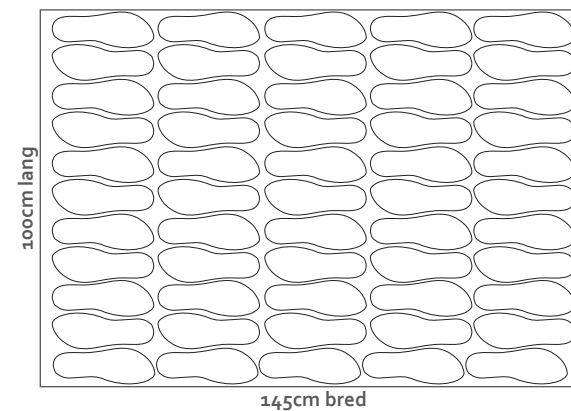
Oplæg af dameskabeloner str. 40 på silketekstilet SEDA VI



Oplæg af dameskabeloner str. 40 på filttekstilet LE100 3mm



Oplæg af dameskabeloner str. 40 på filttekstilet LE100 5mm



## APPENDIKS 12 - DEFINITION AF "WORD OF MOUTH"

Gennem "**word of mouth**" kan forbrugeren give sin mening til kende og dele sine erfaringer med andre brugere eller sin omgangskreds. Rådene betragtes som oprigtige råd, da forbrugeren ikke er præget af egen vinding eller profit, og derfor kan denne vække tillid eller mistillid til produkterne, hvilket kan have en større effekt på salget end sælgernes anbefalinger.

**Traditionel "word of mouth"** er en mundtlig overlevering af råd og erfaringer fra en bruger til en anden, og denne udveksling sker som regel mellem familie, venner og andre som befinder sig i den nære omgangskreds.

**Online "word of mouth"** differentiere sig fra den traditionelle ved, at det for den enkelte forbruger er muligt, at nå ud til et større publikum med sine erfaringer (positive såvel som negative), da informationerne bliver offentligt tilgængelige. Det er endvidere langt nemmere for virksomhederne at observere, analysere og gemme skrevne ord om deres og konkurrenternes produkter, services og profil, da de efterlader et digitalt spor.

**Influencerne** er de personer, som har størst succes med at påvirke andres købsvaner og brugeradfærd, da de indgyder tillid. Denne tillid er baseret på deres høje ekspertise og engagement indenfor de områder, de rådgiver indenfor, og altså ikke deres sociale status eller samfundsposition.

Influencerne er kendetegnende ved at være den risikovillige og innovative forbrugere, som spotter og køber ny produkter, trends, ideer og services før den almindelige forbruger, uden garanti for at det købte kan leve op til forventningerne. De er meget engagerede i deres undersøgelse af produkter og videreformidler gerne deres erfaringer og samlede oplevelse.

[acsorensen.com]

Eksempel på en stærk influencer, er DR2's program "So ein ding", hvor forskellige elektroniske produkter og teknologier testes og sammenlignes, således forbrugeren kan holdes ajour med tidens tendenser, nye produkter på markedet og fremtidens løsninger.

**Word of mouth marketing** er en forholdsvis lav budget markedsføringsmetode og ofte mindre omkostningsfuld end konventionel markedsføring. Det er en måde hvor virksomheden kan opbygge relationer til sine kunder og dermed skabe loyalitet til sine produkter eller services.

For at nå ud til kunderne og identificere influenterne, er det nødvendigt for virksomheden at finde frem til de sociale medier og det netværk, som relaterer til kunderne. Gennem disse medier kan virksomheden linke til sin hjemmeside, diskussionsforums eller blogs og uploade relevante informationer, som brugerne vil videresende, hvis de opfattes som interessante.

I de forskellige online forums kan forbrugere som sagt dele erfaringer, men også virksomheden kan drage nytte af dem, ved at lytte til forbrugere, svare på spørgsmål og deltage i åbne samtaler. Virksomheden kan være med til at engagere kunderne og åbne op for debatter om eksempelvis fremtidens tendenser og holdning til forskellige aspekter. Jo mere virksomheden kan engagere kunderne og selv deltager aktivt, desto større chance for succes med at fastholde kundernes interesse. Ud over debatter kan virksomheden skabe interesser ved at uploade nyheder, presseomtaler, arrangementer og konkurrencer.

[acsorensen.com]

### Eksempler på worth of mouth marketing

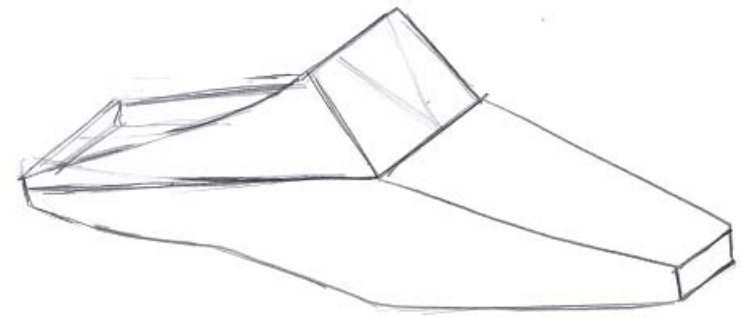
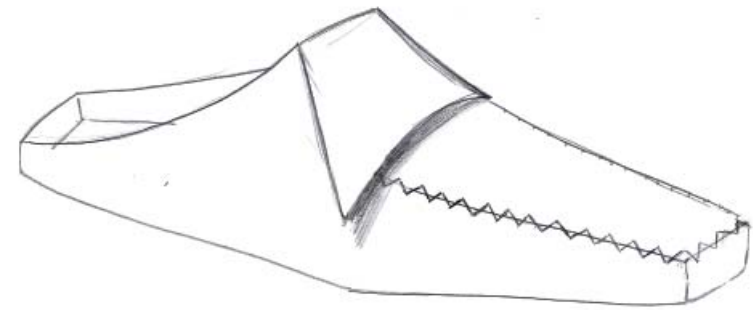
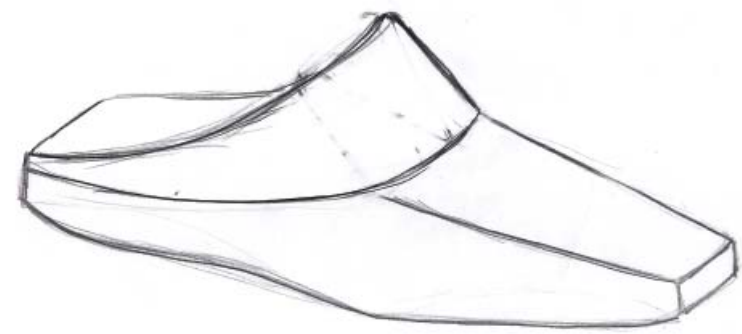
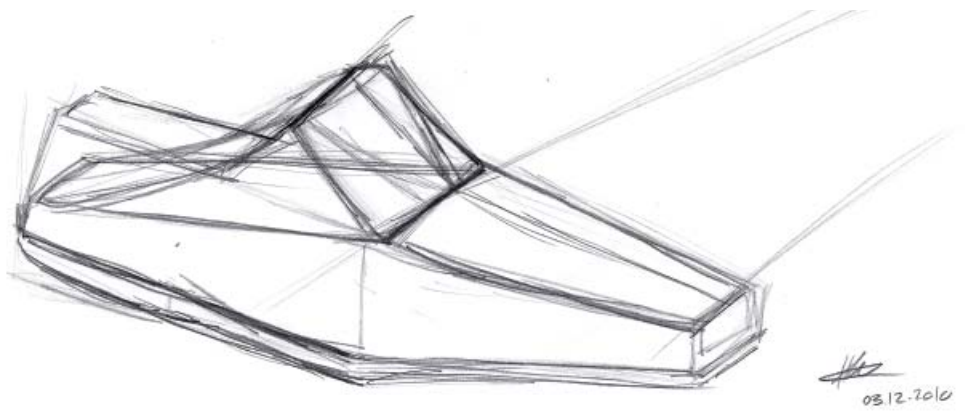
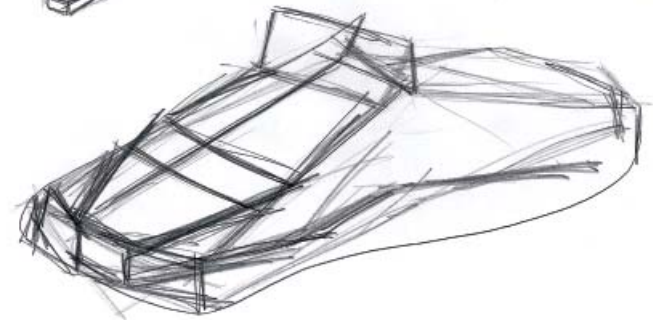
M1 benytter "Word of mouth" aktivt i deres tv-spots og på deres hjemmeside, hvor de lader almindelige danskere tale om deres oplevelser med M1 uden brug af replikker, hvilket gør dem troværdige. Personerne har en eller anden form for kant, hvilket fanger seernes opmærksomhed. [Veiby, december 2011], [www.youtube.com]  
På deres hjemmeside linker de desuden til presseomtale, hvorved troværdigheden bliver understøttet endnu mere, da kunderne kan læse om M1 gennem tiden. [m1.dk]

Ikea har gjort brug af Facebook, til at skabe interesse om deres koncept og åbningen af nye butikker. De har ikke blot en profil, men forskellige fansider og virksomhedsprofiler, som fordeler sig efter kontinenter, stater og lande. De har omkring 40.000 medlemmer af deres svenske side og over 240.000 tilhængere på deres amerikanske side, og de har kørt konkurrencer som "Where has your soft toy been?", hvor tilhængerne af siden kan uploade et billede og dermed sprede rygter til sine venner. Ikea kan endvidere benytte billederne til at generere nye produkt- og markedsføringskoncepter [www.facebook.com]. De har også anvendt foto-tagging kampagner, for at skabe opmærksomhed omkring åbningen af en ny butik i Malmø, hvor medlemmerne ved at tage sig på et billede spreder budskabet videre til sine venner. [acsorensen.com]

På facebook siden har Ikea endvidere mulighed for at linke til sine blogs, websites og andre sociale medier, og kommende begivenheder og nyheder, kan annonceres og videresendes til deres medlemmer. [www.facebook.dk]

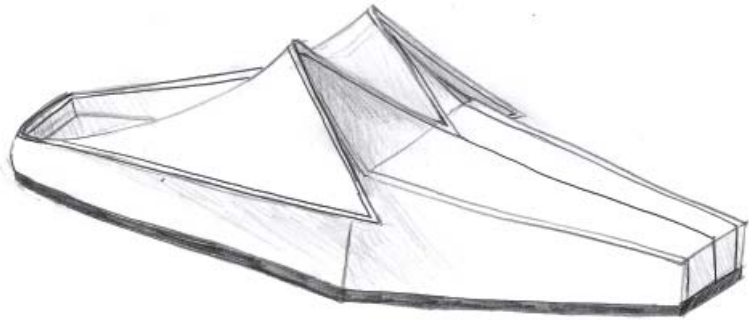
## APPENDIKS 13-23: TEGNINGSMAPPEN

# APPENDIKS 13 - HERRESKO

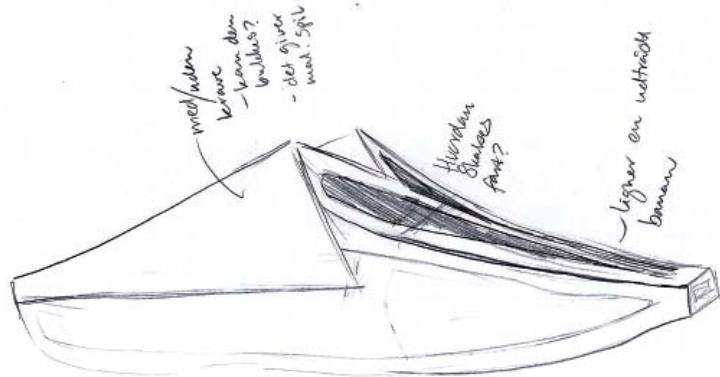




03.12.2010



05.12.2010

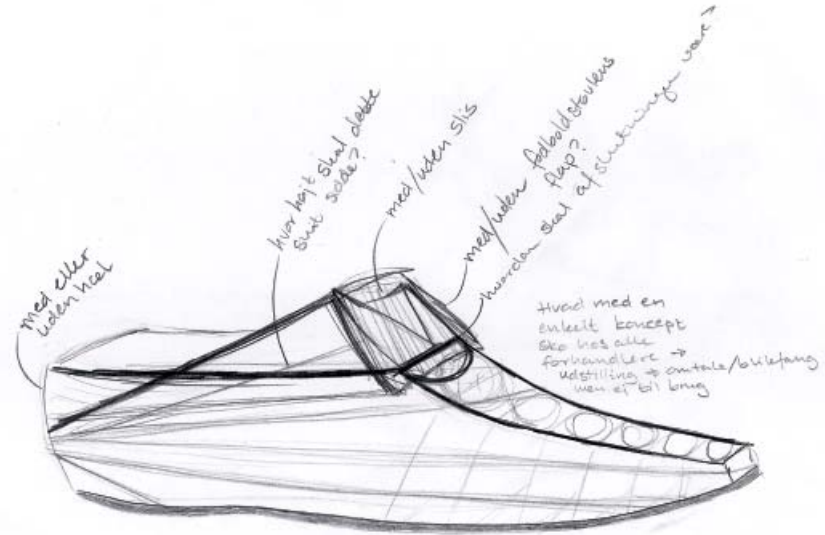


06.12.2010

med liden  
krave  
- kan den  
bulde?  
- det giver  
mål. spil

Hvorhen  
skubtes  
fart?

ligner en udtræk  
bæmme



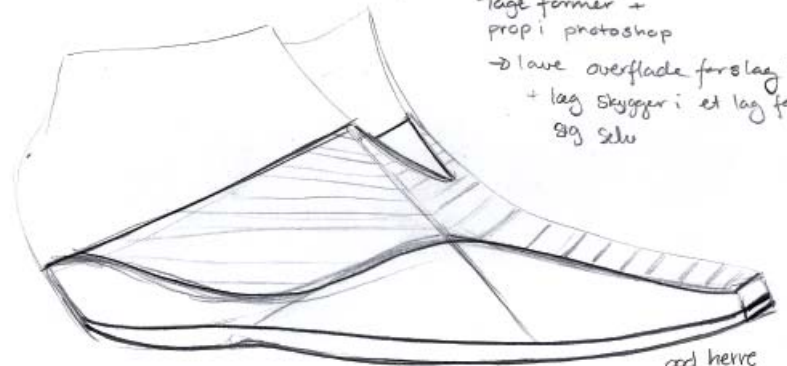
06.12.2010

Når det gælder  
elektriske modeller:

Leder  
Hår  
Skind  
Dyre mat

→ evt. være  
med til at  
have brandværdien  
af Glærups  
+ styrke brandet

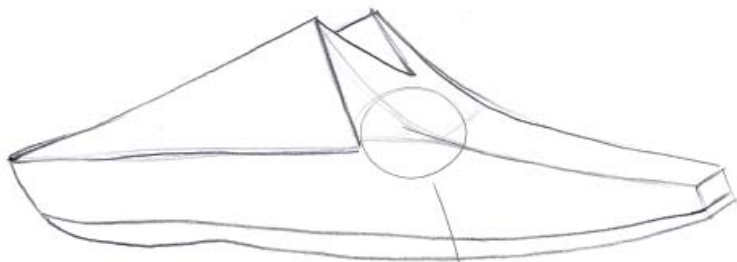
→ egne mærker  
→ vælge brand only?  
→ udskyde dual brand production  
→ styrke eget brand samtidig  
med indgåelse i dual brand



god herre  
model

06.12.2010

Tage former +  
prop i photoshop  
→ lave overflade for lag ?  
+ lag skygger i et lag for  
90° selv

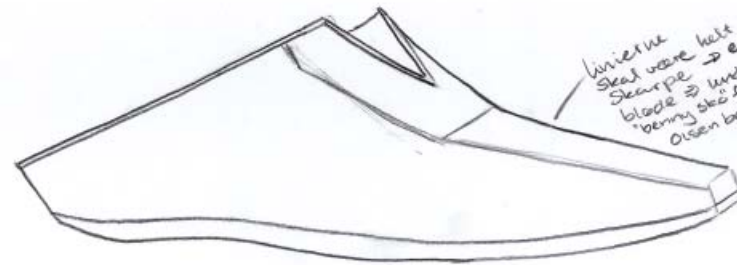
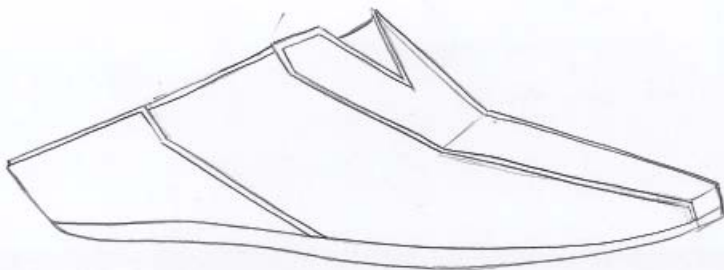


hvor dan skal det  
være?

