



---

# Ungas företagsamhet 2024

- En AI-analys av affärsidéer från årets 12 356 UF-företag



---

---

# Förord



*För att Sverige ska förbli ett innovationsland krävs företagsamma medborgare. Att i skolan få möjlighet att utveckla sina företagsamma förmågor som att ta ansvar och leda sig själv och andra ger inte bara kraft till den enskilda individen – det ger kraft till samhällsförbättring.*

*Under våra 44 år har Ung Företagsamhet vuxit till en rikstäckande organisation med 24 regionala föreningar som stöttar ungas entreprenöriella resor från grundskolan till gymnasiet och vårt alumninätverk, UF alumni. Vårt arbete bidrar till att forma framtida entreprenörer, medarbetare, ledare och innovatörer.*

*I hjärtat av vår verksamhet ligger UF-företagen, en unik utbildningsmetod som ger unga möjlighet att skapa och driva sina egna företag under trygga former. Genom vår modell får eleverna en unik möjlighet att utforska företagsvärlden, testa sina idéer och utveckla värdefulla entreprenöriella förmågor. Ett betydelsefullt bidrag till skolans värld som ökar ungas möjligheter att påverka sin omvärld och framtid.*

*Därför är det med stolthet jag presenterar vår nya rapport "Ungas företagsamhet 2024". Jag hoppas att den, med flera intressanta slutsatser om ungt företagande 2024, kommer att fungera som en inspirationskälla och kunskapsbas för alla som är intresserade av att förstå mer av vad som formar morgondagens entreprenörer, medarbetare, ledare och innovatörer.*

*Trevlig läsning!*

*/Tove Jarl, vd Ung Företagsamhet*



## Om rapporten

Ung Företagsamhet har med hjälp av OpenAI kunnat analysera årets 12 356 UF-företags affärsidéer. Genom användningen av generativ AI har vi kunnat identifiera intressanta kategorier och teman som speglar dagens samhälle, baserat på de inskickade affärsidéerna. Inom varje kategori har vi identifierat nyckelbegrepp med hjälp av både AI och manuell analys, för att ge en djupare förståelse för ungdomars affärsengagemang och de trender som präglar deras innovationer.



# Innehåll

4. UF-företagande och entreprenörskap
5. Trender och elevernas drivkrafter 2024
12. Regionala skillnader
18. Tre trender bortom affärsidéerna
19. Produkt eller tjänster?
20. Vad vi vill
22. Våra effekter
24. Ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet





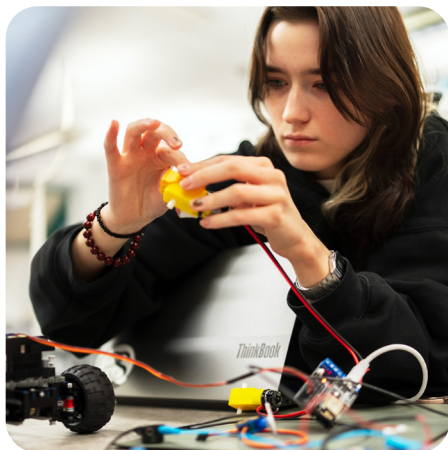
## Vad är ett UF-företag?

Ett UF-företag är ett företag som startas, drivs och avvecklas under ett läsår på gymnasiet och kan drivas inom alla gymnasieprogram - kopplat till ett eller fler ämnen. Vanligen består ett UF-företag av tre till fem medlemmar som ska klara av fem obligatoriska moment för att bli intygsberättigade. Under resan har de stöd av lärare, en extern handledare och det regionala UF-kontoret.



## Entreprenörskap i skolan

Entreprenörskap i skolan innebär att elever ska utveckla kunskaper, förmågor och förhållningssätt som rustar dem för ett föränderligt samhälls- och arbetsliv och är inskrivet i såväl grundskolans som gymnasieskolans läroplaner. I fem av gymnasieskolans arton nationella program är ämnet entreprenörskap obligatoriskt, samtidigt som entreprenörskap särskilt nämns som ett av examensmålen i ytterligare sex gymnasieprogram. Trots det, är det stora skillnader i tillgången till ämnet för elever över landet.



