



TÄVLINGSKRITERIER

ÅRETS SOCIALT
HÅLLBARA UF-FÖRETAG



Årets socialt hållbara UF-företag - REGION 2026

Deadline: DD MM, kl 15:00

Har ert UF-företag hittat en lösning på ett samhällsproblem som kan göra skillnad för både individ och samhälle? Då kan ni tävla i Årets socialt hållbara UF-företag.

Fokus i den här tävlingen är i första hand på den sociala hållbarheten. Men att arbeta med hållbart företagande innebär att få social, ekologisk och ekonomisk hållbarhet att fungera tillsammans. Alla tre aspekterna är viktiga i ett företags hållbarhetsarbete och ni behöver också visa 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.
- Lösningen på en social utmaning i samhället och vilka effekter lösningen resulterat i.
- Ekonomi, prissättning, försäljning, omsättning och lönsamhet. Beskriv hur affärsidén är ekonomiskt hållbar sett till den sociala utmaningen.
- Var och hur UF-företagets produkt produceras. Vilka förhållanden gäller i de länder och/eller inom den industrin när det kommer till mänskliga rättigheter och arbetsvillkor? (Om det är relevant för ert företag).
- Tillgängligheten när det gäller era produkter. Det kan t.ex. gälla sådant som att använda handikappanpassade lokaler, eller att alla ska känna sig välkomna på ett evenemang ni ordnar.
- Om UF-företaget haft en socialt hållbar verksamhet under året. Har företaget sett till att alla känner sig inkluderade och arbetat med en hållbar arbetsmiljö? Har företaget tagit socialt ansvar såväl internt som externt?

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

Jury bedömer:

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

1. **Produkten** - om UF-företaget har en tydlig lösning på en **social utmaning i samhället?**
2. **Resultat** - vilka positiva effekter och resultat kopplat till den sociala utmaningen i samhället har UF-företagets produkt/affärsidé gett.
3. **Ansvarstagande** - om UF-företaget tar ansvar både internt och externt.
4. **Ekonomi** - om UF-företaget är lönsamt och kalkylerna är rimliga. Har företaget ett vinstfokus som kan finansiera UF-företagets överlevnad?
5. **Miljömässig hållbarhet** - om UF-företaget även tagit hänsyn till miljömässig hållbarhet.
6. **Marknadsföring** - hur väl har företaget lyckats med sin hållbarhetskommunikation? Är den sann, tydlig, relevant och transparent?

Ta gärna vägledning på vår webb:

<https://ungforetagsamhet.se/internal/hallbartforetagande>



Tävlingsinstruktioner

UF-företaget loggar in med sitt användarnamn och lösenord på www.ungforetagsamhet.se.

Ladda upp tävlingsbidrag bestående av en skriftlig beskrivning på max 3 A4-sidor i PDF-format och på max 10 MB. Ni har även möjlighet att ladda upp max 5 bilder/ritningar och på max 128 MB om ni önskar.

Följande uppgifter ska tydligt framgå i tävlingsbidraget: UF-företagets namn, region, skola och vilken tävling det avser.

Affärsidén får inte innehålla plagiat, strida mot svensk lagstiftning eller mot Ung Företagsamhets regler.

Tävlingsvärd:



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.