10.01.2011

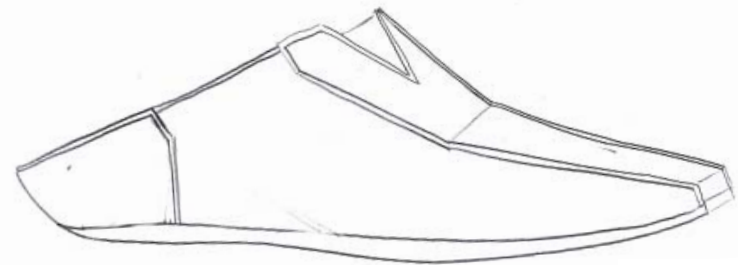
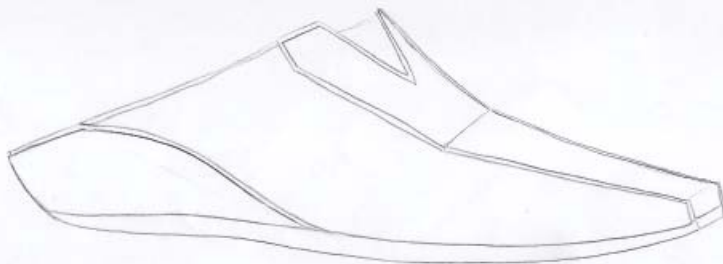


16.01.2011



Lindtne skal være helt skarpe -> ej blade -> lindre benning sko fra Olsen banden

14/1-2011



14/1-2011

14/1-2011

10.01.2011

den lyse grå/hvide er filt

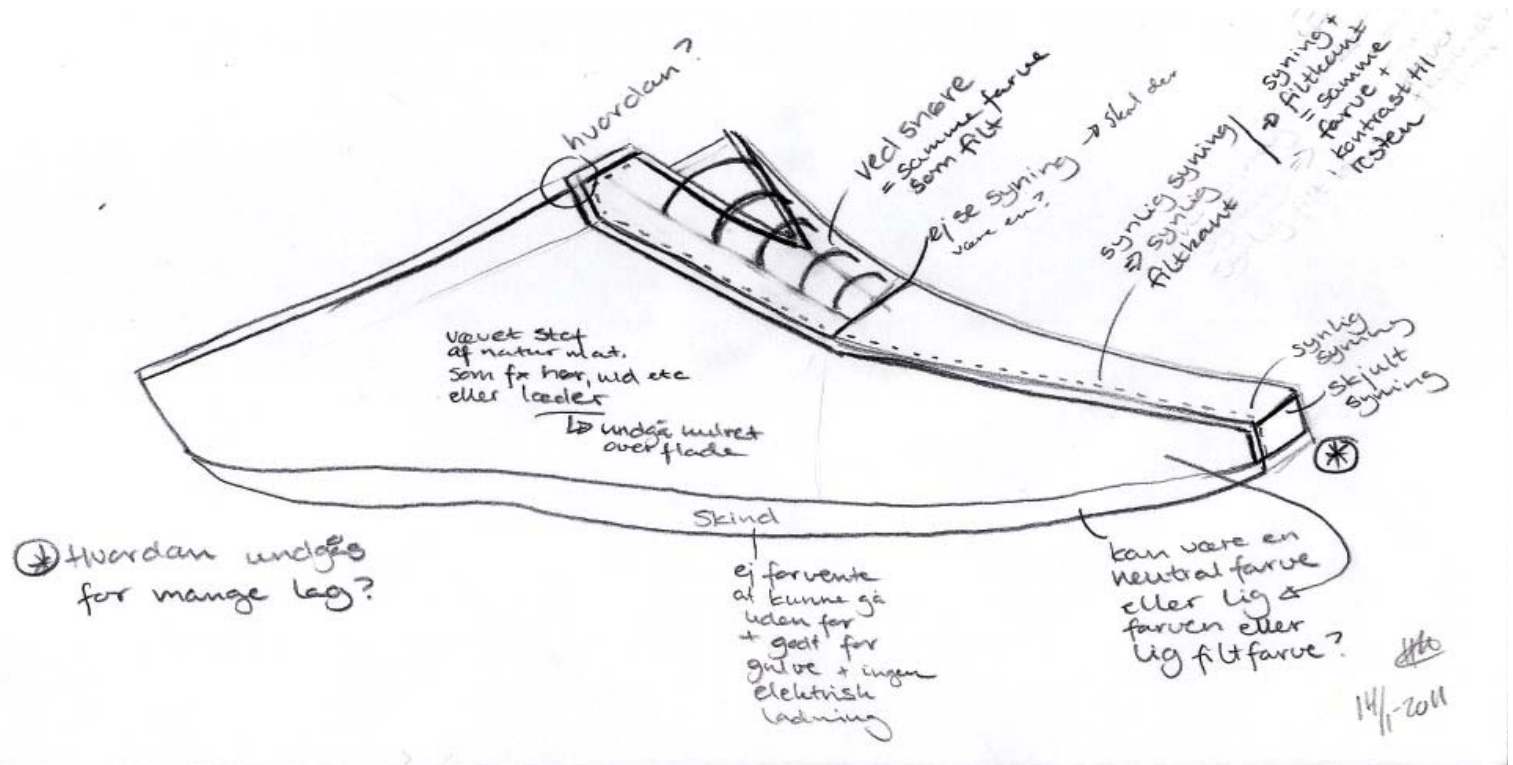
en variation kunne være med snøre

afhænger af eksklusiviteten  
den sorte/kølesgrå er læder, skind vævet stof



Sålen er af skind som de nuværende Glemps sko

16.01.2011

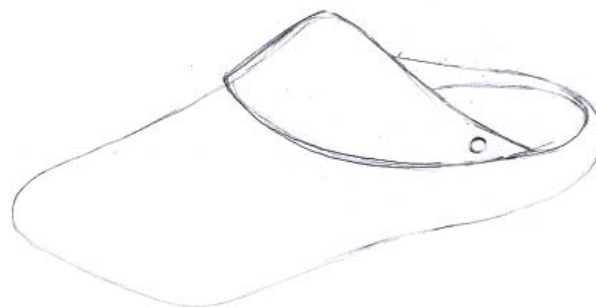


# APPENDIKS 14 - SPORTSSKO

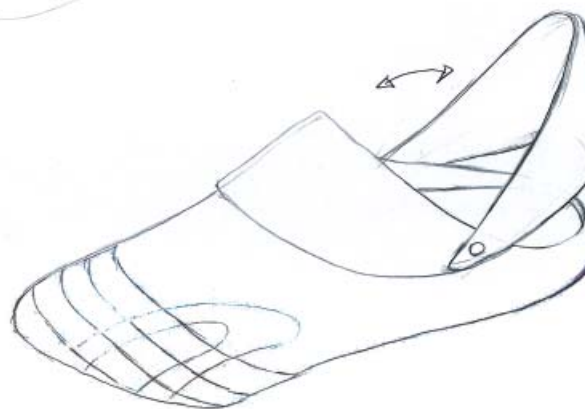


Fodbold støveln/  
toften  
Studere Sportsko/støvler

27/10-2010

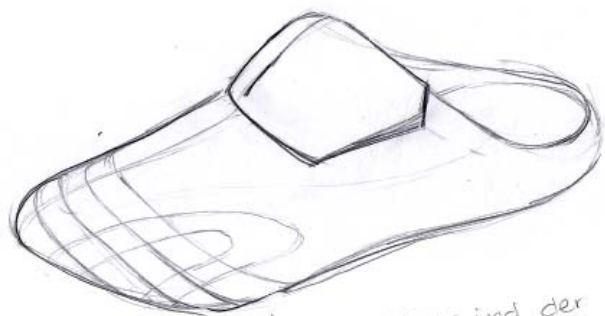


den fleksible  
"fodbold støvele"



fleksibel  
tilpasser sig  
benets form

11/11-2010



Sponsorer til AAB  
eller landsholdet

Fodbold toften

lægge linier ind der  
understreger det slanke look

27/10-2010

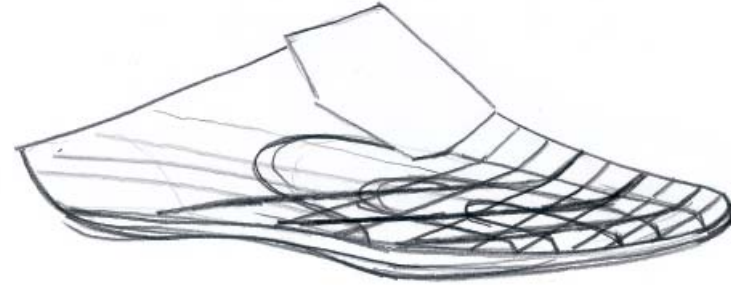


Farvespil  
- syning, inderdel og  
sål står i kontrast  
til ydre materiale

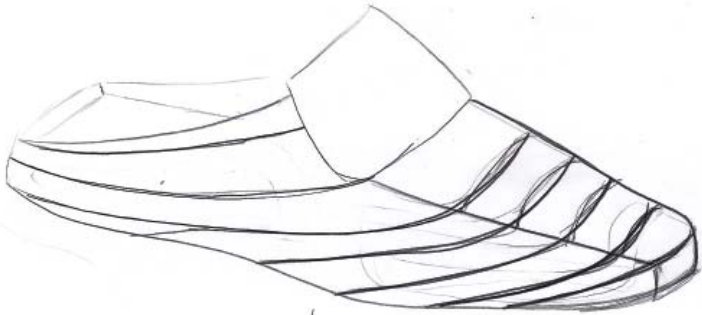
11/11-2010

## Anden omgang

- Mere spids som herreskoen
- Leg med pyntesyningerne



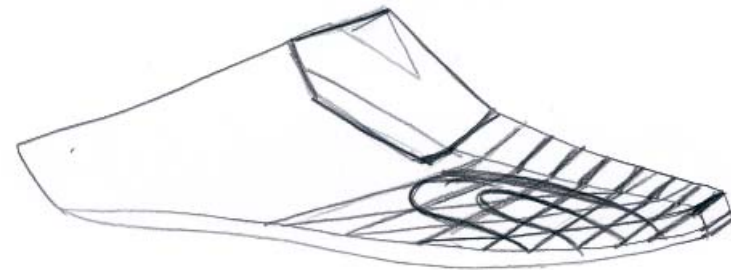
10.01.2011



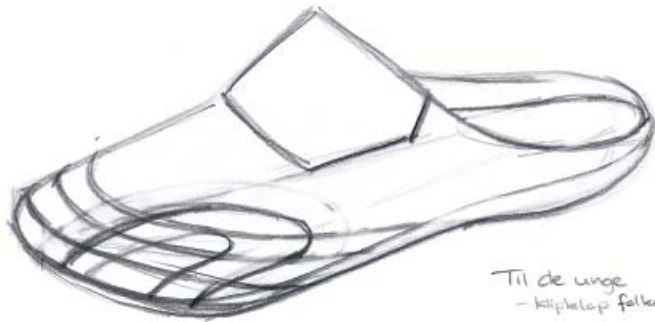
!  
Mere kantet/  
vunder mund  
→ mindre damet

Ok herremodel er  
Lidt mere kantet  
→ photoshop en del  
→ ret til  
→ Skoger  
→ Linier/mot/forver

06.12.2010

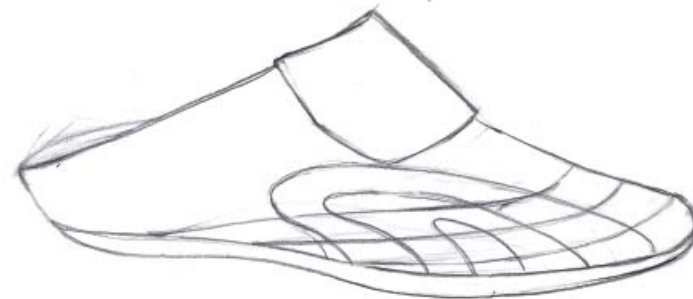


10.01.2011



Til de unge  
- kipløp folket

10.01.2011



10.01.2011  
(den sidste)

## APPENDIKS 15 - KOMBINATION AF HERRE- OG SPORTSSKOEN SAMT DETALJER



### Med eller uden V-udskæring

Basismodel hvor forskellige detaljer kan tilføres; snøre, bånd, syninger.  
Kontraster: Filtfór, detaljer, sål overfor ydre tekstil/læder  
Bruges til at fremhæve filten og vise kontrasterne.

Tilbehør: enkel, klassisk

Pyntesyninger: ornamentering, understrege form og kvalitet

19.01.2011



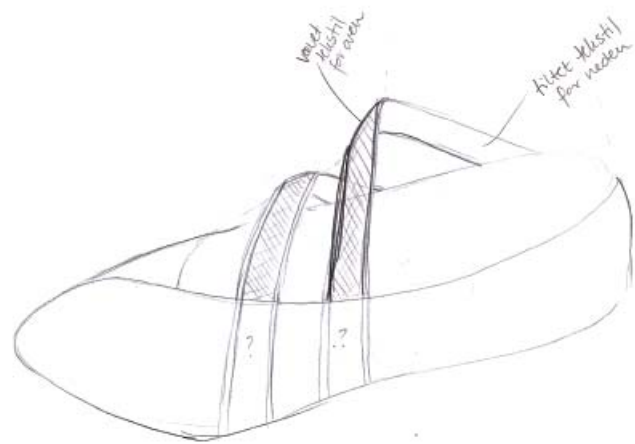
#### Hæl-detalle

Bør understøtte basismodel men også hvis den tilføres detaljer.



**Sko eller tøffel?**  
Bør understøtte form.

# APPENDIKS 16 - BALLERINA

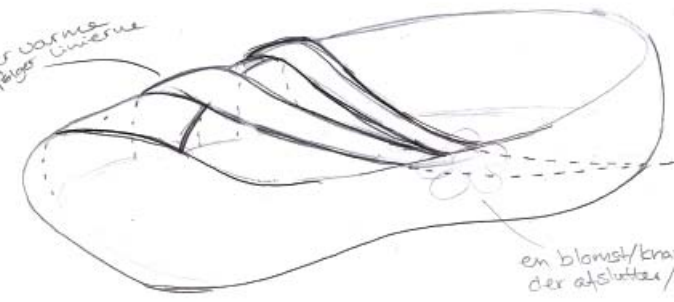


Hvor skal syningene være

- naturligt
- der hvor delene krydser hinanden
- hvad med hælen
- ubehag
- ⇒ si den

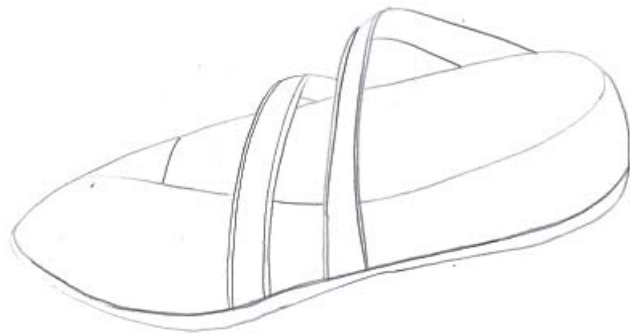


Giver varme + følger linjerne



Streger: Synlige syninger der fører stregerne videre

en blomst/knæp/fed lukning der afslutter / giver overgang?