## Rekordet: 38 824

Läsåret 2023/24 har 38 824 gymnasieelever från norr till söder startat totalt 12 356 UF-företag, det är en ökning med 1 770 elever och 556 UF-företag jämfört med föregående år. Sedan grundandet läsåret 1980/81 har hela 599 678 svenskar fått möjlighet att starta och driva företag genom Ung Företagsamhet! Detta hade inte varit möjligt utan stödet från alla våra nationella och regionala partners. Ett särskilt varmt tack ska dock riktas till de 1 797 gymnasielärare som med stor entusiasm och energi guidar läsårets elever genom det lika utvecklande som utmanande UF-året!



---

---

# Trender och elevernas drivkrafter 2024

Ett av UF-årets viktigaste milstolpar är när företagen är klara med sina affärsidéer. Vi har länge velat gräva djupare i dessa, men med tanke på att de räknas i tusental har det inte riktigt låtit sig göras. Inte förrän nu. Med hjälp av AI har vi äntligen kunnat indexera, kategorisera och analysera innehållet i samtliga affärsidéer!

Det ska för ordningens skull nämnas att vissa typer av UF-företag är återkommande, likt tidigare år hittar vi exempelvis verksamheter som kretsar kring ljus eller smycken. Trots att själva företagen inte alltid är originella är sättet UF-företagarna uttrycker sig unikt för varje årgång. Summan av 12 356 generationsspecifikt formulerade affärsidéer ger oss därför möjligheten att presentera några intressanta slutsatser om ungt företagande 2024.

Så bläddra vidare för att läsa mer om UF-företagarnas förhållande till hållbarhet och deras nyttomaximerande inställning till hälsa.



# Individualism snarare än idealism

Årets UF-företagare har vuxit upp i en osäker samtid där svarta rubriker om globala konflikter och lågkonjunktur blivit vardagsmat, frågan är om det gjort dem lite mätta på världsproblem? Deras affärsidéer tenderar nämligen att fokusera på egennyttiga perspektiv snarare än altruistiska värden.

För några år sedan var det vanligt att UF-företag hade välgörenhet som affärsidé, sådana tongångar är betydligt mindre framträdande idag. UF-företagen väljer hellre att vara livsstilsbejakande och använda sig av begrepp som "unik" och "personligt" när de beskriver sina affärsidéer. Trenden speglar resultatet i Ungdomsbarometerns senaste generationsrapport. Där uppger ungdomarna att "tjäna pengar" är det näst viktigaste i livet just nu.

Betyder det att inga UF-företagare är intresserade av att bidra till något större? Så är det naturligtvis inte. Det är dock betydligt vanligare att UF-företag har för ambition att stötta yngre målgrupper jämfört med att rikta in sig mot specifika samhällsfrågor såsom jämställdhet.

Allt tonåringar intresserar sig för jämnåriga och utforskar sätt att uttrycka sin identitet är inget unikt för denna generation. Ett samhällsklimat präglad av stora och svårlösta "vuxenfrågor" bidrar kanske däremot till att UF-företagarna i högre utsträckning valt att utgå från sig själva, snarare än omvärlden, när de sökt affärsmöjligheter?

## 3,27 %

av UF-företagens affärsidéer har har triggerorden för att "hjälpa yngre", medan hjälpa äldre är 1,04 procent. Endast 0,37 respektive 0,09 procent av affärsidéerna handlar om välgörenhet eller jämställdhet.

”

För några år sedan var det vanligt att UF-företag hade välgörenhet som affärsidé, sådana tongångar är betydligt mindre framträdande idag.



