

Public summary in English

Samsonite has identified an opportunity to expand their existing portfolio of travel products. This opportunity presents itself in the form of an ageing society with a big group of people nearing their retirement age. This group is called baby boomers, although they don't like to refer to themselves like that. Baby boomers are born between 1945 and 1965 and are the biggest cohort known to our demographics and will be between 53 and 73 years old in 2018. Because this group is so big the division was made between young seniors (born 1955-65) and seniors (1945-55). The baby boomer generation left its mark on every stage it passed in life. And now they are about to enter the next stage retirement.

This means a lot will change for them in the coming years. They will start working less, they have more spare time, they have considerable savings, and paid of their mortgage. This allows them to focus on different things, for example being more socially involved, giving back to the community and of course traveling. This provides the opportunity to design products that fit their specific needs. In this thesis issues have been identified in the use of existing travel products for baby boomers.

Several ideas have been elaborated and evaluated to assess their relevance to the target group. Each focussing on the specific issues the target group faces when travelling. This resulted in a general requirement specification for designing for baby boomers. In general the key to success when designing for baby boomers is to improve usability and functionality in a non stigmatising way to empower the user to travel to the best of their abilities. Together with representatives from different departments inside the company a specific area of improvement has been chosen to develop further.

This resulted in the design of an innovative locking mechanism that will improve usability, speed and safety of it's contents. Different facets of the design have been explored and documented like the technical feasibility, cost price estimation and production plans. The developed solution is implemented in an existing suitcase as a prototype which can be used for further evaluation and to check acceptance by the target group. Recommendations have been made for further product development and implementation of the solution in future products.

Public summary in Dutch

Samsonite heeft een mogelijkheid geïdentificeerd om hun bestaande portfolio van reisproducten uit te breiden. Deze mogelijkheid doet zich voor in de vorm van een vergrijzende samenleving met een grote groep mensen die hun pensioengerechtigde leeftijd nadert. Deze groep wordt babyboomers genoemd, hoewel ze zelf niet graag op deze manier naar zichzelf verwijzen. Babyboomers zijn geboren tussen 1945 en 1965 en zijn het grootste cohort die we kennen in onze demografie. In 2018 ligt de leeftijd van mensen in deze cohort tussen de 53 en 73 jaar oud. Omdat deze groep zo groot is, is de verdeling gemaakt tussen jonge senioren (geboren 1955-65) en senioren (1945-1955). De babyboomers generatie heeft zijn stempel gedrukt op elke fase die ze passeerden in hun leven. En nu staan ze op het punt om aan de volgende fase te beginnen, het pensioen.

Dit betekent dat er de komende jaren veel voor hen zal veranderen. Ze zullen minder gaan werken, ze hebben meer vrije tijd, ze hebben aanzienlijke spaartegoeden en hebben hun hypotheek afbetaald. Hierdoor kunnen ze zich op andere dingen concentreren, bijvoorbeeld door meer sociaal betrokken te raken, teruggeven aan de gemeenschap en natuurlijk reizen. Dit biedt de mogelijkheid om producten te ontwerpen die aan hun specifieke behoeften voldoen. Daarom zijn in dit proefschrift problemen vastgesteld bij het gebruik van bestaande reisproducten door babyboomers.

Verschillende ideeën zijn uitgewerkt en geëvalueerd om hun relevantie voor de doelgroep te beoordelen. Elk richt zich op de specifieke problemen die de doelgroep tegenkomt tijdens het reizen. Dit resulteerde in een algemene vereiste specificatie voor het ontwerpen voor babyboomers. Over het algemeen is de sleutel tot succes bij het ontwerpen voor babyboomers het verbeteren van het gebruiksgemak en de functionaliteit op een niet-stigmatiserende manier om de gebruiker in staat te stellen naar zijn beste vermogen te reizen. Samen met vertegenwoordigers van verschillende afdelingen binnen het bedrijf is een specifiek verbeterpunt gekozen om verder te ontwikkelen.

Dit resulteerde in het ontwerp van een innovatief sluitmechanisme dat de bruikbaarheid, snelheid en veiligheid van de inhoud zal verbeteren. Verschillende facetten van het ontwerp zijn onderzocht en gedocumenteerd, zoals de technische haalbaarheid, kostprijsschatting en productieplannen. De ontwikkelde oplossing is geïmplementeerd in een bestaande koffer als een prototype dat kan worden gebruikt voor verdere evaluatie en om acceptatie door de doelgroep te meten. Er zijn aanbevelingen gedaan voor verdere productontwikkeling en implementatie van de oplossing in toekomstige producten.