27/10-2010

27/10-2010

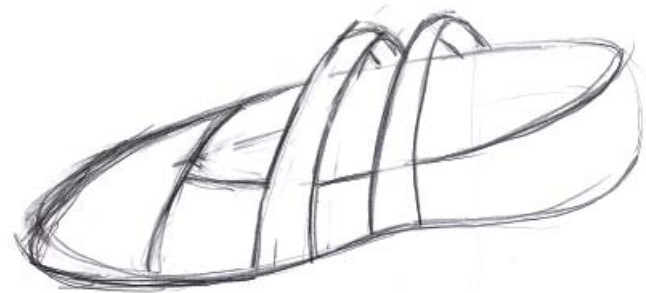
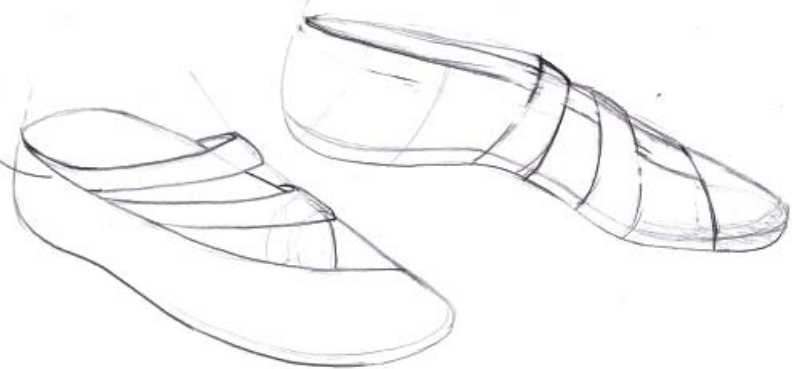


Jo mere farve desto mindre naturligt

Syning, indre, søl - samme farve?  
 Afslutninger?  
 Indre eller ydre i stærk farve?

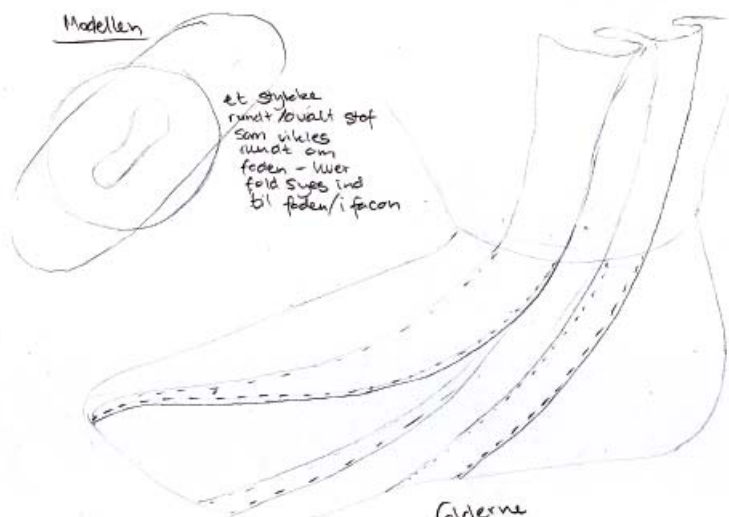
14.11.2010

må ej genbruges her



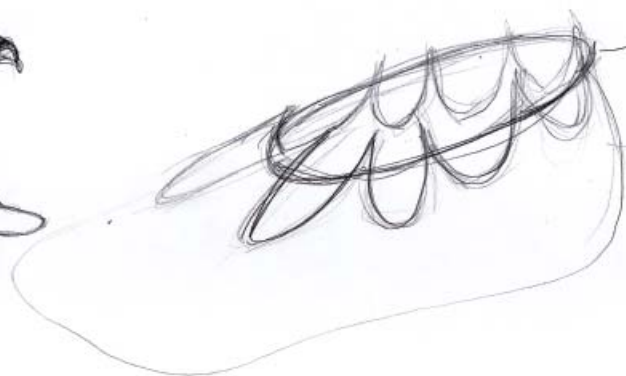
 16.01.2011

# APPENDIKS 17 - POSESKOEN



et stykke rundt/buadt stof som vikles rundt om foden - hver fold syes ind til foden/i facen

folderne syes ind til foden ⇒ følge facenen  
 hvor tykke for at det kan lade sig gøre / = kludet



den personlige - poseskoen

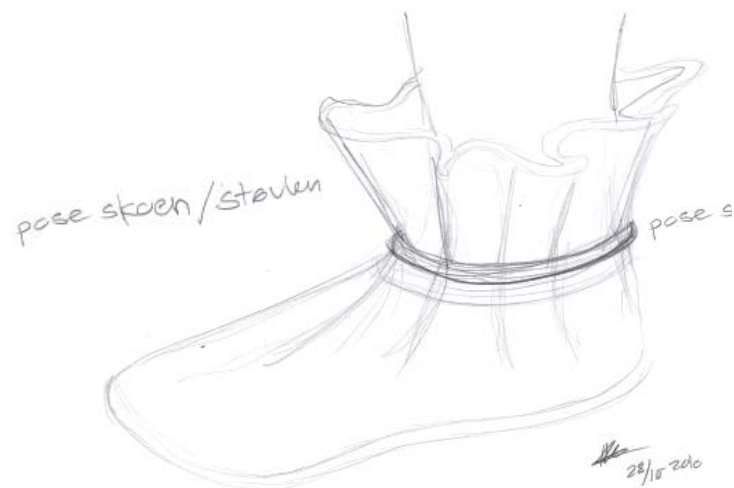
- ① - hver sko er forskellige pga forskellige folder
- ② - 3 forskellige foldet sko → mønstre/bestemt foldning ligesom organisk + lekrlint lampene

28/10/2010

elastik / noget man kan stramme

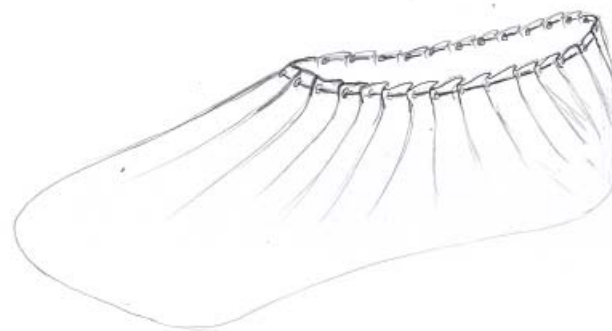
er åben når snor er strammet til?

22/10-2010



pose s

28/10/2010



elastik → nemt at hoppe i + ud af

14/11-2010



14/11-2010

# APPENDIKS 18 - DEN FLEKSIBLE STØVLERIB



16/9-2010

Rib slået op



Rib slået ned

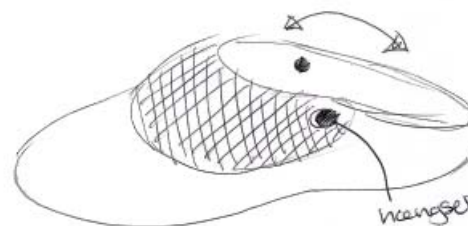
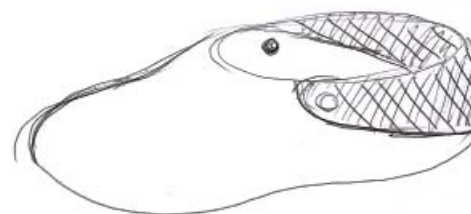


16/9-2010

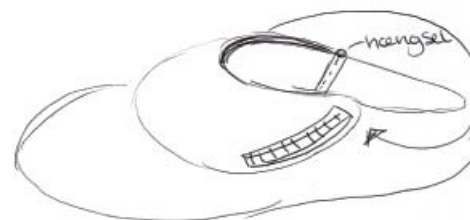
Hvad med en sko hvor  
det er meningen hælen  
kan trædes ned?



28/10-2010



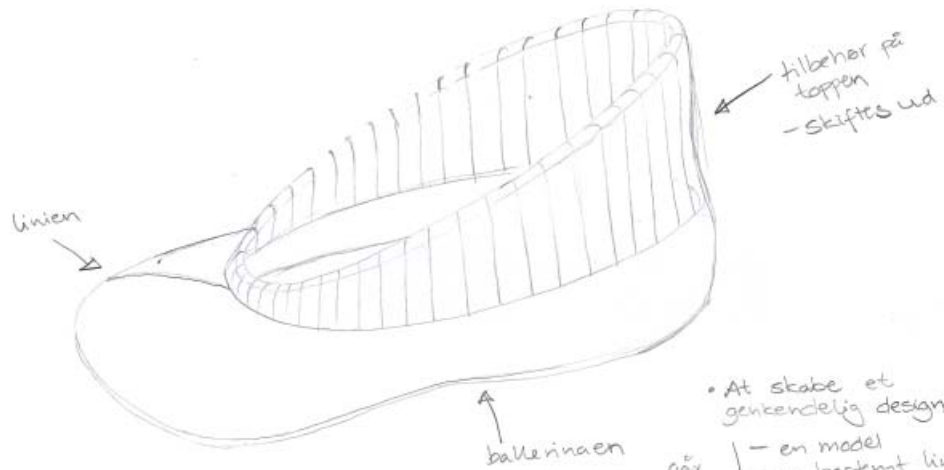
lippe frem  
og tilbage



klister  
frem og tilbage



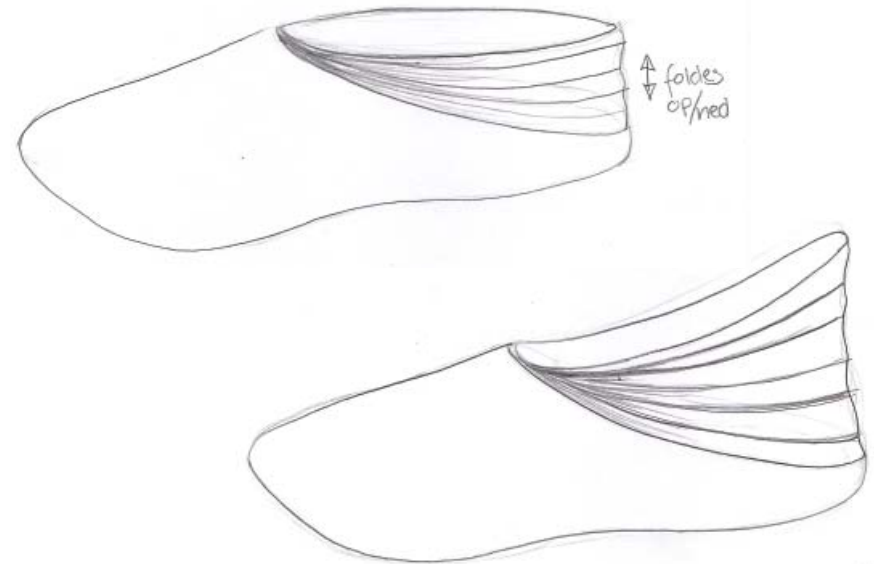
28/10-2010



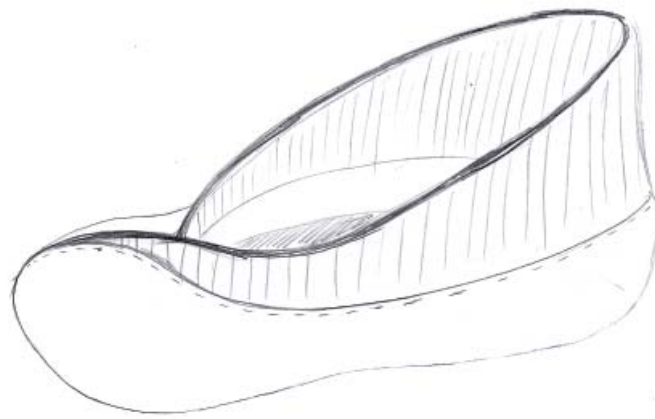
- At skabe et genkendelig design
- en model
- en bestemt linie
- synlige/usynlige springer

27/10-2016

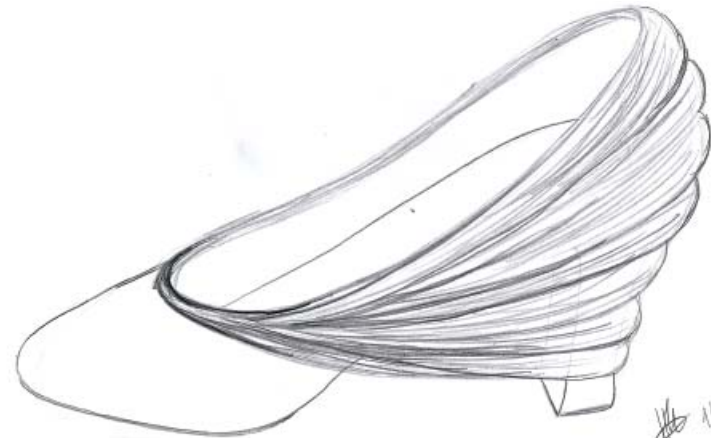
Hvordan der tilføres varme



27/10-2016



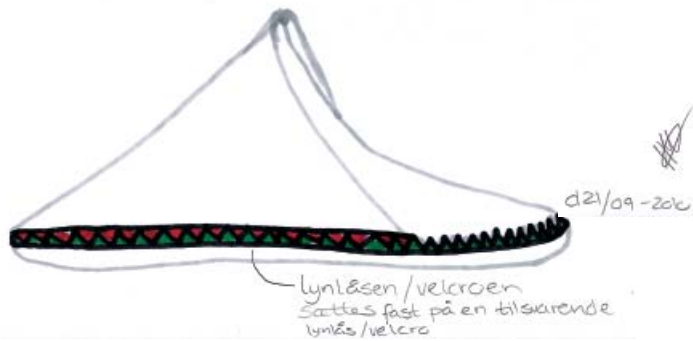
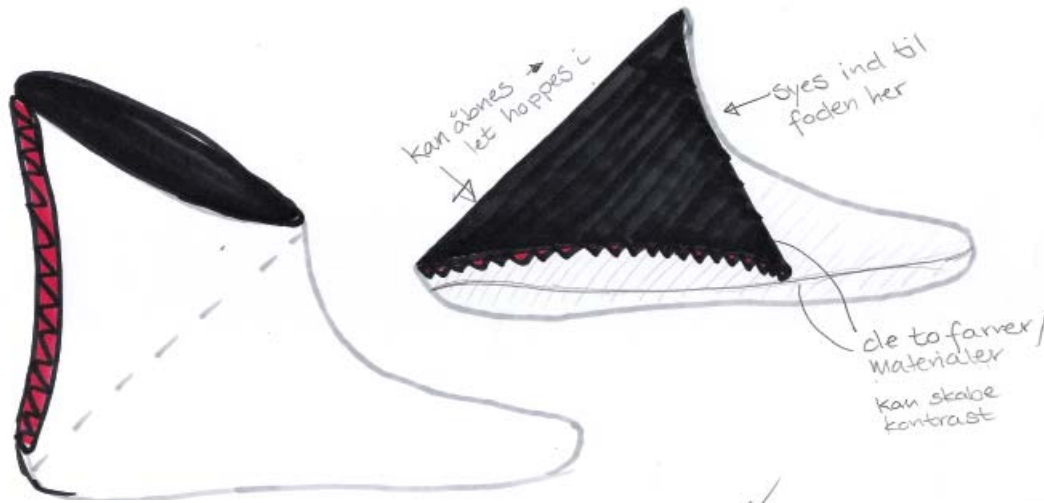
27/10-2016



27/10-2016

# APPENDIKS 19 - TO I EN

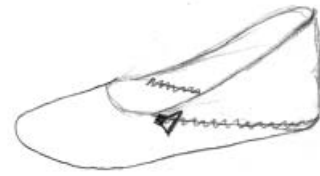
Ideer - Støule med åbning i halen



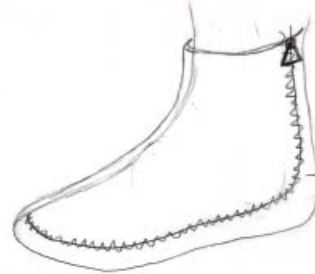
Hvad gør en sko til en hjemmesko  
 Hvor meget skal det til  
 At folde en sko  
 Hvor stift skal mat. være?