"Personligt"

2

"Unikt"

1

"Hjälpa yngre"

3



## EventuZ UF

**Produkt:** Virtuellt mötesplattform.

**Affärsidé:** Att ta reda på vad man vill göra efter gymnasiet kan kännas som en omöjlighet, men vi ser det som en möjlighet. Vill du studera, resa, jobba eller volontärarbeta? EventuZ erbjuder en virtuell plattform där du som individ får möta möjligheterna oavsett din geografiska position. "Vart du vill, när du vill."



# Hållbarhet – för affärernas skull

Medan dagens UF-företagare fortfarande gick på mellanstadiet fick Greta Thunberg internationell uppmärksamhet för sin Skolstrejk för klimatet. I ljuset av detta är det föga förvånande att "hållbart" är det absolut vanligast förekommande ordet bland årets affärsidéer. Ett begrepp som troligen uppfattas som en hygienfaktor snarare än ett radikalt ställningstagande.

Tittar man närmare på affärsidéerna är ord som "hållbarhet" och "miljö" centrala, särskilt bland företag som tillhandahåller varor. I många fall bygger själva företagandet på att skapa värde av sådant som annars skulle gå till spillo. Samtidigt är det många UF-företag som använder liknande begrepp i förbifarten. De väljer snarare att ägna mer kraft åt att definiera sin unicitet än att i detalj beskriva hur deras företagande bidrar till en grönare framtid.

Mönstret som framträder är att UF-företagarna visserligen tycker att hållbarhetsperspektivet är viktigt, men de har även identifierat den affärsmässiga nyttan av att positionera sig som hållbara. Medan stora delar av näringslivet brottas med sin gröna omställning har morgondagens företagare hunnit skaffat sig ett försprång – tack vare sin gröna utgångspunkt.

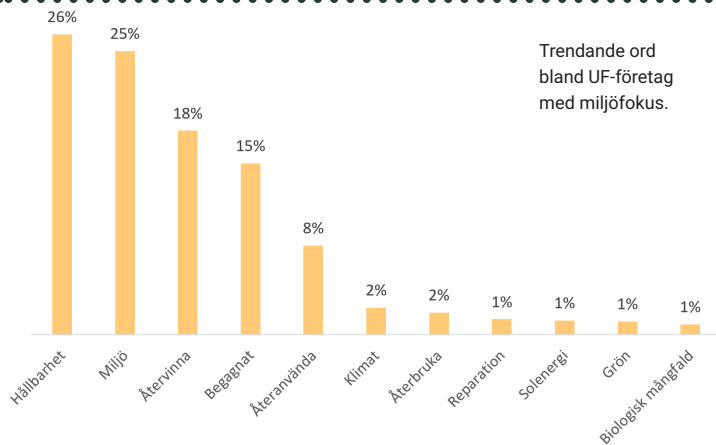


"Hållbart" är det absolut vanligast förekommande ordet bland årets affärsidéer.



**I många fall bygger själva företagandet på att skapa värde av sådant som annars skulle gå till spillo.**





## Dienaci UF

### Produkt:

Armband av fossilfritt stål.

### Affärsidé:

Dienaci UF presenterar stolt världens första armband i fossilfritt stål! Genom SSAB har vi fått tag i deras nya innovation, det fossilfria stålet. I kombinationen av ekologisk hållbarhet och stilren design har vi nu tagit fram världens första armband i fossilfritt stål. Armbanden är tillverkade i en metall 3D-printer som drivs av fossilfri gas och fossilfri el.

# Hälsosamt snygg livsstil



Hälsa och välmående är återkommande teman bland UF-företagens affärsidéer, angreppssätten tenderar dock att skifta över tid. För några år sedan var det populärt med idéer som kretsade kring kroppspositivism och uppmärksammandet av osunda kroppsideal. Årets UF-företagare inriktar sig snarare på att erbjuda olika former av hälsooptimerande produkter.

Det är särskilt intressant att titta närmare på UF-företag i kategorin "mat och dryck" eftersom dessa affärsidéer i högst utsträckning säger sig uppmuntra en "hälsosam livsstil". Företagen understryker ofta produkternas funktionella inslag, exempelvis att de stärker immunförsvaret eller ger en "energiboost". Försäljningsargument som att det ska vara snabbt, smidigt och enkelt att tillgodose kroppens näringsbehov är vanligt förekommande.

