

FAQ Årets Leksak – för branschen, butiken & kedjan

1. Varför behövs Årets Leksak när kunderna ändå väljer själva?

För att hjälpa kunder navigera i ett stort utbud och lyfta fram leksaker med lekvärde, trygghet och kvalitet. Utmärkelsen gör kategorin lek mer begriplig och trovärdig och underlättar valet för konsumenten.

2. Vad är det övergripande målet med Årets Leksak?

Årets Leksak är en branschgemensam aktivitet som ska:

- skapa fokus på leksaks- och babybranschen
- vara säljfrämjande genom ett kurerat kvalitetsurval
- bidra till att öka branschens marknadsandelar genom att väcka konsumentintresse för lek
- öka och förstärka mediabearbetningen genom en tydlig nyhet och kvalitetsstämpel

3. Är det här bara en tävling för att skapa PR åt vinnarna?

Nej. Syftet är att stärka hela leksaksmarknaden genom att lyfta kvalitet, innovation och lekens betydelse. Vinnarna blir exempel som driver intresse och förtroende för leksaker som kategori, vilket gynnar hela branschen.

4. Är Årets Leksak en försäljningsranking?

Nej. Det är inte "mest sålda leksaken". Jury och kriterier styr, inte försäljningssiffror eller popularitet.

5. Hur säkerställs att urvalet är rättvist och trovärdigt?

Genom tydliga kriterier, en professionell jury och en transparent process. Små och stora aktörer bedöms på samma grund, och fokus ligger på barnens lek, trygghet och kvalitet.

6. Vilka krav måste en produkt uppfylla för att kunna delta?

För att delta i Årets Leksak måste produkten:

- uppfylla gällande krav och normer för säkerhet och tillverkning
- vara av god kvalitet och ha högt lekvärde, gärna med möjlighet att utvecklas eller kombineras med andra leksaker/produkter
- gärna vara en nyhet eller ha skapat ett nyväckt intresse
- finnas tillgänglig att köpa för lek- och babybranschens aktörer

7. Vad får handeln konkret ut av Årets Leksak?

Ett kurerat urval med färdiga motiveringar som kan användas i butik och online. Det ger trovärdiga kampanjteman, förbättrar kunddialogen och driver försäljning genom kvalitet.

8. Varför ska vi kommunicera vinnarna – gynnar det inte bara vissa leverantörer?

Vinnarna skapar draghjälp för hela kategorin. När konsumentintresset ökar för lek och leksaker, ökar trafik och köpbredd i hela sortimentet.

9. Hur kopplas Årets Leksak till barns utveckling och lekens värde?

Kriterierna utgår från lekvärde, åldersrelevans, trygghet och utvecklingsnytta. Utmärkelsen finns för att belöna leksaker som gör skillnad i barns lek och inte bara produkter som syns mest.

10. Hur kan vi använda Årets Leksak på bästa sätt i butik/online?

- i hyllskyltning och e-handel (“Årets Leksak-vinnare/finalister”)
- som kampanj inför jul/höst och andra säsonger
- i sociala medier med kort “varför den vann”-text
- i personalens rekommendationer till kunder
- med QR-länk till kriterier/motiveringar för extra trovärdighet

11. Vad vill ni att vi som bransch gör?

Att använda utmärkelsen Årets Leksak som ett gemensamt verktyg: kommunicera vinnarna, prata om kriterierna och hjälpas åt att stärka lekens värde och leksakskategoriens trovärdighet.

12. Varför har Årets Leksak flera kategorier?

För att lek är mångsidig och barns behov förändras mellan olika utvecklingsfaser. En babyprodukt, ett byggset och ett kreativt kit konkurrerar inte om samma barns lek och kan inte bedömas rättvist mot varandra. Kategorier gör att vi jämför liknande produkter med liknande, speglar bredden i lek och gör utmärkelsen trovärdig och användbar för både handel och konsument.

13. Varför just fem kategorier – varför inte fler eller färre?

Fem kategorier är en balans mellan tydlighet och relevans.

- **För många kategorier** riskerar att späda ut genomslaget: handel och media orkar inte lyfta allt och konsumenten uppfattar det som en lång lista snarare än en kvalitetsstämpel.
- **För få kategorier** gör utmärkelsen orättvis och mindre användbar, eftersom produkter som inte går att jämföra hamnar i samma grupp.

Med fem breda och tydliga kategorier får vi både ett starkt genomslag och en rättvis bedömning det samtidigt som utmärkelserna blir lätt att kommunicera och använda i butik/e-handel.

14. Vilka fem kategorier ingår och varför är de valda?

Kategorierna speglar barns utveckling och dagens lek, samt ger juryn rättvisa jämförelser:

- **Årets Leksak småbarn (0–3 år)** – fokus på trygghet, motorik och tidig lek.
- **Årets Leksak förskola (3–6 år)** – kreativ, social och rolleksdriven lek.
- **Årets Leksak skolbarn (6+ år)** – mer avancerad bygg- och problemlösningslek.
- **Årets Leksak vuxen/tonår (Kidult)** – speglar att lek fortsätter genom livet och att en växande marknad finns även utanför barnsegmenten.
- **Årets Leksak Innovation** – lyfter nytänkande produkter som driver branschens utveckling framåt.

15. Varför har vi tagit bort huvudkategorin “Årets Leksak”?

För att stärka syftet med utmärkelserna: Årets Leksak ska vara en kvalitetsguide, inte en enda “supervinnare”. Ett huvudpris tenderar att gynna vissa typer av produkter och gör andra mindre synliga, även om de är bäst för sin målgrupp. När alla kategorier har samma status blir utmärkelserna mer relevanta för fler barn, fler typer av lek och fler aktörer i branschen – och vi får större total effekt i butik och media.

Med utmärkelserna Årets Leksak skapas förtroendet till lek och möjliggör ökad försäljning.