#  
 28/10-2010



hæl lynes  
 at



lyne op  
 og vindt

Hvad gør en sko til en hjemmesko  
 Hvor meget skal det til  
 At folde en sko  
 Hvor stift skal mat. være?  
 Vilde om skoen

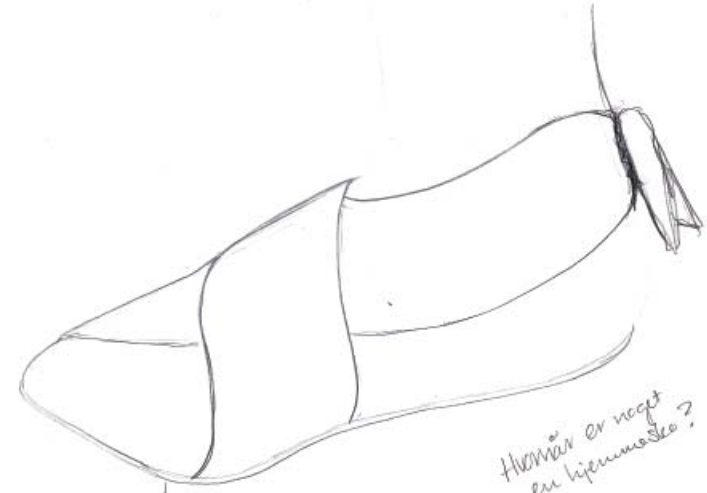
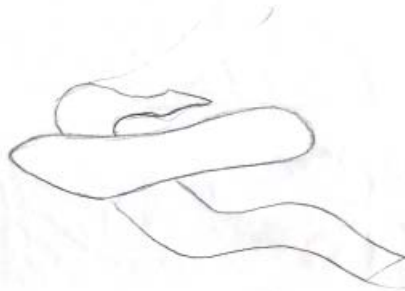


bindes  
 bagved

#  
 28/10-2010

①

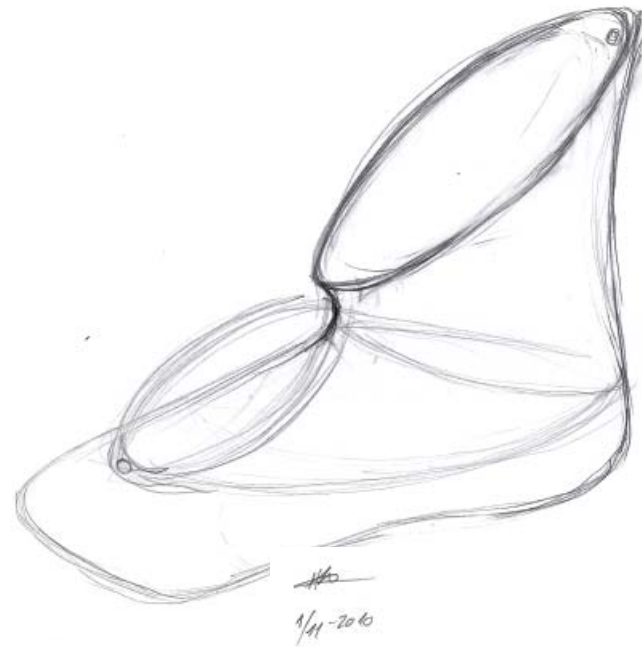
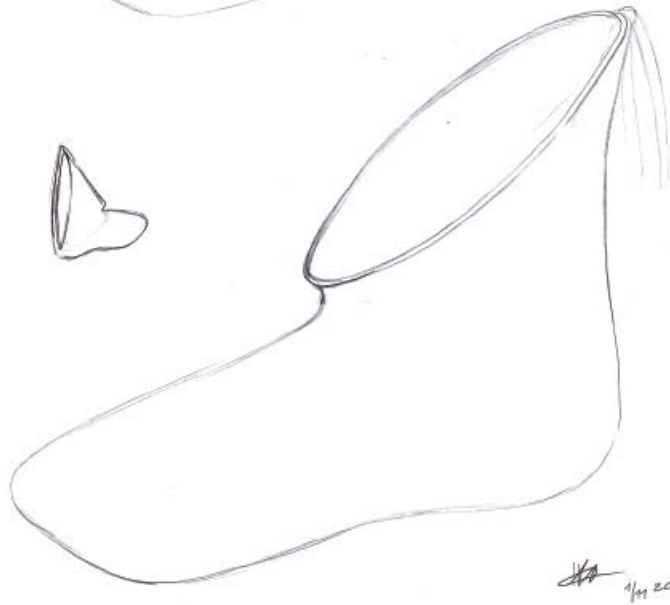
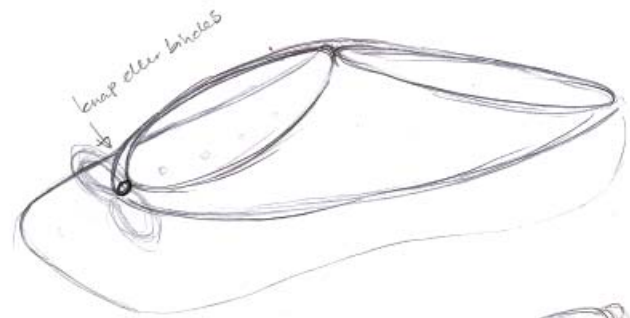
Vilde om skoen



en sål + 2 stoppe

Hvornår er noget  
 en hjemmesko?

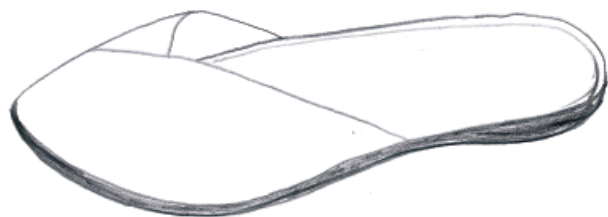
# 1/11-2010



# APPENDIKS 20 - MODULSKOEN - kombineret af forrige koncepter

Modul - forudbestemt

Basic



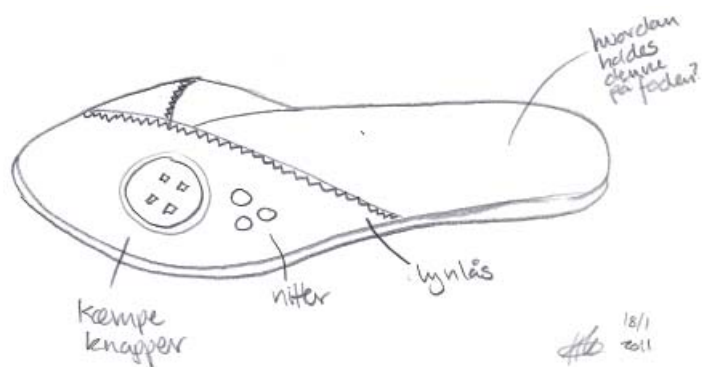
18/1  
2011



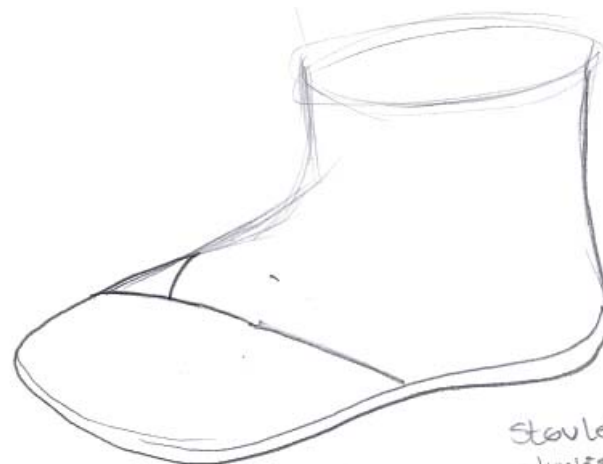
17.12.2011

band til at binde om ben  
1 - 8 gange  
kan båndene placeres anden sted → et af dem når de er i brug  
Eller læm de pilles af?

Skal fungere som støvle

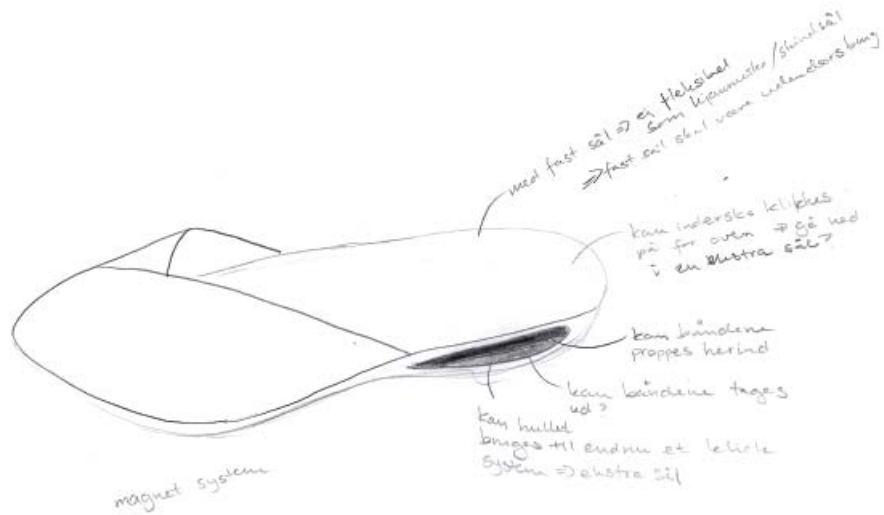


18/1  
2011

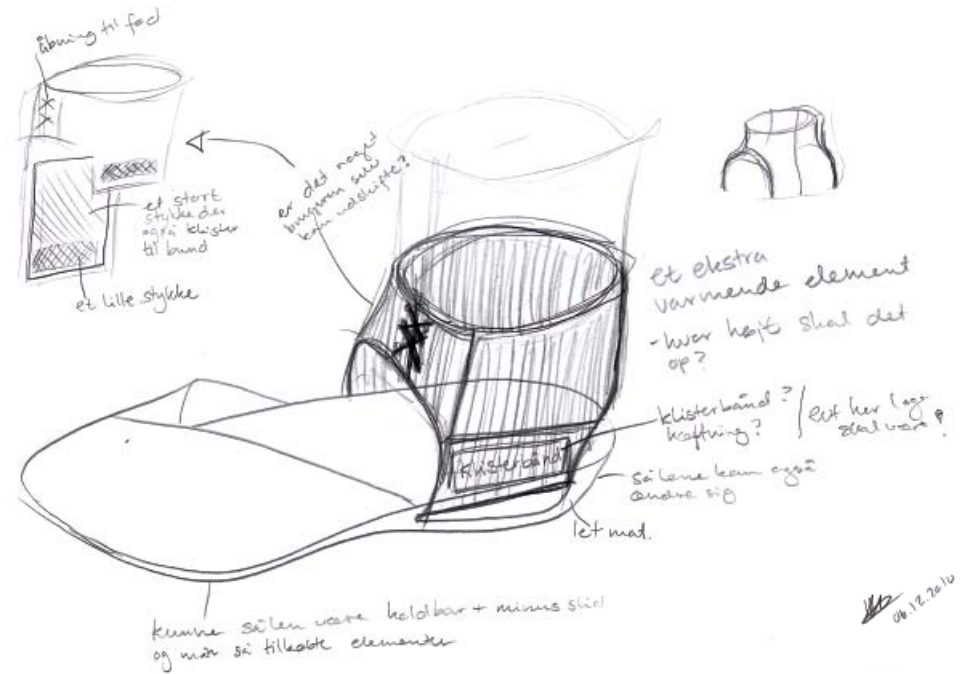


18/1  
2011

Støvlen  
- lynlås  
- knapper  
- krave  
- højde



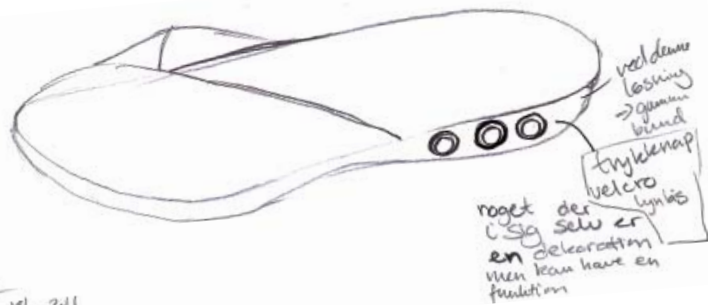
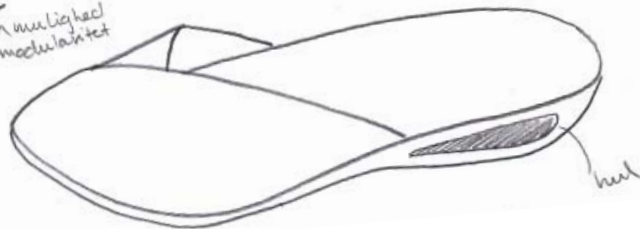
06.12.2010



06.12.2010

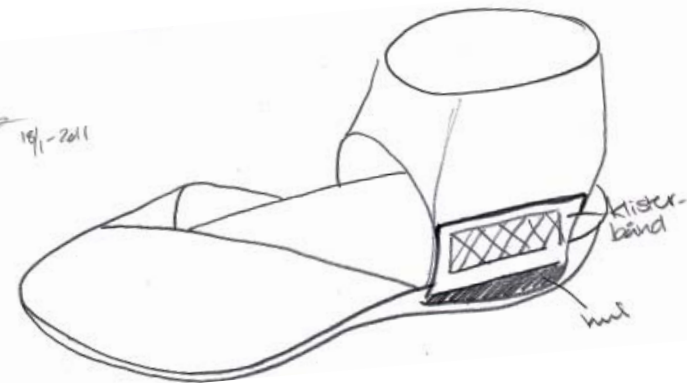
modul system   
 - nemt med nyt koncept alt efter forhandler/aktører   
 - brugerens eget design/forslag til egen sko mulig → konkurrencer!