Däremot saknas helt UF-företag som torgför olika former av hälsofrämjande kosthållning, exempelvis "clean eating". Funktion verkar viktigare än metod. Faktum är att ordet "protein" används flitigare bland årets affärsidéer än exempelvis "näingsrik" eller "naturlig". Av detta kan vi ana att årets UF-företagare verkar vara mer intresserade av väldefinierade muskler än hälsosam tarmflora...



Ordet "protein" används flitigare bland årets affärsidéer än exempelvis "näingsrik" eller "naturlig".



**Försäljningsargument som att det ska vara snabbt, smidigt och enkelt att tillgodose kroppens näringsbehov är vanligt förekommande.**



Hälsosamt 6,29%

Protein 3,74%

Nyttigt 2,49%

Näringsrik 2,16%

Naturligt 1,97%

Vanliga ord som används inom kategorin "Mat och dryck".



## Athletica UF

### Produkt:

Pre Workout Candy.

### Affärsidé:

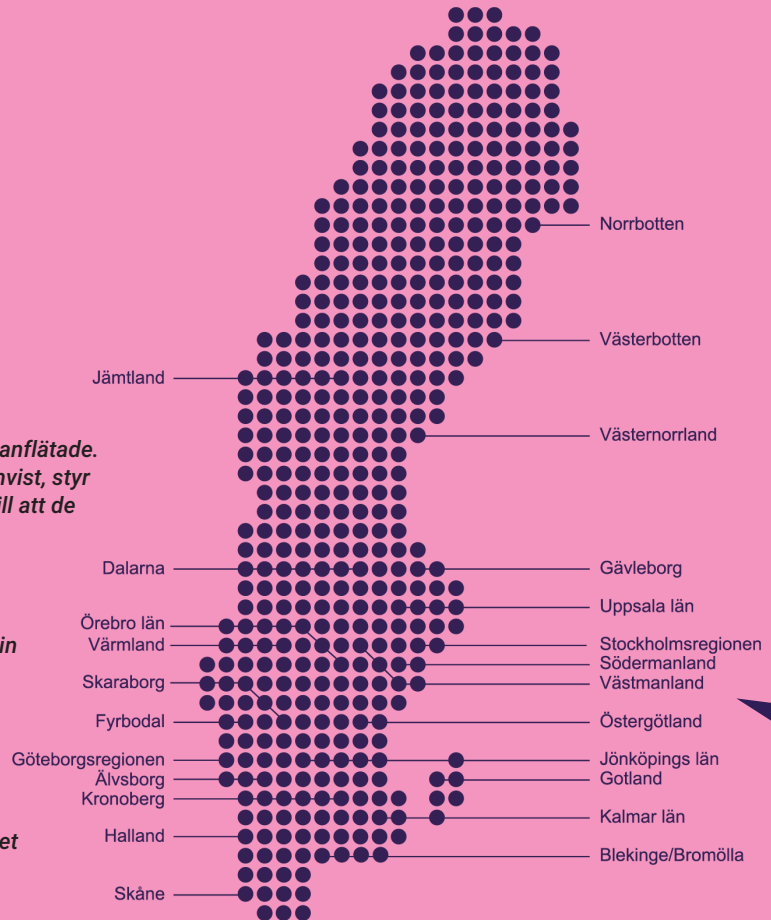
Fitness livsmedelsprodukter med omtanke för smak och hälsa, såsom fikabröd och godis, berikad med kosttillskott och näringsämnen, perfekt val för de som strävar efter att maximera sin prestation, allt på ett njutbart sätt.

