

Vinnere av de ulike kategoriene med dommerbegrunnelser

KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
2. Beste kundeopplevelse på nett	UOS UB, Fitjar vgs	Ungdomsbedriften leverer en enkel og pen løsning som kommuniserer konseptet på en tydelig måte fra starten av. Ungdomsbedriften leverer et responsivt design og en god teknisk løsning. Bedriften har tatt seg tid til detaljene, og det syns!	S.T.E.N.D UB, Stend videregående skule	har laget et nettsted som er godt utarbeidet. Innholdsmessig stiller nettsiden godt og kan tilby brukeren mye å se på. Den leverer godt på responsivt design og det tekniske legger en god grunnmur for nettsiden. Siden skaper et ønske om flere besøk.		
5. Beste logo	Screensaver UB, Amalie Skram vgs	Gjennomgående sterk logo med høy originalitet. Uttrykket er moderne. Font og formvalg kommuniserer sterkt og formidler tydelig bedriftens tjenester. God komposisjon mellom piktogram og navnetrekk. Helhetlig logo.	Snowjoy UB, Metis vgs	Stram og ren, men likevel leken kombinasjon av font og former. Fin tanke med en logo som fungerer godt på foto i forhold til bedriftens formål. Gjennomtenkt strategi for bruk på ulike flater. God komposisjon og fint uttrykk.	Kunstspire UB, Metis vgs	Fin kombinasjon mellom leken piktogram og enkel, stram typografi. Sterk i form og farge-valg. God komposisjon og fin helhet. Formidler bedriftens tjenester. Fin presentasjon av logobruk på ulike flater. Den endelige løsningen samsvarer med strategi.
1. Beste markedsføring	Litt redigert UB - Metis videregående skole	- God kunnskap om digital markedsføring. Benyttet seg av analyseverktøy for å optimalisere innhold for enkelte kanaler. - UB'en samarbeider med en kjent og relevant kanal for målgruppen. UBen fremstår som lekne og profesjonelle. God strategi, målrettet markedsføring og flott visuell profil.	S.T.E.N.D UB - Stend videregående skole	Denne UBen viser god forståelse for målgruppens beslutningsprosess og har utformet en målrettet markedsføringsstrategi. Strategien er godt egnet til å tiltrekke og trygge kunder. UBen har forstått hvordan de skal nå målgruppene sine og har benyttet e-postmarkedsføring på en effektiv måte.	UX Festivalen UB - Metis videregående skole	Helhetlig og målrettet tilbud for sin målgruppe. Med et godt design og seriøse samarbeidspartnere synes juryen UBen virker tillitsvekkende både ovenfor primær og ssekundærmålgruppen. De har balanse mellom analoge- og digitale virkemidler, og det er god sammenheng i budskap, stil og tone.
4. Beste reklamefilm	Kunstspire UB - Metis videregående skole	Emosjonell. Original. Godt produkt. Godt fortalt! Fint fotografert. God lyd. Fin vinkling. Godt Manus. UB-en formidler verdier. Tipp topp!	Litt Redigert UB - Metis videregående skole	Humor - uten grenser. Godt redigert, god lyd og fin effektbruk på klippene. Fine skuespillere.	Hop UB - Hop videregående skole	Godt fortalt. Veldig bra lagd. Godt klippa. Roller som spilles godt. God funksjon og bra kameraføring. Har brukt klassiske virkemidler fra klipp av reklamefilm.

KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
3. Beste forretningsplan	S.T.E.N.D. UB - Stend videregående skole	Velskrevet og godt gjennomarbeidet forretningsplan. Fin forståelse av marked og valg av målgruppe. Godt gjennomarbeidet markedsplan. Økonomidelen er oversiktlig og viser god forretningsforståelse. Beskrivelse av framdriftsplan gjør at UBen fremstår som et artig og lærerikt sted å jobbe.	Tangled UB - Amalie Skram videregående skole	Forretningsplanen er oversiktlig og meget godt utformet. Svært god beskrivelse av marked, vel gjennomført markedsundersøkelse og gjennomarbeidet markedsstrategi. Økonomidelen er grundig og utfyllende. Detaljert fremdriftsplan og gode refleksjoner knyttet til bedriftens utviklingspotensiale.	Nutrichest UB - Bergen Private Gymnas	En velformulert visjon og forretningside og en god beskrivelse av et eget nytt produkt. En fint beskrevet markedsundersøkelse. En grundig forretningsplan som er meget velskrevet og med et kreativt og svært tiltalende layout.