Basic - egen mulighed for modulabilitet



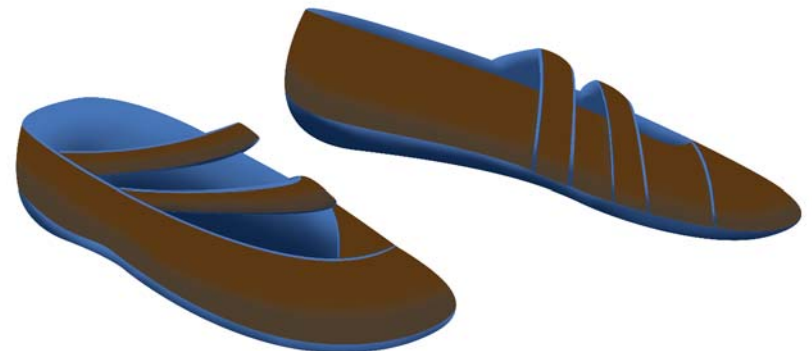
19.1.2011

19.1.2011

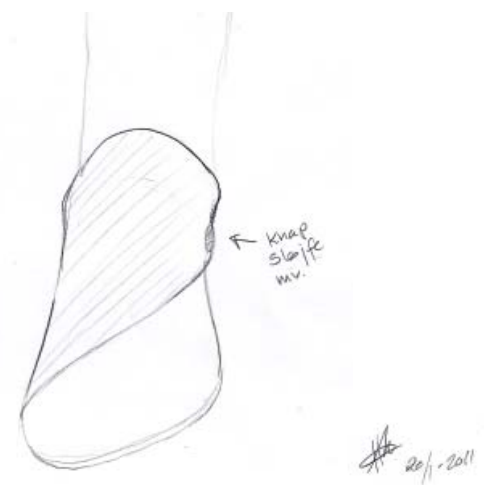
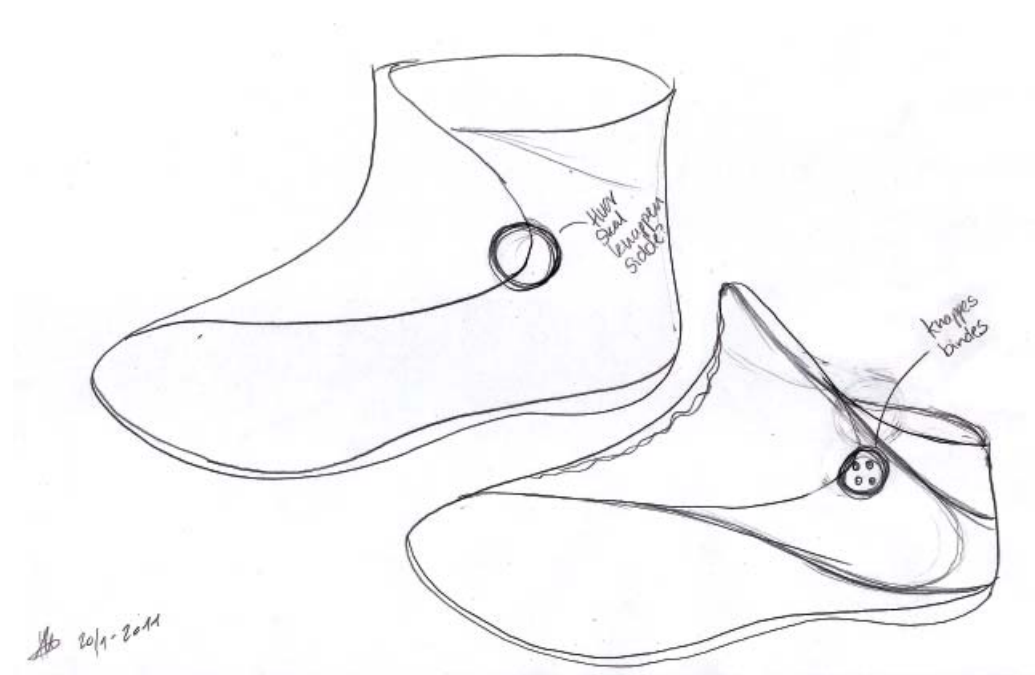


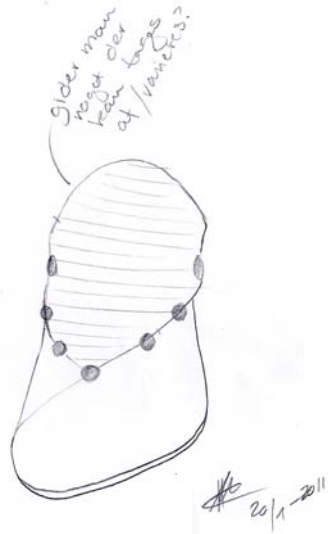
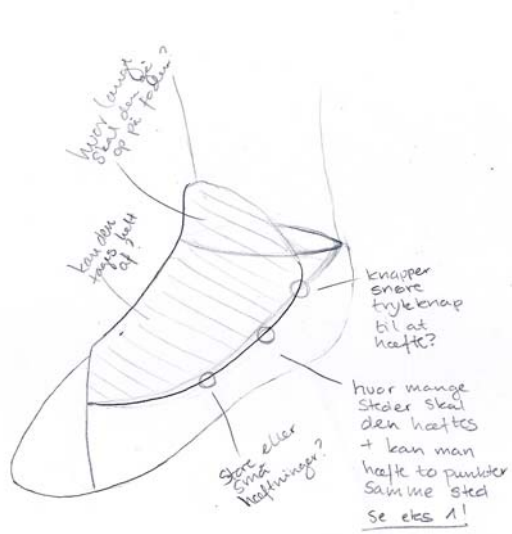


19.01.2011

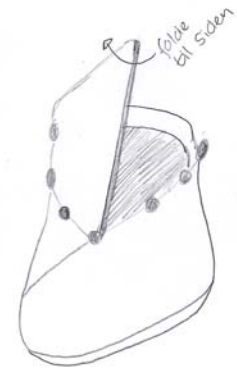
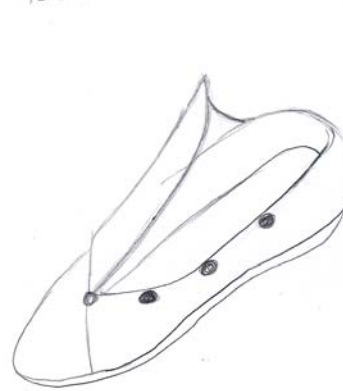


# APPENDIKS 21 - SLÅOMSTØVLEN





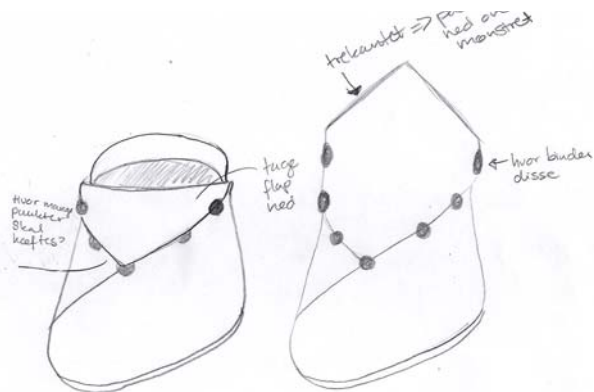
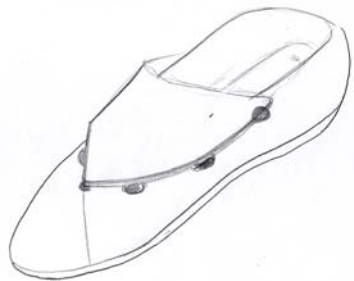
Eks 2!  
Følge til siden



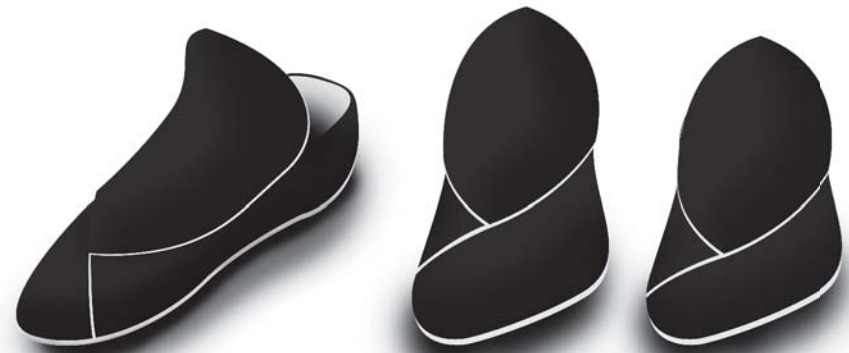
20/1-2011

20.01.2011

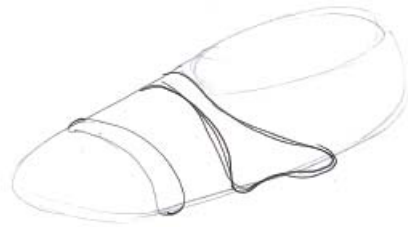
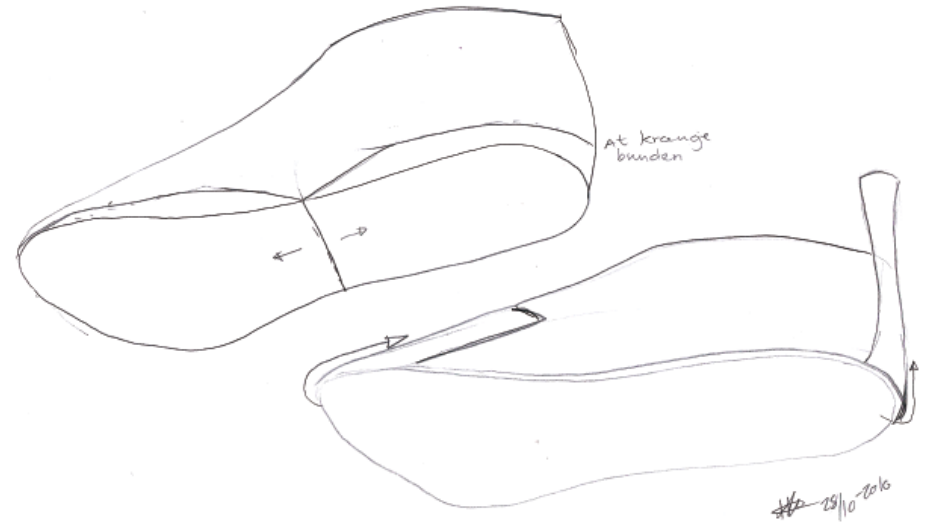
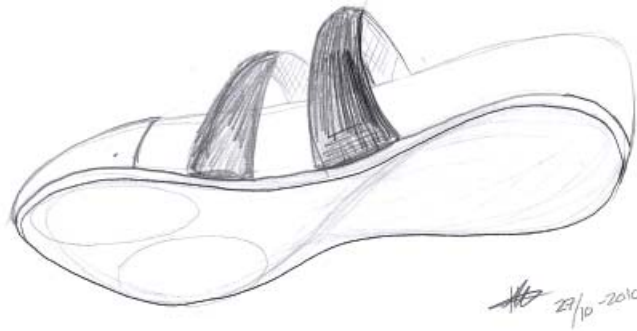
EKS 1!  
Følge ned



20/1-2011



# APPENDIKS 22 - TRANSFORMERING AF SÅLEN

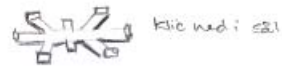
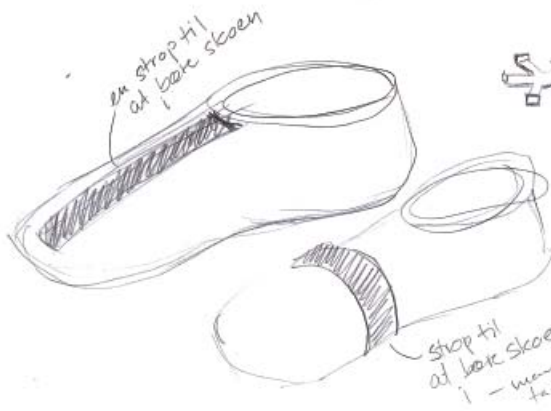


Inde  
 Ude

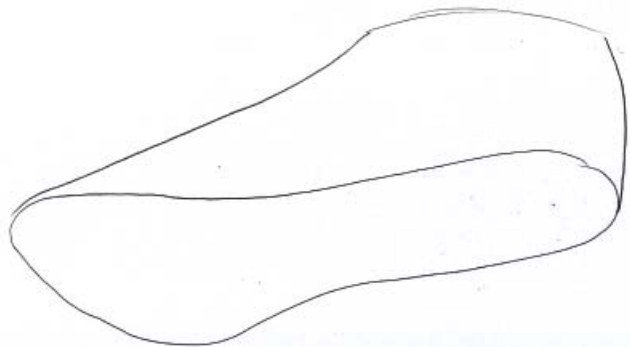
Inde - sålen består af ringe der kan drages m. foden

Ude - ringe kører rundt (indgående) placere hvor man har vægt på foden

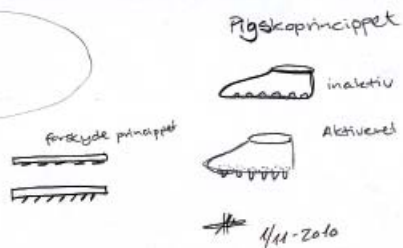
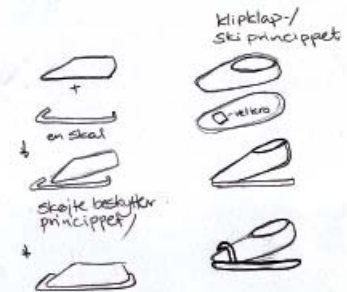
En hjemmestø i en sko  
 2 i 1



# 29/10-2010



At klibbe en sæl fast



Hvordan kan en hjemmesko også benyttes til hurtige udture?

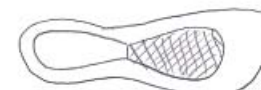
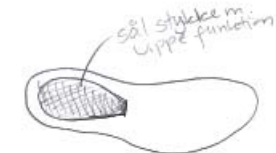


At sætte noget på

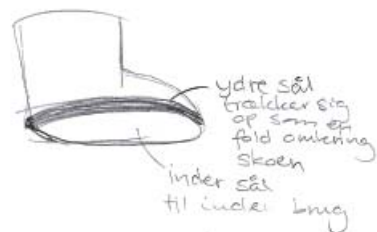
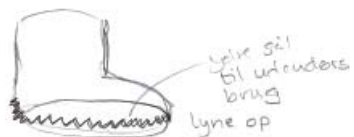


1/11-2010

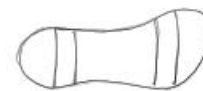
ring der kan sættes på skoer



lippet op => kan gå ude?

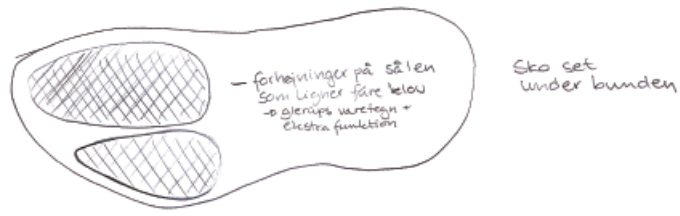


1/11-2010



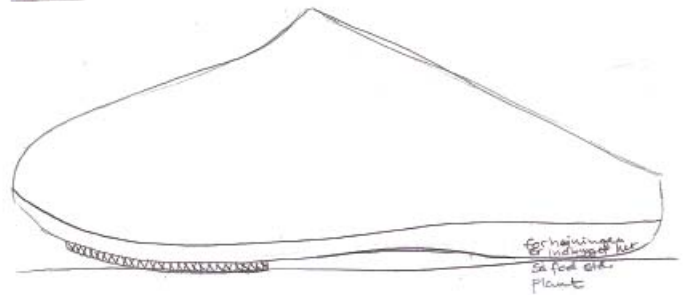
des hvor vægtes en

1/11-2010



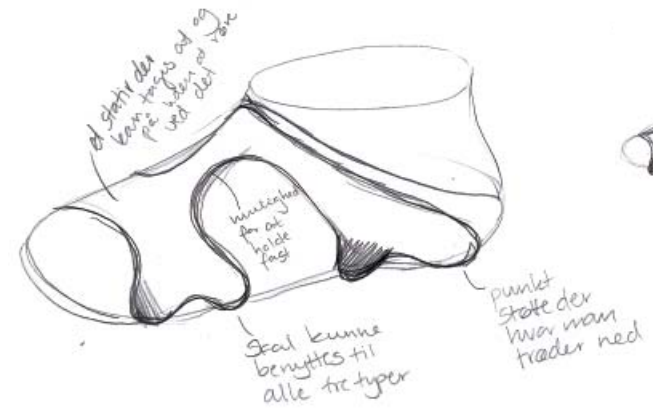
Sko set under bunden

Ekstra funktion:



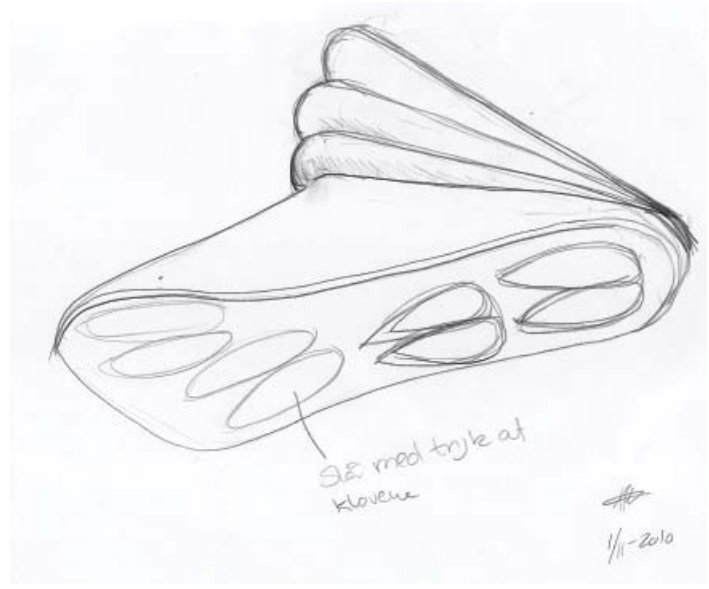
bånd m. kile der kan kile sig fast mellem kløuforhøjningen

#11-2010

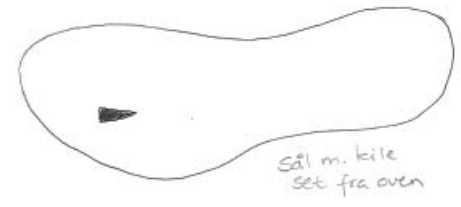


en greb der kan give alene -> felle undres

#11-2010

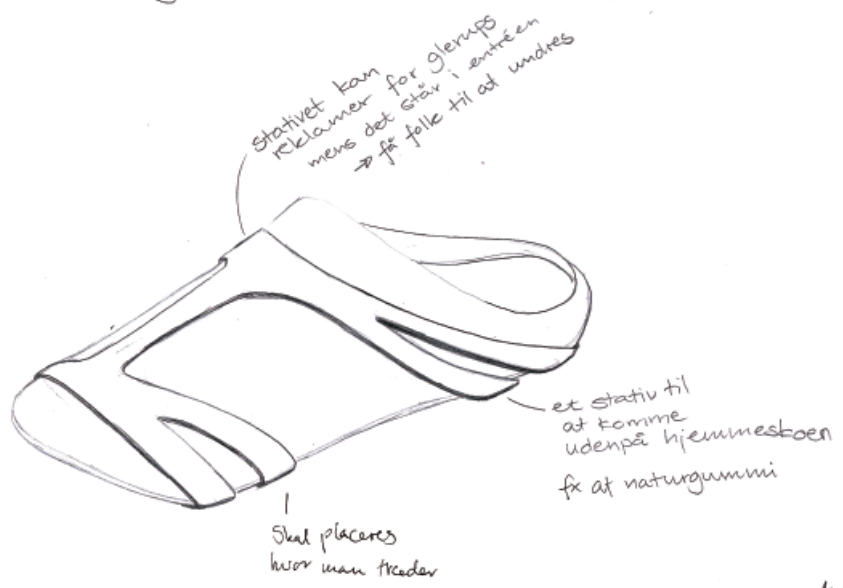


#11-2010



#11-2010

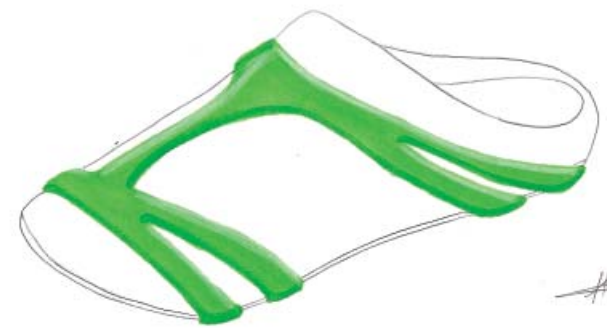
At forvandle en hjemmesko  
til en midlertidig udesko

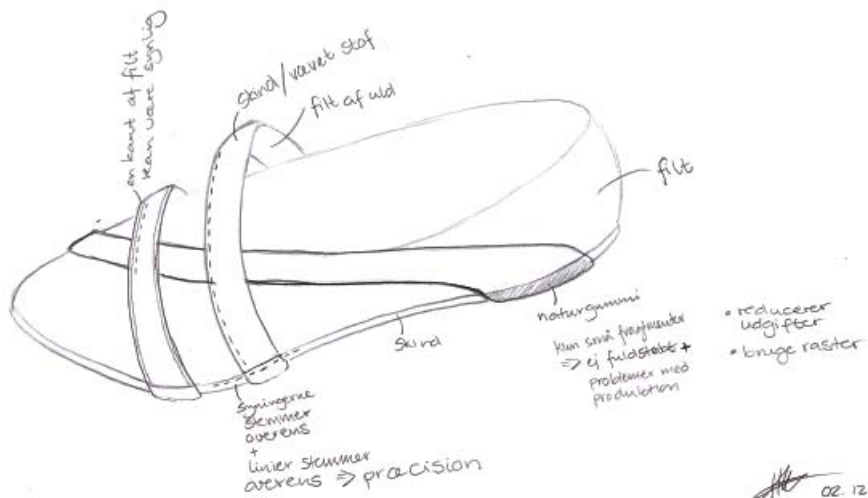


11/11-2010

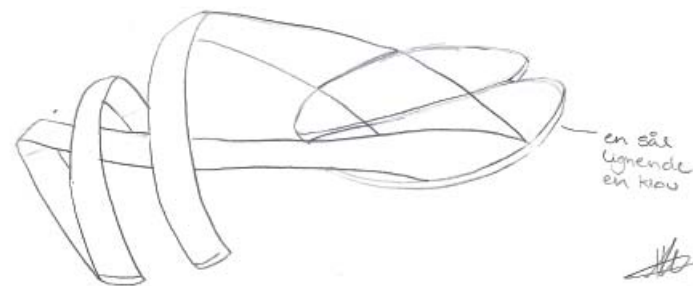


14/11-2010





02.12.2010

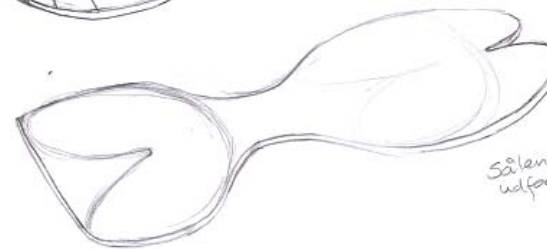
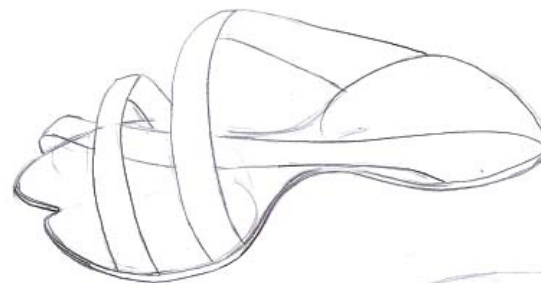


03.12.2010



=> Syning med i sår indfra

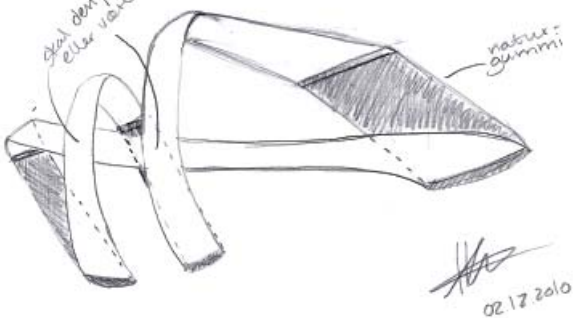
02.12.2010



Så læns udformning

03.12.2010

skal den fleks her eller være fleksibel?

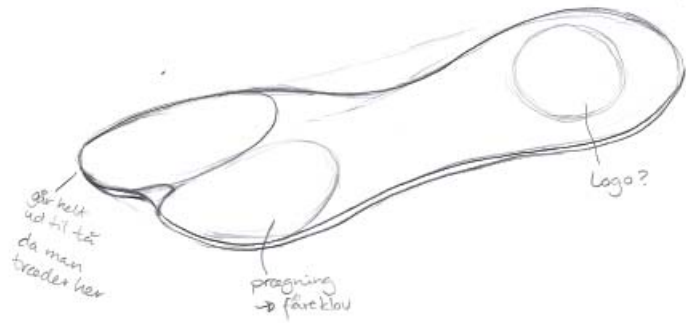


02.12.2010

hvordan kan den komme hurtigt af/på?

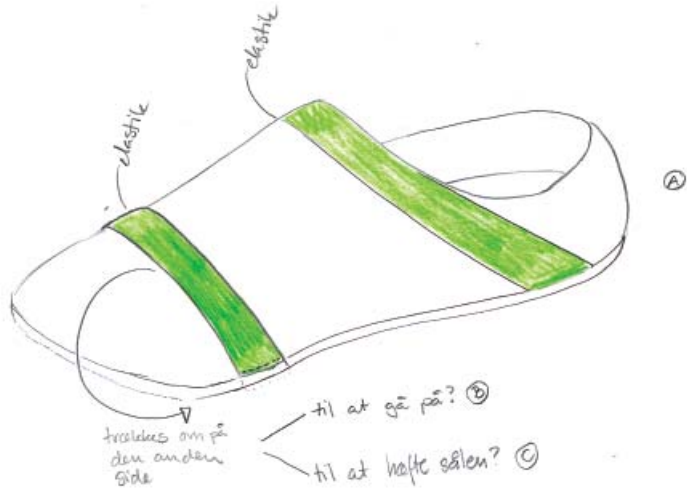
hvor + hvordan opmagasinere den uden den fylder/gænger?

Skal det ligne en sandal der sidder udvendig på en sko eller skal det ligne noget andet?

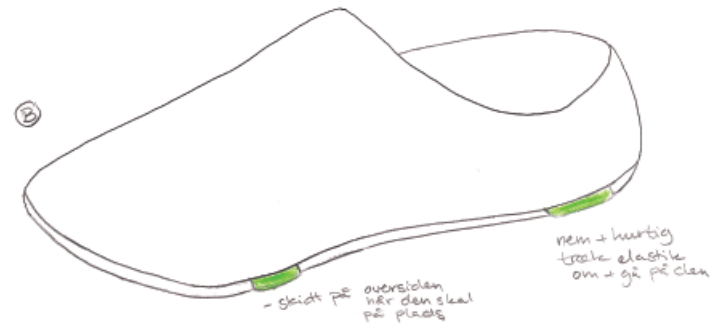


- Gummi sål
- fæstnes - hvordan?
  - bånd (klapklap)
  - velcro
  - klicke system
  - knapper

03.12.2010

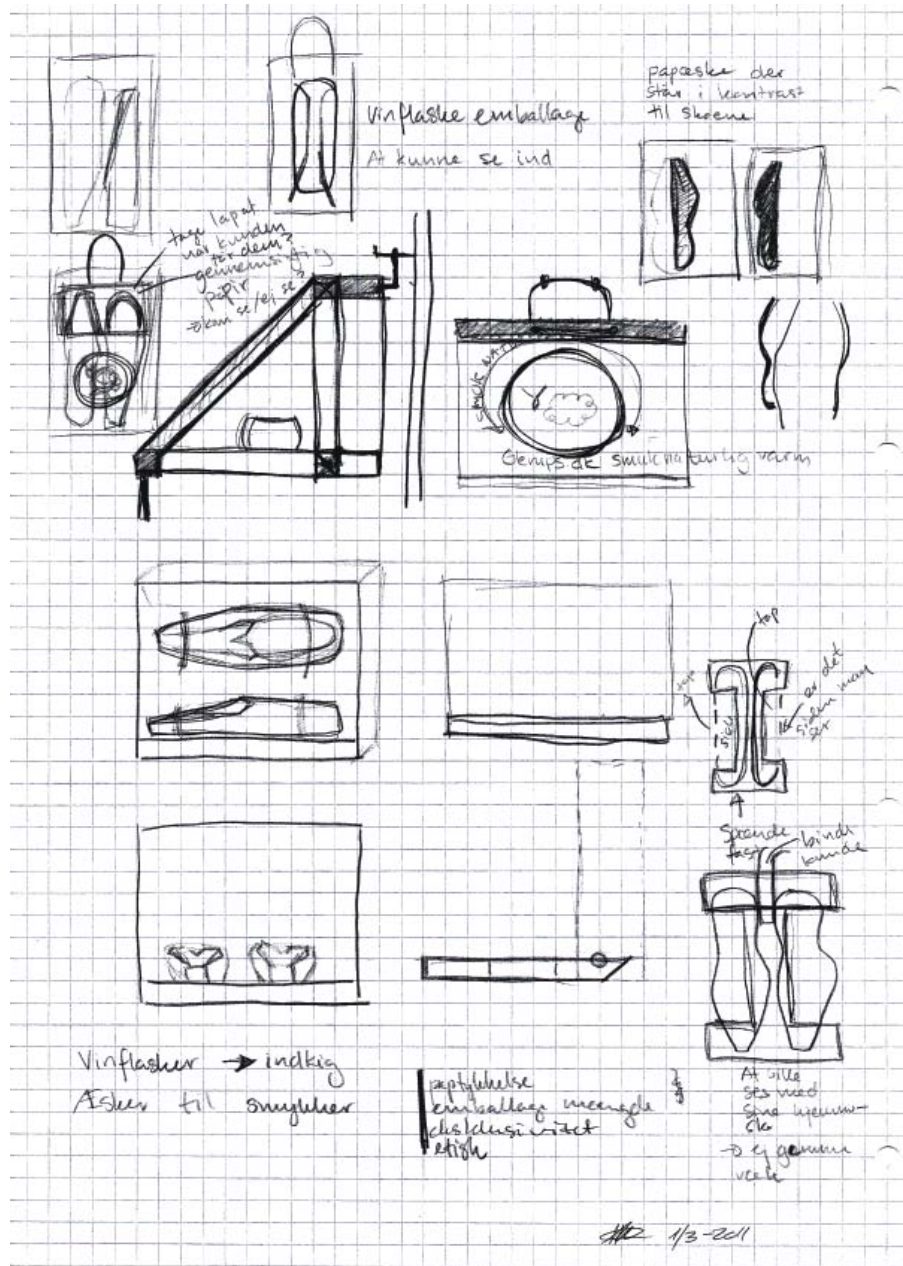


03.12.2010

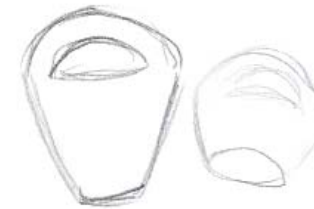




# APPENDIKS 23 - EMBALLAGE SKITSER



## Emballage ideer



Filttasker/poser  
der repræsenterer  
indhold

Den eksklusive  
emballage

set fra oven



Silke

uld

angiver  
skoens  
farver

Påsen  
kan benyttes  
til

- reklame for firma
- transport af skoene
- højne eksklusiviteten
- fortælle en historie

her kan info  
om størrelse, vigtige info  
+ forhandler  
stå

set fra oven



En kantet  
herremodel

En blød  
kvindemodel

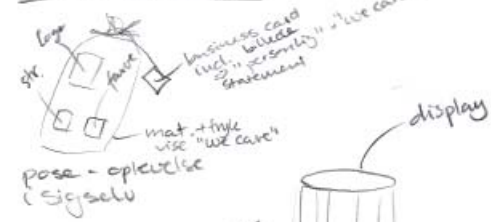
Altid modsætninger

hvor stift  
materiale?

hvor tydelig  
syning?

11/3-2011

Toms shoe design



TOMS!

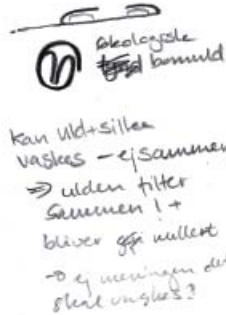
Antal pakker i en kasse  
 Nem at pakke  
 Glømpes kan sy

• Inngang på badevarene + entre  
 • Lige i skoen, kufferten mv.