# Regionala skillnader

*Påståendet att unga människor är hyperdigitala varelser är inte vidare kontroversiellt, de har trots allt varit uppkopplade sedan barnsben. Frågan är om de ens gör särskilt stor skillnad mellan den digitala och fysiska verkligheten, dessa världar är snarare tätt sammanflätade. Effekten blir att preferenser och intressen, istället för geografisk hemvist, styr vilka intryck ungdomarna stöter på i vardagen. Detta bidrar i sin tur till att de regionala skillnaderna i UF-företagandet minskat över tid.*

*Samtidigt verkar historiskt framgångsrika UF-företag bidra med inspiration till efterföljande generationer. Jönköpingsföretaget Noll Deponi UF (numera WindowGlass Recycling AB) utvecklade en maskin som kan separera glas från fönster- och dörrkarmar och därigenom minskar återvinningscentralernas deponiavfall. En innovation som gjorde att de vann SM i Ung Företagsamhet 2022. I juli samma år kammade de sedan hem ytterligare en guldmedalj, den här gången i EM i Ung Företagsamhet (Gen-E). Deras framgångsrika resa är säkerligen en starkt bidragande orsak till att UF-företagen från Jönköping är överrepresenterade när det gäller användningen av ordet "återvinning" i sina affärsidéer i år.*

*Väljer man att djupstudera UF-företagens affärsidéer blir ändå vissa geografiska mönster tydliga.*







”

Väljer man att djupstudera  
UF-företagens affärsidéer  
blir ändå vissa geografiska  
mönster tydliga.

---

---

# Unikt, medvetet och hälsosamt

Ingenstans är UF-företagen lika benägna att använda ordet "unik" i sina affärsidéer som i Göteborg och Stockholm. I storstadsregionerna är också konkurrensen om uppmärksamhet som allra störst – det gäller både för UF-företagen och ungdomarna själva. Därför är det kanske inte så konstigt att de gärna trycker på att deras produkter hjälper kunderna utstråla originell glans? Samtidigt är de tydligt medvetna om att det gäller att vara unik på rätt sätt...

Dessa UF-företag är flitigast i sitt användande av begrepp som "hållbarhet" och "hälsosam livsstil". Det är nästan dubbelt så vanligt att storstadsregionernas UF-företag uttrycker att deras affärsidéer kretsar kring "hållbarhet, miljö och återbruk" jämfört med exempelvis Norrlands- och Värmlandsföretagen. Är man intresserad av att förlänga livstiden på något man redan äger bör man dock leta efter just norrländska och värmländska UF-företag, det är framför allt här ordet "reparation" nämns i affärsidéerna.

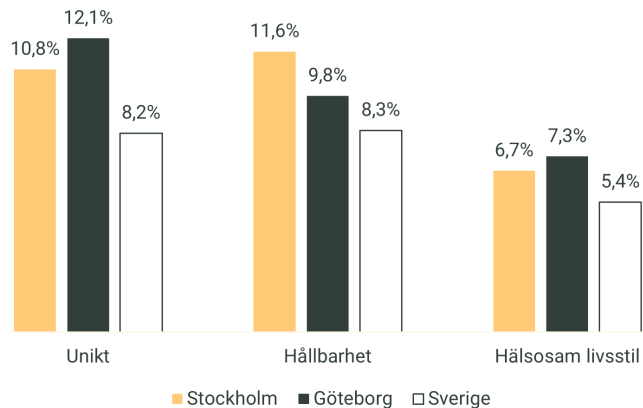
De regionala skillnaderna i affärsidéerna är inte primärt innehållsmässiga, nyansskillnaderna framträder snarare i ordval. När essensen av ungt företagande är den samma över landet verkar de olika uttryckssätten snarare handla om lokal marknadsanpassning. Att storstadsregionernas UF-företag gärna positionerar sig som unika, medvetna och hälsosamma kanske främst ska tolkas som en spegling av att det är så storstadsmänniskan vill uppfattas?



Det är nästan dubbelt så vanligt att storstadsföretagen uttrycker att deras affärsidéer kretsar kring "hållbarhet, miljö och återbruk" jämfört med exempelvis Norrlands- och Värmlandsföretagen.



