

KRABAT & CO AB

LEVA PÅ EN HOBBY

EN TITT PÅ LIVET AV EN LITEN LEKSAKSFABRIK



POPULÄRA MJUKISDJUR I VELOUR

Mjukisdjuren från KRABAT var populära i Sverige redan på 1970-talet tack vare den nyskapande användningen av velour.

På 1970-talet träffades fyra vänner med en passion för handarbete i Enskede söder om Stockholm, för att visa upp sina dockskåp, sin keramik, sina lapparbeten och sina mjukisdjur i velourtyg. Anne Zapel von Bahr och Åke Cederholm började med att skapa roliga fantasidjur i velourtyg, vilket tilldrog sig stor uppmärksamhet eftersom det på den här tiden var ovanligt att skapa leksaker i detta material. En artikel i tidskriften *Femina* resulterade i en ännu större efterfrågan, så stor att de fyra vännerna grundade sitt eget företag år 1976 och började sälja sina hantverksprodukter. År 1999 beslutade två av de fyra vännerna, Anne Zapel von Bahr och Malin Pehrsson, att fokusera på leksaker och dockor, vilket medförde att de startade ett nytt företag, KRABAT & CO



AB. Utöver egen tillverkning av tråpussel och dockmöbler började företaget också att distribuera importerade leksaker till affärer i andra skandinaviska länder. Efter några år av snabbt expansion drabbades KRABAT av en betydande tillbakagång pga den senaste ekonomiska krisen, och tre av företagets nio butiker fick slå igen. Sedan dess har KRABAT gjort enorma ansträngningar för att komma igen och kan nu erbjuda en katalog med runt 130 produkter från sin egen kollektion, samt leksaker från omkring 30 olika företag.

INTERNATIONELL VERKSAMHETSMODELL



Två av KRABAT:s 23 heltidsanställda arbetar med att utveckla nya leksaksdjur vid företagets kontor i Stockholm. Tillverkningen av leksaksdjuren i velour görs av ett litet familjeägt företag i Tjeckien, medan träleksaker tillverkas på Sri Lanka i gummiträ. Nära samarbete med båda tillverkarna borgar för kontroll i hela produktionsprocessen. KRABAT efterlever alla gällande juridiska krav för att garantera säkra produkter. Detta innefattar tydlig placering av obligatoriska etiketter på leksaken. Ett exempel är CE-märket som är tillverkarens garanti att leksaken följer alla EUs säkerhetsföreskrifter. Det stora antalet föreskrivna etiketter kan vara problematiskt för företag som KRABAT pga det utrymme de upptar på varje leksak, samt de administrativa kostnader som tillkommer för extra arbetsuppgifter.

KRABAT:s kreativa team i Stockholm utvecklar ca 10 nya produkter per år.

KONCENTRERAD FÖRSÄLJNING

Det är inte ekonomiskt genomförbart att exportera produkter som tillverkas i små mängder.

KRABAT fokuserar nästan helt på den inhemska och skandinaviska marknaden. Vid export utanför Sverige säljer företaget sina produkter direkt till butik, eftersom maginalerna inte tillåter mellanhänder såsom agenter och grossister. För att nå de kunder som inte kan besöka de butiker där KRABAT:s leksaker säljs, startade företaget sin egen Internet-butik år 2012. Även om KRABAT:s omsättning från försäljning online fortfarande är liten, så ökar den kontinuerligt.



KREATIVA SJÄLAR

KRABAT oroar sig över att barnen tillbringar mindre och mindre tid på att leka tillsammans med traditionella leksaker.

När barn leker, utvecklar de viktiga sociala och kognitiva förmågor. Krabat vill värna om den traditionella leken, stimulera barnets egen fantasi och kreativitet och skapa förutsättningar för barn att leka med varandra. Det är dock oroväckande att dagens barn lägger mindre tid på att leka med traditionella leksaker och med varandra, vilket påverkar deras utveckling och inlärning negativt.

FRÄMJAR BARNENS VÄLMÅENDE

KRABAT stöttar också aktivt olika organisationer som arbetar för att förbättra livet för missgynnade eller sjuka barn. Förtaget hjälper exempelvis *Barncancerfonden*, som finansierar större delen av barncancerforskningen i Sverige. Genom *SOS Barnbyar Sverige*, som finansierar projekt för socialt missgynnade familjer och barn, sponsrar KRABAT ett barn i Afrika samt en skola i Sydamerika.



”Även om jag förstår att det är viktigt med säkerhetsmärkning på produkterna kan alltför många etiketter förvirra konsumenten och därmed göra annan viktig information svårare att urskilja.”

Anne Zapel von Bahr, VD



Det finns ungefär 1,6 miljoner barn under 15 år (17 % av befolkningen) i Sverige och den årliga försäljningen av leksaker i **Sverige** uppnår omkring 3,8 miljarder kr. Det finns ungefär 230 leksaksföretag i Sverige, och alla är små till medelstora företag som tillsammans sysselsätter omkring 2000 personer.

Den **europiska unionen** (EU) är världens största leksaksmarknad (27 % av den globala försäljningen) som uppfyller de mångsidiga och föränderliga kraven från 79 miljoner barn. Över 99 % av nästan 5000 leksaksföretag är små och medelstora företag. Leksaksfabriker spelar en viktig roll i Europas ekonomiska struktur med över 220 000 personer som arbetar i branschen inom EU. Leksaksbranschen är ytterst internationell och ett av de mer dynamiska verksamhetsområdena i Europa: ungefär 60 % av leksakerna på marknaden varje år är nyutvecklade. Branschen är också mycket säsongreglerad och kunderna gör den större delen av inköpen under julperioden.

Leksaksbranschen är branschorganisationen för alla aktörer på den svenska marknaden för lek, hobby och baby. Våra medlemmar består av tillverkare, grossister, importör och återförsäljare. KRABAT & CO AB är medlem i Leksaksbranschen.

Toy Industries of Europe (TIE) är leksaksindustrins branschorganisation i Europa. Medlemmar är företag och nationella organisationer från hela Europa och däribland Leksaksbranschen.