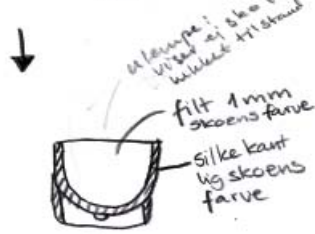


Sole

Ring, Skoeholder, Vaskepose i en

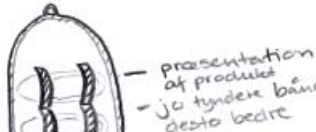
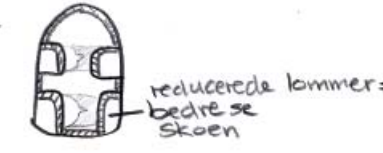


Silkes vaskeam.  
 Filterns vaskeam.  
 → kun kemiske

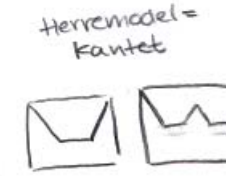
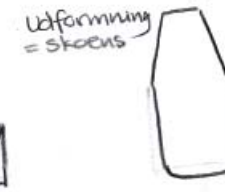


kan tages med på rejser eller opbevare skoen

- udstillinger:
- rejser
  - kufferten
  - bilen
  - ligge i stuen



reduceret til bånd ⇒ kan se alle skoens kvaliteter



⇒ produkt kan hænge i den hvis emballagen er åben

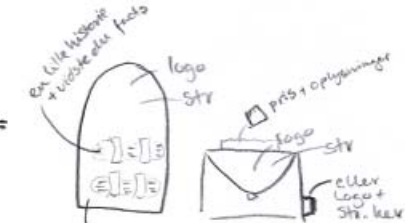
⇒ knager stativer mv.

kan indgå i udstillinger som:  
 - badevareler  
 - garderobler  
 - entre

viser sig sko i lukket tilstand



- nem at transportere  
 - kan udstilles hængende i lukket til stand



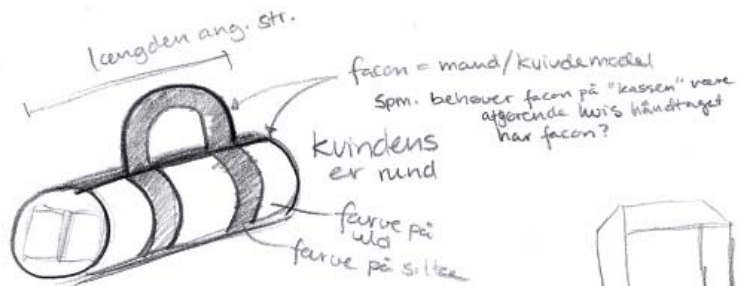
muligt at printe/stryge væsentlige oplysninger ⇒ altid tilgængelige i stedet for på papir som smides væk fx under skoene  
 ⇒ vigtig info der ikke gæver design

2013-2011

enhver sko-model passer derh

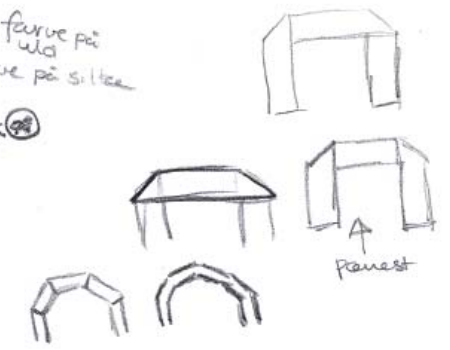
Kvaliteter

- Præsenter produkt på forskellige måder
- Kan indgå i udstilling på forskellig vis
- Nem at håndtere for alle brugere
- Glømpes kan selv producere dem
- Lang reklameværdi - men bevarer i det offentlige rum
- Brugsværdi efter køb
- Ny måde at præsentere skoene + nemt at prøve dem + opbevare dem
- Kan pakkes i stor kasse...



Glorups.dk

What a pair

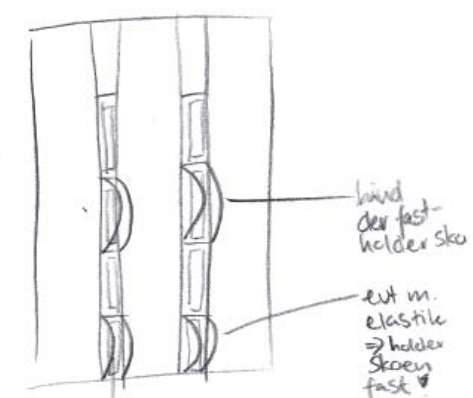
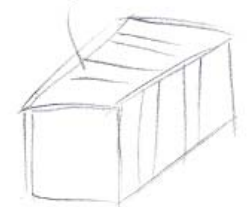


Madsætninger

Kant	bleed
Mand	kvinde
Silke	uld
Blank	mat
Færdet	Naturlig

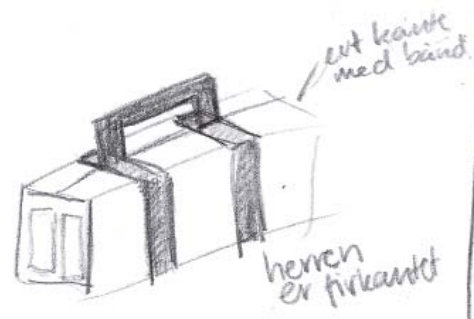
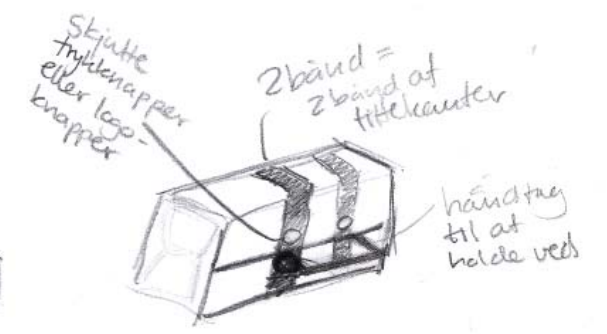
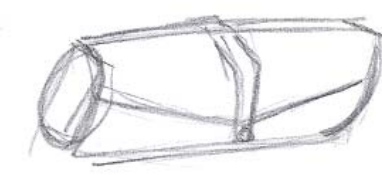
2 streger i alt  
 → byder mønstret

hvor bred/  
 hvor meget  
 er nok  
 til at  
 holde facon?

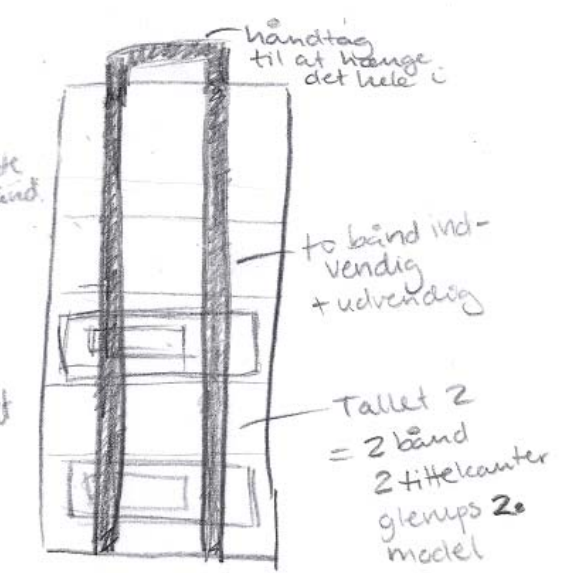


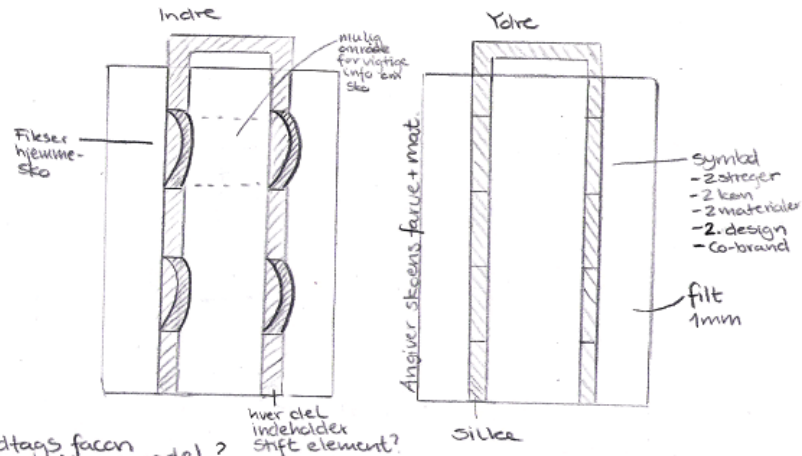
Stift mat.  
 fx plast stiver eller pap

# 26/3-201

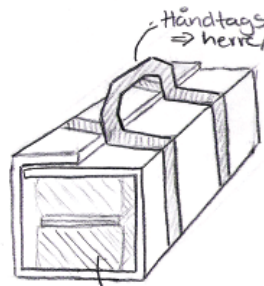


A pair  
 Couple up





Lukket



Håndtags form  
⇒ herre/damemodul?

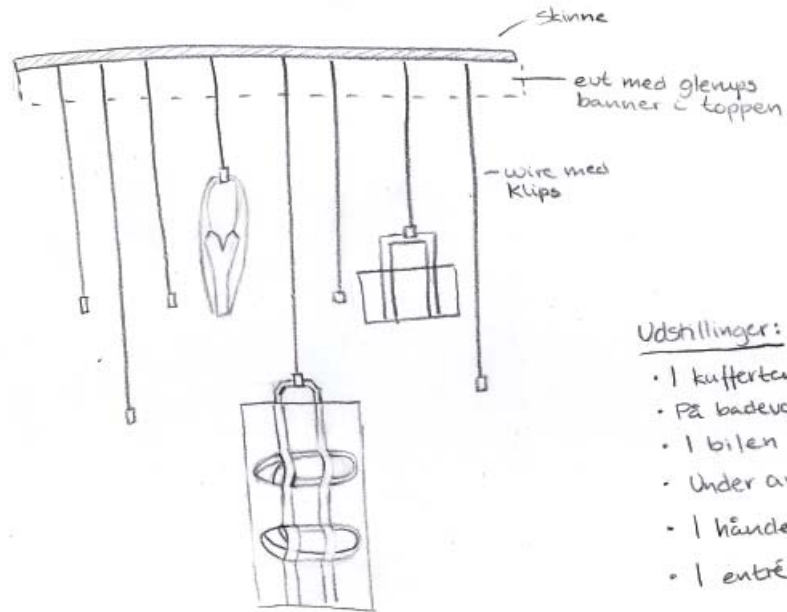
Men hvordan  
adskilles de  
forskellige  
modeltyper til  
damer sig?

Indsig til  
produkt

- hange
- stå
- foldes ud

hver del  
indeholder  
stift element?

05.04.2011

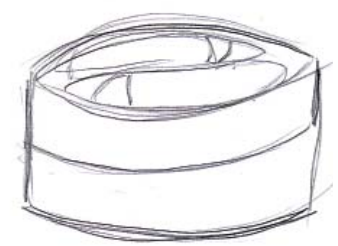


- Udstillinger:
- I kufferten
  - På badeværelset
  - I bilen
  - Under armen
  - I hånden
  - I entréen

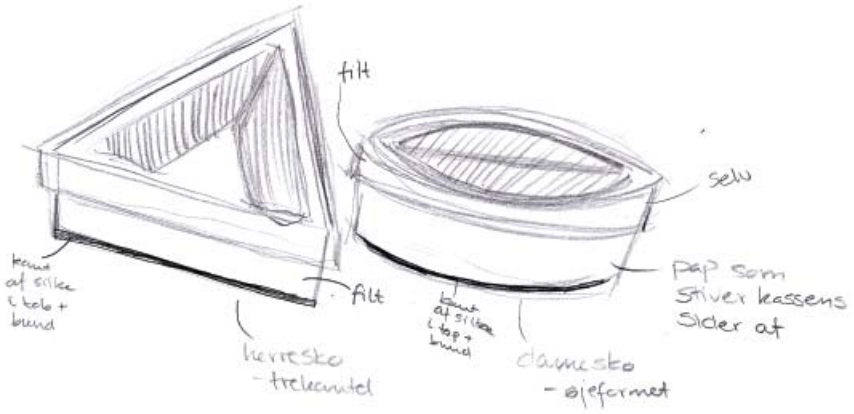
05.04.2011



ej så plastiske  
i en kuffert



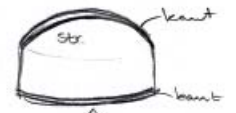
12/4-2011



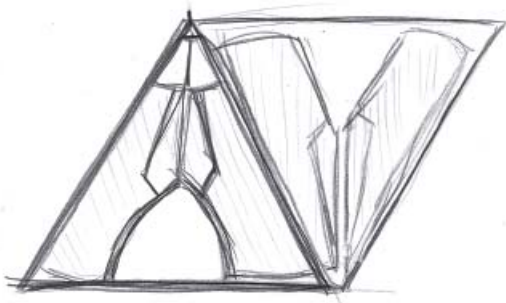
12/4-2011



Damasko - det runde



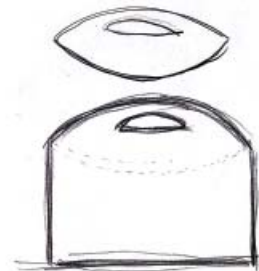
↑  
vskæringer  
evt i mund eller  
bunden af øreen



12/4-2011



lidt lig som  
disse papasleer  
til quaker  
w.w.



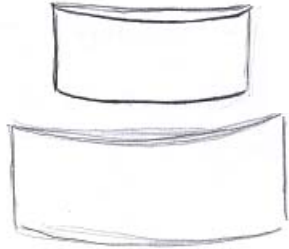
kan bruges  
til transport  
af sko eller  
andet

12/4-2011

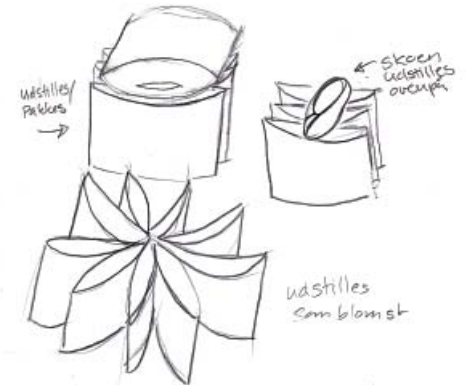
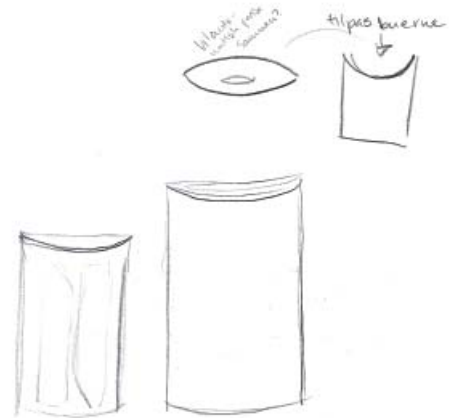
Herresko vs damesko  
 Emballage

Fix længden af kassen  
 - 2 str. en dame og en herre

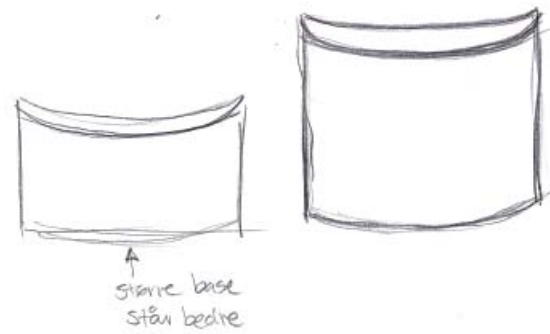
Fix højden af kassen  
 - herreskoen kommer i oven på hinanden  
 - dameskoen ved siden af hinanden



12/4-2011



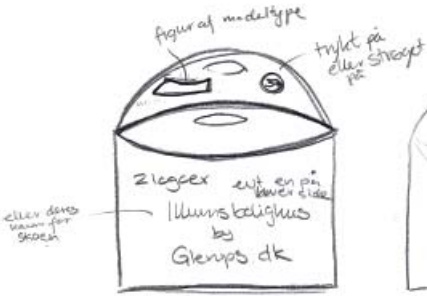
et dekorativt element i udstillingen



kan dog ikke stables ovenpå → Vandskeligt hinanden

kan stadig være i en kuffert

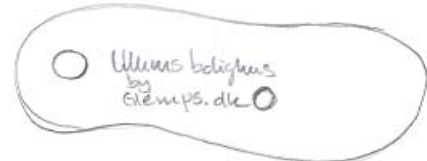
12/4-2011



Højere side bare op på pl Co-brand

Wm's by Glemp.dk

Contrast navn på produkt



fx sorte og mørkeblå hvid og brun

I princippet kan glemp selv lave dem - man tryk medde ulicens

12/4-2011

## APPENDIKS 24-25: TIL PRIVATE LABEL KOMPENDIET

# APPENDIKS 24 - PRIVATE LABEL SPØRGESKEMA

Private Label Afslut denne undersøgelse

## 1. Private Label

I forbindelse med mit speciale på AAU indenfor Industriel Design, er jeg i gang med at undersøge private label produktion i teori og praksis. Dette spørgeskema vil derfor blive benyttet til at klarlægge, hvorledes en designer kan forholde sig til emnet.