**I storstadsregionerna är också konkurrensen om uppmärksamhet som allra störst - det gäller både för UF-företagen och ungdomarna själva.**



Andel affärsidéer som sorteras in under AI-genererade kategorier



## In Case UF

**Produkt:** Datafodral av spillmaterial.

**Affärsidé:** Snyggt datafodral i filt med lock som sätts fast med en knapp. Insidan är gjord av spilltyger, vilket gör varje fodral unikt på samma sätt som alla människor är unika.

# Lokalt, handgjort och personligt

*Vad förenar unga gävleborgare, skaraborgare och jämtar? Möjligen att de är särskilt stolta över sina hemtrakter. Så ser det i alla fall ut om man studerar affärsidéerna från dessa regioner – faktum är att det är tre gånger vanligare att ett UF-företag från Gävleborg lyfter fram den lokala förankringen jämfört med ett Stockholmsföretag. Kopplingen till bygden accentueras på olika sätt, exempelvis genom att porträttera motiv eller lyfta ingredienser som hämtas från närområdet.*

*Skaraborgarnas jordnära inställning till UF-företagandet visar sig även när man tittar på användandet av ordet "handgjord". Detta begrepp är de flitigast med att nyttja tillsammans med UF-företag från Gotland och Fyrbodalen. Företag som erbjuder handgjorda varor brukar understryka det hantverksmässiga och estetiska värdet av själva tillverkningsprocessen, med tillägget att det bidrar till produkter ensamma i sitt slag...*

*Vid det här laget har vi flera gånger återkommit till att årets UF-företagare tenderar att ha ett individcentrerat förhållningssätt. En intressant regional skillnad uppstår dock om man ställer storstadsföretagets favoritord "unik" mot "personlig". Det senare begreppet används oftare i regioner som Östergötland, Kronoberg, Norrbotten och Västernorrland. Kärnbudskapet är det samma, men uttalat med en annan tonalitet. Vill man ställa saker och ting på sin spets är det vanligare att UF-företag utanför storstadsregionerna satsar på att attrahera kunder genom ett mjukare och personligare tilltal.*

## X3

Det är tre gånger vanligare att ett UF-företag från Gävleborg lyfter fram den lokala förankringen jämfört med ett UF-företag från Stockholm.

## ”

**Företag som erbjuder handgjorda varor tenderar att understryka det hantverksmässiga och estetiska värdet av själva tillverkningsprocessen.**





Andel  
UF-företag  
med tydlig  
lokal koppling  
i affärsidén.

Stockholm 2,0 %

Jämtland 4,1 %

Skaraborg 4,9 %

Gävleborg 5,9 %



## SchlättaFrågan UF

**Produkt:** Frågesportspel.

**Affärsidé:** Vi erbjuder ett frågesportspel dedikerat till vårt fantastiska Skaraborg! SchlättaFrågan är en perfekt kombination av underhållning och utbildning, speciellt utformad för att tilltala både unga och äldre, infödda "schlättabor" och turister. Spelet ska utbilda och informera om Skaraborgs kultur, idrott, företag, historia och annat spännande. Vårt spel ska helt enkelt agera

# Tre trender bortom affärsidéerna

*Inledningsvis nämnde vi att Ung Företagsamhet återigen slagit rekord avseende antalet UF-företagare. Läsåret 2023/24 får hela 38 824 gymnasieungdomar chansen att utveckla viktiga förmågor genom UF-företagande, erfarenheter de bär med sig in i det stundande vuxenlivet. Vi kan med stolthet säga vi samlar elever från gymnasieskolans samtliga program, men i realiteten påverkas sannolikheten att en gymnasieelev ges möjlighet att driva UF-företag av det gymnasieprogram den valt.*

*Det här året är det ytterst glädjande att se den stora tillväxten på Teknikprogrammet och Naturvetenskapsprogrammet. Trots att elevunderlaget på dessa program minskade, ökade antalet UF-företagare! Att elever från dessa program ser företagande som en möjlig framtida sysselsättning är viktigt för svensk innovations- och konkurrenskraft.*