12. Størst verdiskapingspotensial	Omnès	Bedriften har identifisert et tydelig marked. Value proposition er tydelig. Produktet kan selges til forskjellige segmenter, både familier og skoleverket. Produktet er modent og klar for produksjon og salg. Omnès har etablert samarbeid med partnere som gir produktet legitimitet, og sannsynliggjør en vellykket distribusjon.	SnowJoy	UBen sikter seg inn på et stort marked. De har identifisert et tydelig problem, og har funnet en god løsning på dette. UBen har kommet langt i produktutviklingen, selv om noe gjenstår. Prispunktet er attraktivt, og produktet er svært skalerbart		
8. Beste yrkesfaglige bedrift	Tang og tare UB, Sotra Videregående skole	Vinneren har et produkt- Nyskapende, vågalt, sunt, trendy, kortreist og det går rett inn idet dagsaktuelle grønne skiftet samfunnet dreier rundt. - utmerket kvalitet, spennende nye smaker Ungd var entusiastiske og tydelig stolt over konseptet sitt. Sist ikkje minst ungdommene viste at bedr har stor relevans til yrket. gr V er Tang og Tare UB Sotra v	Muslibar`n UB	Ungdommene som vinner 2. plassen har utviklet og produsert et tiltalende, delikat og velsmakende produkt, med fokus på god og riktig ernæring som passer for alle målgrupper. Ungdommene var tydelig stolt over hva de hadde produsert, og er nå på vei videre inn i mat-industrien, og kokkefaget! Ungdoms bedriften heter Muslibar`n	LJOS UB	V av 3.pl i denne kat, har gjort en gjennomgående god jobb med UBen. Produktene treff målgruppen, og elevene profilerer faget på en oversiktlig og ryddig måte. Gjennom denne linjen på vgs, kan en gå i lære som profileringsdesigner; Og profileringsdesign, med interiørdesign og utstillingsdesig, er akkurat hva denne bedriften leverer. Vinnerne er LJOS!
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:

6. Beste Innovative produkt	Snowjoy, Metis VGS	Bedriften viser at innovative bedrifter kan være enkle, men samtidig løser en problem for brukeren. Produktet virker enkelt å produsere, kan produseres raskt i et høyt volum, sannsynligvis til en lav produksjonspris per enhet. Et globalt markedspotensial og juryen anser at bedriften vil kunne lykkes med en kommersialisering av produktet.	Be Safe, BPG	Vinneren av 2.plass i kategorien for beste innovative produkt skal forhindre utbredelsen av et problem blant dagens unge. Gjennom forskning og testing har de laget et viktig og praktisk produkt som alle enkelt kan ta med seg og som juryen desverre ser et økende behov for. 2. plass går til Be Safe.	Beltedyret, Metis	3. plass for årets innovative produkt har laget et produkt som skal øke den daglige sikkerheten blant små barn. De har utviklet et produkt med en teknisk god løsning og har hatt god dialog med viktige samarbeidspartnere gjennom prosessen. Hvis de lykkes med dette, har de et stort marked å jobbe videre med. 3. plass går til Beltedyret
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
7. Gastronomiprisen	Tang og tare	Produktet er "nytt" i markedet og har et stort fremtidig potensiale. Pr i dag er tangprodukter lite brukt i matlaging, men med sin umemo smak er det et ypperlig smakstilsetning og ingrediens i mange matvarer, spesielt for å framheve sjøsmaken i sjømat. Produktet fremstår i dag litt uferdig, men bedriften er klar over potensiale.	Musli	Produktet er tenkt som en sunn energi "bombe" for unge i farten, kun naturlige ingredienser uten tilsetninger eller sukker. Har et potensiale om produktet blir mere lokalt forankra og at dette kommer frem på pakning og i markeds kommunikasjonen.		
