

Lehdistötiedote, 21. huhtikuuta 2010

Pohjoismaalaiset eivät halua näyttää kokemattomilta matkailijoilta

Kevät herättää monissa matkustushalun ja monet pohjoismaalaiset suuntaavat Euroopan suurkaupunkeihin. Samalla suurten matkayhtiöiden klassiset kesälomakohteet alkavat olla täyteen varattuja. Mutta miten oikein pakkaamme? Ja miten tärkeä on matkalaukun välittämä viesti? Matkalaukkuvalmistaja Samsonite juhlistaa vuonna 2010 satavuotista innovaation ja designin taivaltaan muun muassa tutkimalla pohjoismaalaisten suhdetta matkalaukkuihinsa.

Samsoniten menestystarina alkoi yksinkertaisista puisista laukuista 1910-luvulla. Sitten ihmisten matkustustottumukset ovat muuttuneet ja Samsonite on ollut matkalaukkujen kehityksen kärjessä tehden matkustamisesta helpompaa ja turvallisempaa.

Pohjoismaalaiset ovat yksimielisiä – turvallisuuden ja varmuuden tunne on tärkeää

Hiljattain suoritetussa tutkimuksessa*, johon osallistui n. 4000 tanskalaista, suomalaista, norjalaista ja ruotsalaista vastaajaa, kysyttiin mm. mitä vastaajat haluavat matkalaukkunsa viestittävän. Vastaukset olivat varsin yksimielisiä: noin puolet vastaajista ilmoitti tärkeimmäksi sen, että matkalaukku viestittää turvallisuutta ja varmuutta. He eivät halunneet näyttää kokemattomilta matkailijoilta. Toiseksi tärkeimpänä pidettiin sitä, että matkalaukun pitäisi välittää omistajansa olevan iloinen ja myönteinen henkilö. Tärkeänä pidettiin myös sitä, että matkalaukku viestii toimivuudesta.

- Emme ole aloittelijoita, vaan edustamme 100 vuoden matkalaukkuinnovaatioita. Uskon tämän tutkimuksen kertovan osasyyn Samsoniten menestyksen taustalta. Valitessaan markkinajohtajan valmistaman laukun, näyttää automaattisesti varmalta ja tottuneelta matkailijalta. Satavuotisjuhlamme kunniaksi aiomme ottaa selville enemmänkin kohderyhmiemme suhteesta matkalaukkuihinsa, kertoo Samsoniten Pohjoismaiden markkinointipäällikkö Jennie Dahlin.

Tutkimus kertoo myös, että eri ikäryhmillä on erilaiset prioriteetit. Nuoremmat painottavat esteettisiä puolia enemmän kuin vanhemmat, jotka puolestaan mainitsevat useammin toimivuuden. Eroja tuntuu olevan myös tulojen suuruuden mukaan.

- Keskimääräistä korkeampituloiset pitävät turvallisuuden tuntua tärkeämpänä sitä, että he näyttävät laukunsa kanssa ammattimaisilta ja päteville. Varmistamme tietenkin, että tuotevalikoimamme vastaa asiakkaiden kaikkia erilaisia tarpeita, Jennie Dahlin kertoo.

100 vuoden kokemus laukkuun kerättynä

Samsonite aloitti puisten matkalaukkujen valmistuksen jo 1910-luvulla, ja visiona oli luoda korkealaatuisia ja ominaisuuksiltaan uutta luovia laukkuja. Tämä ajatus on ollut toimintamme perustana alusta asti, ja Samsonite on vakiinnuttanut asemansa maailman johtavana, tiedostaville matkailijoille suunnattujen korkealaatuisten ja innovatiivisten matkalaukkujen valmistajana.

Vuosisadan kestänyt kehitys on kulkenut alkuvaiheen puulaukuista nykypäivän huipputeknologisiin polymeerimuovisiin laukkuihin. Samsoniten Cosmolite-laukku on nykyään modernin laukkuteollisuuden standardi ja se noudattaa samoja ydinarvoja ja samaa visiota, jotka Samsoniten perustan luonut Jesse Shwayder aikoinaan muotoili.

*Internetissä toteutettu omnibustutkimus (SnabbaSvar.se) Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa ja Suomessa (n. 4000 vastaajaa).

Lisätietoja:

Jennie Dahlin

Marketing Manager

Samsonite AB

Tel: +46 739 75 10 64

E-mail: jennie.dahlin@samsonite-europe.com