*Vi vill även understryka att Ung Företagsamhet fortsätter att vara en utjämnande kraft i det svenska jämställdhetsarbetet. Av de UF-företag som består av en blandning av kvinnor och män har 55 procent utsett en kvinnlig vd. Forskning visar även att kvinnor med UF-bakgrund är hela 80 procent mer sannolika att starta aktiebolag än de som inte fått samma möjlighet.*

## 38 824

gymnasieelever driver UF-företag under läsåret 2023/2024. Det är ett nytt rekord. Alla gymnasieprogram finns dessutom representerade.

# ”

**Det här året är det ytterst glädjande att se den stora tillväxten på Teknikprogrammet och Naturvetenskapsprogrammet.**

## 55 %

av de UF-företag som består av både kvinnor och män har en kvinnlig vd.





---

---

# Produkt eller tjänster?

En överväldigande majoritet av de affärsidéer som analyserats i denna rapport kommer från UF-företag som tillhandahåller olika typer av produkter. Samtidigt borde det egentligen ligga närmare till hands att starta tjänsteföretag i linje med gymnasieutbildningen för ett flertal UF-företagare. Det gäller elever på såväl högskoleförberedande program som Estetiska programmet och en rad yrkesprogram, exempelvis Barn- och fritid eller Hotell- och turismprogrammet. Hur kommer det sig då att endast 13 procent av årets UF-företag är renodlade tjänsteföretag? Förklaringen stavas regelkrångel – något som bidrar till att tjänste-UF-företagande aktivt väljs bort.

Med anledning av detta skickade Ung Företagsamhet den 28 mars 2024 en hemställan om en lagändring till regeringen. Inspirerade av vår norska systerorganisation bad vi om en särskild skattsedel för de som driver UF-företag. En sådan förändring hade kunnat frigöra den oförlösta potential som finns i tjänste-UF-företagande. Skanna QR-koden för att läsa mer.



---

---

# Vad vi vill

- **Tidiga insatser**

Forskning visar att entreprenöriellt lärande ger eleverna ökat engagemang för skolarbetet, ökad självsäkerhet och inre motivation. Dessutom visar forskning att ju tidigare elever får träna sina entreprenöriella förmågor – desto större effekter har det. Idag finns entreprenörskap inskrivet i en portalparagraf i läroplanen för grundskolan, trots detta riskerar det entreprenöriella lärandet många gånger att hamna mellan stolarna. För att säkerställa att entreprenörskap ska få en självklar plats inom grundskolans undervisning vill vi att entreprenörskap ska skrivas in i kursplanerna för samhällskunskap och teknik.

- **Entreprenörskapsämnet på fler, helst alla, program**

I den bästa av världar blir entreprenörskap ett obligatoriskt ämne på samtliga gymnasieprogram. På så sätt säkras att alla elever får samma möjligheter att utveckla sitt entreprenörskap – för sin egen och för samhällets bästa. Om inte på alla program så bör entreprenörskap bli ett programgemensamt ämne på fler program där det tydligt hör hemma. Framför allt på; Bygg- och anläggningsprogrammet, El- och energiprogrammet, Estetiska programmet, Industritekniska programmet, Restaurang- och livsmedelsprogrammet samt Teknikprogrammet.

- **Individuellt val och meritpoäng**

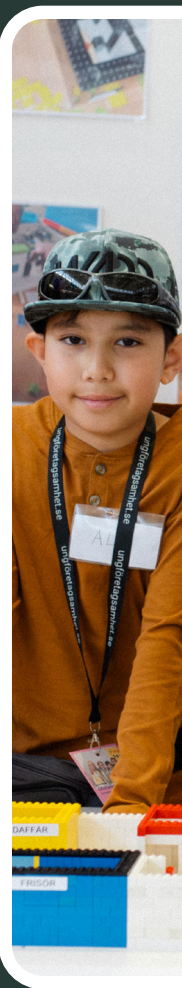
Vi anser även att man bör lägga till ett krav att erbjuda ämnet entreprenörskap som individuellt valbart ämne inom både gymnasieskolan och den anpassade gymnasieskolan i likhet med Idrott och hälsa. Precis som matematik och språk bör även entreprenörskap generera meritpoäng. Anledningen till att dessa ämnen erhållit meritpoängsstatus är på grund av att de anses viktiga för Sveriges internationella konkurrenskraft. Minst lika viktigt i den internationella konkurrensen är de entreprenöriella förmågorna.