På forhånd tak for besvarelserne.

Mvh.  
Helle Mølgaard  
4MA – Industriel Design  
Aalborg Universitet

1. Er du stødt på begrebet private label, og i hvilken forbindelse?

- Gennem medierne (tv, avis, ugeblade)
- Gennem egne studier
- Ved deltagelse i seminarer og kurser
- Gennem din professionelle karriere
- Når du køber ind
- Nej - Du kender ikke til begrebet
- Andet (angiv venligst)

Survey Powered by:  
**SurveyMonkey**  
"Surveys Made Simple."

Private Label Afslut denne undersøgelse

## 2. Private Label Teori

I det efterfølgende kommer en beskrivelse af private label i teorien og de begreber, der er tilknyttet. Hertil stilles et spørgsmål om hvorvidt du har beskæftiget dig med nogle af områderne eller ej.

**PRODUCENT TYPER**  
Inden for private label teorien, inddeles producenterne efter 4 typer.

**Brands Only**  
"Brands only" udelukker produktion af private labels og fokuserer 100% på producentens egne brands.

**Dual brands**  
Producent af både egne mærker og forhandlermærker.

**Dedikeret private labels strategi**  
De dedikerede private label producenter, fører ikke egne mærker, men fungerer kun som underleverandør af produkter til forretningerne.

**OEM**  
OEM står for Original Equipment Manufacture, og det: Refererer til producenten af produkter eller komponenter, der bruges af en anden virksomhed og sælges under dennes brand eller mærke (Resellers). Kan også betegne de producenter der bruger underleverandører som led i deres produktion (Value added resellers).

2. Ud fra overstående beskrivelse, hvilke områder har du været med til at designe inden for? (marker gerne flere)

- Brands only
- Dual brands
- Dedikeret private label producent
- OEM

Brands only  
Dual brands  
Dedikeret private labels

### FORHANDLERENS PRODUKTKATEGORIER

Forhandleren kan have et ønske om at differentiere sin butik, fra konkurrenterne, ved at have sine egne mærker (private labels). Disse kan deles op i 4 kategorier.

**GENERIC** private labels konkurrerer kun på prisen, og det er ofte homogene dagligvarer, hvor kvaliteten ikke spiller nogen rolle, hvorfor den billigste producent får aftalen. Der bruges ikke tid på udvikling af emballage eller indhold, og produkterne er ofte anonyme (Eksempelvis Bilkas mærke "Budget").

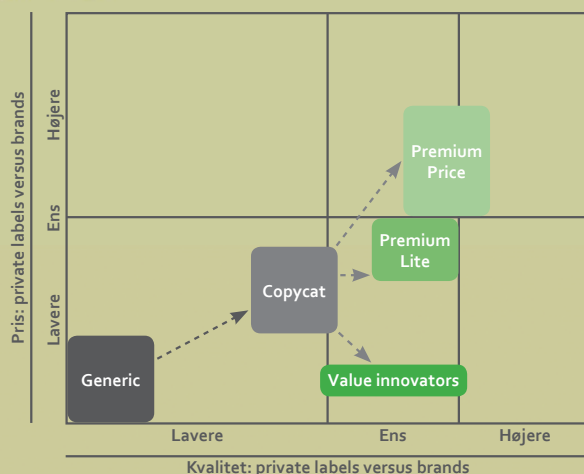
**COPYCAT** brands imiterer det førende producent brand inden for en bestemt varegruppe.

Med **PREMIUM** store brands forsøger butikken at skabe et attraktivt høj segments mærke, der adskiller sig fra producenternes og kan konkurrere på kvaliteten (Eksempelvis Bilkas mærke "Princip").

**VALUE INNOVATORS** prøver at give den bedste kvalitet til prisen, hvor produktets kvalitet er lig producentens, mens prisen ligger langt under. Det er ofter "House of store brands" butikker som H&M og Ikea.

3. Har du været med til at designe produkter indenfor nogle af de overstående forhandlerkategorier? (Marker gerne flere)

- Generic
- Copycat
- Premium
- Value Innovators
- Ingen af de ovenstående



### 4. MULIGE PARTNERSKABER

En producent og forhandler kan indgå i forskellige partnerskaber. Teorien beskriver følgende:

**Eksklusive brands:**

Forhandleren har brug for et høj kvalitets private label for at tiltrække sig kunder

**Custom SKUs:**

Forhandleren ønsker at differentiere sig fra andre forhandlere, hvilket kan ske gennem SKU's. SKUs er unikke produkter, der er udviklet specielt til et bestemt mærke. Det kan være alt fra indhold til emballage og mærkat der er specialdesignet.

**Eksklusive "one-time-offers":**

Disse dækker over limited editions, som kun fås i en begrænset periode.

**Co-brands:**

Co-brands giver en klar indikation af hvem producenten er, og hvem det er produceret for. Forhandleren og producenten har ofte et tæt samarbejde, hvor udviklingen af produktet sker i fællesskab. De deler endvidere af hinandens viden og erfaring indenfor segmentet, markedsføring, produktionsmetode og markedets tendenser, og det samlede profit deles lige mellem producent og butik.

	Eksklusive brands	Custom SKUs	Eksklusive "one-time-offers"	Co-brands	Ingen af disse
Hvilke af følgende områder, har du været med til at designe produkter eller emballage indenfor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Hvilken branche og størrelse virksomhed, har du været med til at designe private labels for? (Valgfrit spørgsmål)

Branche

Størrelse

### 3. Dine refleksioner inden for området private labels

Du bedes nu reflektere over de oplysninger du har fået, og herudfra give din vurdering af de designmæssige problemstillinger og muligheder private label kan medføre.

#### 6. Beskriv kort:

Hvilke designmæssige muligheder, du mener, der ligger i at udvikle et private label

Hvilke designmæssige udfordringer, du mener, der ligger i udviklingen af et private label

Hvilke designstrategier, du mener, der kan benyttes indenfor private labels

Hvilke fordele/ulemper, du mener, en virksomhed har, ved produktion af private labels?

#### 7. Hvilken indflydelse tror du private labels vil få i fremtiden?

- Stigende
- Faldende
- Samme

Evt. hvorfor?




### 4. Generelle oplysninger

Alle besvarelserne forbliver anonyme, men hvis du har lyst til at vide mere eller selv byde ind med din viden, kan du udfylde kontaktinformation.

#### 8. Har du lyst til følgende:

	Ja	Nej
At blive kontaktet for uddybende spørgsmål omkring private labels?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At deltage i et seminar omhandlende private labels?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At modtage en analyse og konklusion af resultatet (alle oplysninger er anonyme)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kontaktinformationer (navn, telefonnummer, e-mail og evt. stilling)




Survey Powered by:  
**SurveyMonkey**  
 "Surveys Made Simple."

## APPENDIKS 25 - RESULTAT AF PRIVATE LABEL SPØRGESKEMA

1) Er du stødt på begrebet private label, og i hvilken forbindelse?

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9-M17
Gennem medierne (tv, avis, ugeblade)			●						
Gennem egne studier			●						
Ved deltagelse i seminarer og kurser									
Gennem din professionelle karriere	●	●	●	●		●	●		
Når du køber ind			●					●	
Nej - Du kender ikke til begrebet					●				●
Andet (angiv venligst)				Fritids- job hos Arla					

Disse svarer på efterfølgende spørgsmål, mens de resterende springer fra.

2) Ud fra overstående beskrivelse, hvilke områder har du været med til at designe inden for?

	M1	M2	M3	M4	M5
Brands only	●	●			
Dual brands		●	●		●
Dedikeret private label producent		●		●	
OEM		●	●	●	●

3) Har du været med til at designe produkter indenfor nogle af de overstående forhandlerkategorier?

	M1	M2	M3	M4	M5
Generic				●	
Copycat			●		
Premium	●	●	●		●
Value Innovators		●			●
Ingen af de ovenstående					

4) Hvilke af følgende områder, har du været med til at designe produkter eller emballage indenfor?

	M1	M2	M3	M4	M5
Eksklusive brands		●			●
Custom SKUs		●	●		●
Eksklusive "one-time-offers"					
Co-brands		●	●		●
Ingen af disse				●	

5) Hvilken branche og størrelse virksomhed, har du været med til at designe private labels for?

	M1	M2	M3	M4	M5
Branche		Trappe/gelænder (træ- og stål-industrien) DIY	Rengøringsmaskiner (støvsugere)		Medicoindustrien (emner til operationer mm.)
Størrelse		160 ansatte			15-5000+ ansatte

6) Beskriv kort:

	M1	M2	M3	M4	M5
Hvilke designmæssige muligheder, du mener, der ligger i at udvikle et private label				Pas	
Hvilke designmæssige udfordringer, du mener, der ligger i udviklingen af et private label				Pas	
Hvilke designstrategier, du mener, der kan benyttes indenfor private labels				Skab unikke produkter, du mener, der kan benyttes indenfor private label	
Hvilke fordele/ulemper, du mener, en virksomhed har ved produktion af private labels?				Ulempe: De kan nemt skiftes ud med en anden producent, da det ikke er producenten, der ejer "brandet". Derfor skrues prisen, som aftagere betaler, ofte helt i bund, mens aftagerens krav skærpes.	

7) Hvilken indflydelse tror du private labels vil få i fremtiden?

	M1	M2	M3	M4	M5
Stigende		●		●	
Faldende					
Samme					

Evt. hvorfor?

M4: Store butikskæder får større og større magt og vil derfor kontrollere alt med private labels.

8) Har du lyst til følgende:

	M1	M2	M3	M4	M5
At blive kontaktet for uddybende spørgsmål omkring private labels?	-	Ja	-	Nej	Ja
At deltage i et seminar omhandlende private labels?	-	Ja	-	Nej	Ja
At modtage en analyse og konklusion af resultatet (alle oplysninger er anonyme)	-	Ja	-	Nej	Nej

De udleverede kontaktinformationerne oplyses ikke, eftersom besvarelsene forholdes anonyme.

# REFERENCER

# LITTERATURLISTE

## APPENDIKS 02: SORTIMENTSOVERSIGT 2010

### E-mails

- Glerup Kristensen, Nanny, 16.09.2010, Glerups.dk

### WEB

- www.glerups.dk (01.10..2010)

## APPENDIKS 03: SORTIMENTSOVERSIGT 2011

### WEB

- www.glerups.dk (23.04.2011)

## APPENDIKS 04: VIRKSOMHEDERNES KVALITETSSPÆND

### WEB

- <http://www.betterfelt.com/?page=webshop&productinfo=1&subcat=23> (08.02.2011)
- <http://www.ecco.com/dk/da/kollektion/herrer/casual/99004/01072/detail.do> (08.02.2011)
- [www.feltdesignshop.com/page.cfm?vpath=index](http://www.feltdesignshop.com/page.cfm?vpath=index) (18.10.2010)
- www.glerups.dk (18.10.2010)
- www.geisswein.com (18.10.2010)
- www.haflingerversand.de/ (18.10.2010)
- [www.living-kitzbuehel-shop.com/](http://www.living-kitzbuehel-shop.com/) (18.10.2010)
- <http://www.shoesinternational.co.uk/Ladies/rohde-shoes/rohde-ladies-slippers-and-house-mules/6070/p/20814/> (08.02.2011)
- <http://skoringen.net/herre-3/hjemmesko-43/rohde-hjemmesko-sort-3779.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/rohde-hjemmesko-ocean.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/laekker-hjemmesko-fra-rohde.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/slipper-fra-rohde.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/rohde-uld-hjemmesko-sort.html> (08.02.2011)

## APPENDIKS 05: VIRKSOMHEDERNES PRISSPÆND

### WEB

- <http://www.betterfelt.com/?page=webshop&productinfo=1&subcat=23> (08.02.2011)
- <http://www.ecco.com/dk/da/kollektion/herrer/casual/99004/01072/detail.do> (08.02.2011)
- [www.feltdesignshop.com/page.cfm?vpath=index](http://www.feltdesignshop.com/page.cfm?vpath=index) (18.10.2010)
- www.glerups.dk (18.10.2010)
- www.geisswein.com (18.10.2010)
- www.haflingerversand.de/ (18.10.2010)

- [www.living-kitzbuehel-shop.com/](http://www.living-kitzbuehel-shop.com/) (18.10.2010)
- <http://www.shoesinternational.co.uk/Ladies/rohde-shoes/rohde-ladies-slippers-and-house-mules/6070/p/20814/> (08.02.2011)
- <http://skoringen.net/herre-3/hjemmesko-43/rohde-hjemmesko-sort-3779.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/rohde-hjemmesko-ocean.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/laekker-hjemmesko-fra-rohde.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/slipper-fra-rohde.html> (08.02.2011)
- <http://www.webzjoos.dk/rohde-uld-hjemmesko-sort.html> (08.02.2011)

## APPENDIKS 06 - HJEMMESKOSPØRGESKEMA

- [www.feltdesignshop.com/page.cfm?vpath=index](http://www.feltdesignshop.com/page.cfm?vpath=index) (18.10.2010)
- www.glerups.dk (18.10.2010)
- www.geisswein.com (18.10.2010)
- www.haflingerversand.de/ (18.10.2010)
- [www.living-kitzbuehel-shop.com/](http://www.living-kitzbuehel-shop.com/) (18.10.2010)

## APPENDIKS 08: UNDERSØGELSE AF SYMASKINER

### WEB

- <http://www.pfaff-industrial.com/pfaff/en/service/downloads/downloadbrochure/pfaffdocument?doctype=prospect> (02.11.2010)
- <http://www.pfaff-industrial.com/pfaff/en/products/sewing/pfaffcatalog?matyp=sewing&mainbranch=B060&branch=0601000#operation> (02.11.2010)
- [http://www.juki.co.jp/industrial\\_e/products\\_e/index.html](http://www.juki.co.jp/industrial_e/products_e/index.html) (02.11.2010)
- www.ciucani.it (02.11.2010)
- www.pfaff-industrial.com (02.11.2010)

## APPENDIKS 10: DEFINITION AF "WORD OF MOUTH"

### Konference

- Veiby, Mads Peter, Medstifter of M1, Konferencen "På herrens mark III", 08.12.2010

### WEB

- <http://acsorensen.com/> (01.03.2011)
- [http://m1.dk/Produkter/Presse/Mads\\_Peter\\_Veiby/](http://m1.dk/Produkter/Presse/Mads_Peter_Veiby/) (28.03.2011)
- <http://www.facebook.com/home.php#!/IKEAUSA> (28.03.2011)
- <http://www.facebook.com/home.php#!/ikeasverige> (28.03.2011)
- <http://www.youtube.com/watch?v=BDODk78wDcg> (28.03.2011)