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
10. Beste utstilling	uBamboo, Amalie Skram vgs	Vinnerutstillingen er iøyefallende og utmerket seg umiddelbart. Den er gjennomført og speiler produktet på en utmerket måte – fra gulvpanel til tapet og dekor. Utstillerne har ingående produktkjennskap og presenterte bedriften med sjarm og overbevisning. En enstemmig jury syns utstillingen var et friskt pust og en verdig vinner.	UX Festivalen, Metis vgs	Med utstillingen lykkes bedriften å skape et eget univers som glimrende kommuniserer konseptet. Utstillerne presenterte med stor entusiasme og godt engasjement. Juryen fikk lyst til å være med på moroen!	Ljos, Fitjar vgs	En stilren og gjennomført utstilling som godt reflekterer utstillernes kompetanse. Konseptet ble kommunisert tydelig og profesjonelt.
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:

16. Beste ungdomsbedrift	UBamboo, Amalie Skram vgs	UBen er godt gjennomført fra visjon til produkt. De har utviklet et nyskapende og 100 prosent nedbrytbart produkt. 80 % av førsteopplaget er solgt. Juryen er enig med bedriften; skal du redde verden så må du starte med deg selv. Markedspotensialet er stort med en miljøvennlig tannbørste som kan være med og løse deler av et globalt plastproblem.	Omnès UB, Bergen Private Gymnas	UBen har utviklet en god ide, med stort markedspotensiale. Ungdomsbedriften har funnet spennende løsninger for å løse samfunnsutfordringer. Det er lagt ned et stort arbeid i å utvikle produktet, tilpasset målgruppen. De har inngått samarbeid med relevante aktører, som allerede kjenner til markedet behovet og de viser forståelse for kundenes behov.	Aktiv Odda UB, Odda vgs	Meget driftig gjeng med et stort engasjement og stor gjennomføringsevne av sine tjenester. Bedriften har allerede hatt mange oppdrag og har god lønnsomhet. Ungdommene er kreative og veldig dyktige til å bruke nettverket sitt. De samarbeider godt og viser stolthet både for bedriften og hjemstedet sitt. Tredjepl går til 22 eng ungdom fra AktivOdda UB
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
9. Beste sosiale entreprenør	UBamboo, Amalie Skram vgs	1.plass imponerte med å levere en helhetlig bedrift med stort vekstpotensiale som løser tydelig en kjent samfunnsutfordring. De har lokalisert flere samarbeidspartnere, kvalitetssikret produktet og fått produktet på markedet. De viser konkurransedyktighet i funksjon og kvalitet med et 100% nedbrytbart produkt.	SKY UB , Fana private gymnas	Årets andreplass tilfører et element til et produkt som allerede fungerer. UBen har satt seg godt inn i målgruppens behov. Det sosiale aspektet tar utgangspunkt i en utsatt gruppe i samfunnet, og produktet vil ha en helt klar positiv effekt på enkeltmenneskers hverdag. UBen var troverdige og gav oss lyst til å kjøpe produktet.	Restore PC ; Bergen private Gymnas	årets 3 plass har valgt en utradisjonell innfallsvinkel på en kjent utfordring. de viser en stor faglig kompetanse, og har en godt utviklet og gjennomtenkt forretningside. dommerene ble særlig imponerte av at de hadde to ulike inntjeningsmodeller; en for gjenbruk og resirkulering, og en for sosial inkludering.
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
13. IA-prisen	S.T.E.N.D. UB - Stend vgs.	Virksomheten har gjennom skoleåret arbeidet systematisk med å skape trivsel og samhandling. De har gjennomført HMS tiltak i form av medarbeidersamtaler og anonym trivselsundersøkelse og ut fra disse tatt tak i utfordringer som fremkom. Juryen har også sett at bevissthet i IA-arbeidet vises blant annet gjennom tilrettelegging for den enkeltes behov.	Aktiv Odda - Odda vgs.	Denne ungdomsbedriften utpeker seg ved at de har definert klare IA-mål og har i tillegg definert fire hverdagslover som benyttes aktivt. Virksomheten har gjennomført medarbeidersamtaler og tatt tak i de utfordringene som fremkom der for å skape endring.	MiniMester UB - Bergen Private Gymnas	Virksomheten har vært tydelig med å beskrive IA-arbeidet og gjennom dette vist at de har en forståelse for at helse, miljø og sikkerhet henger sammen med IA-arbeidet. Gjennom jobben med ungdomsbedrift har virksomheten vært bevisst på å fremme ressurser og har sett på ulikheter som noe positivt.