## Investera i Ung Företagsamhet – för ett slagkraftigt Sverige även i framtiden

Som partner till Ung Företagsamhet säkerställer du att Sverige är mer och bättre rustat för framtiden.

Vi verkar och utbildar för en framtid med fler företag, mindre arbetslöshet och en levande landsbygd. Detta är dock inte möjligt utan investeringar från det privata näringslivet.







## Årets samhällsaktör

”För att de hjälper unga att förstå hur företagsamhet fungerar i praktiken. De ger ungdomar möjlighet att pröva sina idéer under trygga former, samverka med olika aktörer samt leda sig själva och andra. Genom sin uthållighet, bredd och förmåga att samla såväl skola, som näringsliv och kommunledningar över hela Sverige har Ung Företagsamhet stort genomslag och dokumenterad samhällspåverkande effekt.”

Ung Företagsamhet utsågs till Årets samhällsaktör, kategori ledarskap 2023. Priset delas ut av Gullers Grupp och Dagens industri genom en jury.

---

---

# Våra effekter

- *Forskning visar att de som drivit UF-företag i framtiden oftare får jobb, har färre arbetslöshetsdagar och oftare startar eget företag.*
- *Var tredje elev som idag går ut gymnasiet har drivit ett UF-företag. Sedan starten 1980 har nästan 600 000 elever drivit UF-företag är därmed UF-alumner.*
- *Grundskoleelever får ta del av Ung Företagsamhets läromedel ökar sin förståelse för hur samhället fungerar, får en positiv bild av entreprenörskap och utvecklar sina entreprenöriella förmågor. Ju tidigare de får träna sina entreprenöriella förmågor, desto större effekt, enligt forskning.*
- *Ung Företagsamhet bidrar till att öka elevernas självförtroende och förmåga att samarbeta, ta ansvar och lösa problem.*
- *Forskning visar också att UF-företagande har en speciellt positiv påverkan för kvinnligt entreprenörskap, samt på elever som kommer från icke-akademiska hem och elever med lågt självförtroende vad gäller akademiska prestationer.*
- *Kommuner som arbetar strategiskt med näringslivsutveckling och samarbetar med Ung Företagsamhet skapar fler jobb och bidrar till att invånarna stannar kvar eller flyttar tillbaka till sin hemkommun i högre utsträckning enligt en rapport.*



Våra beprövade metoder ger resultat, där de som finns här till vänster bara är ett urval. På [ungforetagsamhet.se](http://ungforetagsamhet.se) har vi samlat den forskning och rapporter som har gjorts på våra effekter. Skanna QR-koden och läs mer om hur vi bidrar till en positiv samhällsutveckling.





## Kontaktpersoner

Elin Östblom  
Kommunikationsansvarig  
070-372 32 20  
elin.ostblom@  
ungforetagsamhet.se



Carsten Greiff  
Ansvarig analys och utveckling  
070-357 96 72  
carsten.greiff@  
ungforetagsamhet.se



Aino Pleiner  
Utbildningsansvarig  
08-783 80 68  
aino.pleiner@  
ungforetagsamhet.se



Tove Söderström  
Partneransvarig  
08-783 80 80  
tove.soderstrom@  
ungforetagsamhet.se





---

---

# 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 närmare 600 000 gymnasieelever drivit UF-företag sedan vi grundades. Vi finns på hälften av Sveriges grundskolor där vi erbjuder elever och lärare 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.

