

TÄVLINGSKRITERIER

Årets hållbara
UF-företag



DRAKNÄSTET
CEDERGRENSKA



Årets hållbara UF-företag

Ni ska kunna presentera en affärsidé som bidrar till ett mer miljömässigt hållbart samhälle och skapar en hållbar framtid. Ni ska kunna visa på att ni har en förståelse för vad hållbart företagande innebär.

Affärsplanen

Affärsplanen utgår från UFs affärsplan och ska innehålla följande:

- Framsida, företagsnamn, räkenskapsår, region, skola, UF-lärare och rådgivare
- Innehållsförteckning med sidhänvisning.
- Affärsidé, varan eller tjänsten och produktionen bakom.
- Vision och mål, vad ni vill uppnå med ert företag.
- Marknad, kunder och konkurrenter.
- Resultat av marknadsundersökningen.
- UF-företagets organisation och rådgivare.
- Prissättning.
- Marknadsföringsplan/marknadsaktiviteter.
- Likviditets- och resultatbudget.
- Ort, datum och samtliga UF-företagares namnunderskrifter, för och efternamn.
- Styrelsens underskrifter, det vill säga samtliga medlemmar i UF-företaget. För- och efternamn, namn, förtydligande, ort och datum ska ingå.

Affärsplanen skickas, tillsammans med anmälan, till draknastet@cedergrenska.se.

Drakarna läser affärsplanen innan tävlingsdagen och förbereder frågor till UF-företagen.

Juryn bedömer

- Att likviditets- och resultatbudget är korrekt
- Att affärsplanen är realistisk och att det finns uppföljningsbara mål
- Om varan eller tjänsten är till nytta för kunden
- Att varan eller tjänsten i sig skapar lönsamhet och är grunden i företaget, det vill säga vinsten får inte baseras på sponsring eller andra intäkter
- Att affärsplanen har en genomgående röd tråd och en tilltalande layout
- Om UF-företaget är lönsamt och kalkylerna rimliga. Har företaget ett vinstfokus som kan finansiera UF-företagets överlevnad

Muntlig presentation / Pitch

Den muntliga presentationen sker inför juryn och övriga tävlande UF-företag. Presentationen får vara max fem minuter lång och ska vara affärsmässig men får gärna innehålla underhållande inslag. Eventuellt film eller musikinslag ska vara inkluderat i de fem minuterna. Alla som är med och gör presentationen måste vara medlemmar i UF-företaget.

I samband med företagspresentationen finns ingen möjlighet för juryn att ställa frågor.

Intervju

Intervjun sker enskilt med juryn. Juryns frågor besvaras av samma personer som gjorde företagspresentationen/pitchen. Samtliga medlemmar i UF-företaget ska vara med under intervjun och måste vara medlemmar i UF-företaget. Intervjun beräknas ta cirka fem till tio minuter. Presentationsmaterial, broschyrer och eventuella produkter kan visas upp.

Intervjun bör kunna ge svar på följande frågor

- Kan ni svara på juryns frågor på ett konkret och tydligt sätt?
- Kan ni ge genomtänkta och personliga svar på juryns frågor?
- Har ni förståelse för företagsekonomi, ert resultat och hur det kan tillämpas i ett nytt affärssammanhang?
- Kan UF-företaget presentera ett nuläge jämfört med ursprunglig affärsplan samt vilka anpassningar man gjort utifrån nya förutsättningar?
- Har ni bra samarbetsförmåga, laganda och stöttar varandra under intervjun?

Juryn bedömer efter fem kriterier

Juryn bedömer efter fem kriterier som UF-företaget under något eller några moment i tävlingen ska uppnå.

1. Produkten

- Är varan/tjänsten till nytta för konsumenten?
- Bidrar varan/tjänsten till ett mer miljömässigt hållbart samhälle och skapar en hållbar framtid?

2. Hållbarhetsarbete, produktens produktionskedja

- Arbetar UF-företaget hållbart, miljömedvetet och resurssnålt genom hela produktionskedjan, både intern och externt?
- Har UF-företaget tagit hänsyn till social hållbarhet?
- Kan UF-företaget redogöra för materialval och miljöpåverkan? Är de miljömässigt framtagna? Vilka material använder UF-företaget för övrigt, t.ex. vid marknadsföring?

3. Cirkulär ekonomi

- I vilken omfattning kan produkten/tjänsten återanvändas i ett kretslopp?
- Hur lång livslängd har produkten? Går den att återvinna, kompostera, uppgradera eller är den enkel att reparera?

4. Ekonomi

- Är UF-företaget lönsamt och kalkylerna rimliga?
- Har företaget ett vinstfokus som kan finansiera UF-företagets överlevnad?

5. Hållbarhetskommunikation

- Har UF-företaget en ärlig hållbarhetskommunikation och tydlig information till kund?
- I vilken omfattning och på vilket sätt har UF-företaget använt sitt hållbarhetsarbete i marknadsföringssyfte och profilering?