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:

15. Spleiselagets regnskapspris	DOG CARE UB STEND VGS	Elevbedriften har levert inn et svært oversiktlig materiale. Bilagspermen er innbydende og oversiktlig, utsendte fakturaer virker svært profesjonelle. Regnskapet er ført etter regelverket og det skiller seg klart ut fra de andre i positiv retning. Det fremstår som profftt, ryddig og tillitsvekkende! De økonomiansvarlige viser god innsikt	TANGLED UB, AMALIE SKRAM VGS	Regnskapet er oversiktlig, bilagene er håndtert på en god måte og avstemmingene er korrekt utført. Økonomiansvarlig viser meget god forståelse og innsikt	S.T.E.N.D UB, STEND VGS	Innlevert regnskap og materiale er oversiktlig og lett å finne frem i. De har gode, profesjonelle fakturaer og en god oversiktlig hovedbok. Økonomiansvarlig viser god regnskapsforståelse!
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
15. Spleiselagets regnskapspris	DOG CARE UB STEND VGS	Elevbedriften har levert inn et svært oversiktlig materiale. Bilagspermen er innbydende og oversiktlig, utsendte fakturaer virker svært profesjonelle. Regnskapet er ført etter regelverket og det skiller seg klart ut fra de andre i positiv retning. Det fremstår som profftt, ryddig og tillitsvekkende! De økonomiansvarlige viser god innsikt	TANGLED UB, AMALIE SKRAM VGS	Regnskapet er oversiktlig, bilagene er håndtert på en god måte og avstemmingene er korrekt utført. Økonomiansvarlig viser meget god forståelse og innsikt	S.T.E.N.D UB, STEND VGS	Innlevert regnskap og materiale er oversiktlig og lett å finne frem i. De har gode, profesjonelle fakturaer og en god oversiktlig hovedbok. Økonomiansvarlig viser god regnskapsforståelse!
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
14. Beste samarbeid med næringslivet	Aktiv Odda UB	De er aktive og tar mange initiativ overfor mulige samarbeidspartnere. Mentorene har tilført dem mye, og de forteller godt om hvor viktig dette er vært. De har gjort en grundig forundersøkelse sammen med næringslivet og har i samarbeid med lokale aktører bidratt til å sette byen på dagsordenen.	Ubamboo UB	De har valgt en tydelig og aktiv mentor som har utfordret dem, stilt kritiske spørsmålet, og bedt dem om å gjøre grundig research. De har valgt strategiske samarbeidspartnere som deler deres verdigrunnlag og jobber godt med å velge og lete etter partnere med gode salgskanaler.	UX Festivalen UB	Bedriften er et stjerneeksempel på hvor viktig det er å velge mentorer med et stort nettverk. Gjennom smarte valg av samarbeidspartnere blir ideen realisert. De har også klart å begeistre sine samarbeidspartnere slik at ideen og produktet vil leve videre etter at bedriften legges ned.
KATEGORI	1. Plass	Kort begrunnelse for 1. plass:	2. Plass	Kort begrunnelse for 2. plass:	3. Plass	Kort begrunnelse for 3. plass:
11. Beste salgs- og servicebedrift	WeFlex UB, Bømlo vgs	Juryen mener at denne bedriften er opptatt av å få kontakt med kunden. De er smilende og imøtekommende, vi får blikk-kontakt. Aktive og stolte av sitt produkt. Videre har de et flott og egenutviklet design, har lyktes med å forankre produktet lokalt. God dynamikk i teamet, og at alle var og ville være involvert, var avgjørende for juryens valg.	Snowjoy, Metis vgs	Oppriktig interessert i publikum. Vekket juryens tillitt gjennom relevant erfaring, grundig Research, tilhørende produkt og markedsføringsmateriell. De stilte spørsmål og involverte kunden i dialog, dette ble avgjørende for at de nådde så langt.	Sky, Fana private gymnas.	Tok i mot juryen på en god måte og hadde et tydelig budskap. Juryen ble imponert av grundig forarbeid og samarbeid med andre aktører. Juryen fant denne bedriften tillitsvekkende gjennom sin ærlige fremtoning, og samfunnsnyttige budskap.
