

“Het ontwerp van een premium giftbox voor het merk Old Amsterdam voor toeristen in de Old Amsterdam Cheese Stores.”

*Geeske Meijer
Industrial Design
University of Twente
The Netherlands*

SAMENVATTING

Westland Kaas heeft per 1 oktober 2017 de drie toeristenkaaswinkels ‘Golden Age Cheese Stores’ in Amsterdam overgenomen en omgedoopt tot ‘Old Amsterdam Cheese Stores’. Om de Old Amsterdam Cheese Stores naar een hoger, premium niveau te brengen is er behoefte aan een exclusieve giftbox.

Het hoofddoel van deze bacheloropdracht is dan ook het ontwerpen van een premium giftbox voor het merk Old Amsterdam voor de toeristen in de Old Amsterdam Cheese Stores. De bedoeling is dat dit gerealiseerd wordt door een uitgebreide analyse van de markt, de doelgroep en de stijl van Old Amsterdam en op basis van de resultaten daarvan concepten te maken en een daarvan daadwerkelijk te ontwerpen en uit te werken. Tijdens de analyse is er zowel deskresearch als fieldresearch gedaan, maar zijn er ook interviews afgenomen in de Cheese Stores om de doelgroep in kaart te brengen.

Uit het marktonderzoek kwam onder andere naar voren dat het zogenaamde in- en uitpakmoment bijdraagt aan het premium gevoel van het product. Daarnaast dragen de winkelpresentatie en de aandacht die de klant in de winkel krijgt in belangrijke mate daaraan bij.

De toerist in de doelgroep voor Old Amsterdam is op zoek naar authenticiteit en wil iets ‘typisch’ Amsterdams mee naar huis nemen. Ze verlangen naar een herinnering aan Amsterdam, zodat ze bij thuiskomst nog een stukje Amsterdam kunnen beleven én proeven. De karakteristieke kenmerken uit de stijl van Old Amsterdam zijn: de skyline van Amsterdam, het zwart en het woordmerk van Old Amsterdam. De te ontwikkelen giftbox moet binnen de sfeer passen die Old Amsterdam wil uitstralen.

Met de onderzoeksresultaten is een Programma van Eisen opgesteld, die de basis heeft gevormd voor de ideegeneratie. Vanuit de belangrijkste punten en in overleg met Old Amsterdam zijn hier twee concepten uit geselecteerd en verder uitgewerkt. Vervolgens is er weer gekeken naar in hoeverre de concepten aan de zwaarst wegende eisen voldeden en is er een concept gekozen.

Het gekozen concept - het Grachtenpandje - is in detail uitgewerkt. Alle aspecten om de giftbox van premium niveau te maken zijn meegenomen in het ontwerp. Om verschillende in- en uitpak mogelijk-

heden te testen, zijn functionele modellen gemaakt. Daarna zijn enkele zichtmodellen gemaakt om een beter beeld van het ontwerp te krijgen. Deze modellen zijn meegenomen naar de Cheese Stores en met die inzichten is de winkelpresentatie ook uitgewerkt.

Het eindresultaat is nog niet helemaal klaar voor productie; er moet nog een aantal belangrijke beslissingen door Old Amsterdam worden genomen. Daarnaast moet de leverancier van de giftbox nog met een kostprijs komen, op basis waarvan er misschien nog aanpassingen aan het eindproduct moeten worden gedaan.

Het eindresultaat van deze bacheloropdracht wordt opgeleverd in de vorm van een tot in detail uitgewerkt ontwerp en een zichtmodel van de giftbox. Daarnaast worden aanbevelingen gedaan om de giftbox een prominent onderdeel te maken van de winkelpresentatie in de Brandstores.

De giftbox is met veel enthousiasme ontvangen bij zowel Old Amsterdam als bij Paardekooper, de beoogde producent van de giftbox. Het ligt in de bedoeling om de giftbox daadwerkelijk verder uit te werken en productieklaar te maken, zodat hij in de zomer van 2018 in de Old Amsterdam Cheese Stores staat.

SUMMARY

On October 1st 2017 Westland Kaas took over three tourist cheese shops 'Golden Age Cheese Stores', and renamed the stores 'Old Amsterdam Cheese Stores'. To bring the Old Amsterdam Cheese Stores to a higher, premium level, there is a need for an exclusive gift box.

The main objective of this bachelor assignment therefore is to design a premium gift box for the brand Old Amsterdam for the tourists in the Old Amsterdam Cheese Stores. This will be realized by an extensive analysis of the market, the target group and the style of Old Amsterdam. Due to the results of this analysis, one concept will be elaborated. During the analysis phase desk and field research took place. Interviews were conducted in the Cheese Stores, to map the target group.

The market research showed among others that so-called 'packing and unpacking moment' will

contribute positively to the premium experience of the product. In addition, the representation of the store and the amount of attention given to the customer in the store, also contributes to this feeling.

The target group of Old Amsterdam is looking for authenticity: the tourists want to take something 'typical' dutch (specifically from Amsterdam) home with them. They are looking for a souvenir from Amsterdam, in order to be able to experience and taste a bit of Amsterdam when they are back home. The characteristic features of the Old Amsterdam style are the following: the skyline, the colour black and the brand logo. The gift box must conform the ambience of Old Amsterdam.

With these results the Program of Requirements was formulated, which formed the base for the idea generation. The most important aspects of the Program of Requirements were discussed with Old Amsterdam, which led to the development of two concepts. Subsequently, these concepts were reviewed and one concept was chosen.

The chosen concept - the Grachtenpandje - has been worked out in detail. All aspects to make the gift box of a premium level are included in the design. Various models were made to test different packing and unpacking options. Following, a prototype is developed in order to obtain a better vision of the design. To obtain a perspective from

the store presentation, these models were placed in the Cheese Stores.

The final version of the design is not yet ready for production - a number of important decisions still have to be taken by Old Amsterdam. In addition, the supplier of the gift box still has to come up with a cost price. Based on these decisions, some adjustments may still have to be made to realize the final product.

The final result of this bachelor assignment will be delivered in the form of a detailed design and a prototype of the gift box. In addition, recommendations are given to the client in order to make the gift box a prominent part of the store presentation in the Brandstores.

The gift box has been received with great enthusiasm by Old Amsterdam as well as from Paardekooper, the intended producer of the gift box. The intention is to develop the gift box to its final design and prepare for production, in order to offer it to the Old Amsterdam Cheese Stores in the summer of 2018.