



TÄVLINGSKRITERIER

ÅRETS EKOLOGISKT HÅLLBARA UF-FÖRETAG

ung
företagsamhet

A Member of JA Worldwide

Årets ekologiskt hållbara UF-företag - GOTLAND 2026



Har ert UF-företag en affärsidé som bidrar till ett mer miljömässigt hållbart samhälle och en hållbar framtid? Väljer ni lösningar som tar hänsyn till hur er verksamhet påverkar miljö, klimat och naturens resurser? Arbetar ni för att minimera negativ miljöpåverkan och, om möjligt, för att öka positiv miljöpåverkan? Då kan ni tävla i Årets ekologiskt hållbara UF-företag.

Fokus i den här tävlingen ligger på miljön och den ekologiska hållbarheten i första hand. Men att arbeta med hållbart företagande innebär att få ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet att fungera tillsammans. Alla tre aspekterna är viktiga i ett företags hållbarhetsarbete och ni behöver också visa på att ni har den förståelsen.

Om UF-företaget använt AI under sitt UF-år, i sin verksamhet och/eller i samband med tävlingar, ska de förklara hur de har använt AI och reflektera över det. Med ett analytiskt och kritiskt tankesätt ska de beskriva hur användningen av AI har påverkat kvaliteten och processen.

UF-företaget ska beskriva:

- Produkten, affärsidén och affärsmodellen
- Produktens produktionskedja, var tillverkas era produkter och var kommer materialet som de tillverkas ifrån? Används exempelvis metaller, kemikalier och plaster vid produktionen? Vilken miljöpåverkan finns? Vilka materialval ni har gjort? Är de miljömässigt framtagna? Har de exempelvis en hållbarhets- eller miljöcertifiering? Vilka material använder ni för övrigt i UF-företaget, t.ex. vid marknadsföring?
- Hur ni har arbetat utifrån en cirkulär ekonomi. Hur lång livslängd har er produkt? Går den att återvinna, kompostera, uppgradera eller är den enkel att reparera?
- Ekonomin, prissättning, försäljning, omsättning och lönsamhet.
- Hur affärsidén är ekonomiskt hållbar sett till investeringar, kostnader, intäkter samt beakta behov av långsiktighet och resurseffektivitet.

- Hur ni också har tagit hänsyn till social hållbarhet i arbetet med er produkt.
- I vilken omfattning och på vilket sätt UF-företaget har använt sitt hållbarhetsarbete i marknadsföringssyfte och profilering. Har ni en ärlig hållbarhetskommunikation och tydlig information till kund?
- Vilket/vilka globala mål ni har arbetat med och hur ni har gjort för att maximera positiva effekter och minimera negativa effekter.

Juryn bedömer:

Störst fokus ligger på de kursiva delarna men alla områden är viktiga i bedömningen.

1. **Produkten** - om varan eller tjänsten är hållbar och till nytta för konsumenten.
2. **Hållbarhetsarbete** – hur väl UF-företaget arbetar ekologiskt hållbart, miljömedvetet och resurssnålt genom helaproduktionskedjan, både internt och externt.
3. **Miljöpåverkan** – på vilket sätt bidrar UF-företagets verksamhet till en minskad negativ och/eller ökad positiv påverkan på vår miljö.
4. **Cirkulär ekonomi** - bidrar UF-företaget till en ökad cirkulär ekonomi?
5. **Ekonomi** - är UF-företaget lönsamt och kalkylerna rimliga? Har företaget ett vinstfokus som kan finansiera UF-företagets överlevnad?
6. **Socialt hållbart** - har UF-företaget även har tagit hänsyn till social hållbarhet?
7. **Marknadsföring** – hur väl har företaget lyckats med sin hållbarhetskommunikation? Är den sann, tydlig, relevant och transparent?

Tävlingsvärd:

Destination
Gotland



Ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet

Sedan 1980 har Ung Företagsamhet utbildat unga i entreprenörskap. Vi är en ideell och politiskt obunden organisation, som finns över hela landet. Vi inspirerar och tränar unga att i skolan utveckla sitt entreprenörskap och sina företagsamma förmågor – för en positiv samhällsutveckling. Vår vision är ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet.

Var tredje elev som idag går ut gymnasiet har drivit ett UF-företag och totalt har över 640 000 gymnasieelever drivit UF-företag sedan vi grundades. Varje år jobbar vi med lärare och elever på drygt hälften av Sveriges grundskolor genom våra läromedel, utbildningar och inspirerande möten. Vi driver även vårt nätverk UF alumni som ger unga entreprenörer, tidigare UF-företagare, personlig utveckling, drivkraft att växa och ett unikt kontaktnät.

Forskning visar att elever som drivit UF-företag har bättre möjligheter efter skoltiden; de får oftare jobb, har färre arbetslöshetsdagar och startar oftare eget företag.

Det vinner både de unga och samhället på.



Scanna QR-koden om du vill du veta mer om oss.

ung
företagsamhet

A Member of JA Worldwide