

# RAPPORT

## Marin student-bootcamp 2017 Villfisk



**FHF -Prosjekt: 901 381**

**Prosjektledelse og rapport:**

Sett Sjøbein ved leder Janita Arhaug

**Dato:** 06.11.2017

## Innhold

1. Om «Marin student-bootcamp 2017 Villfisk» .....	2
Prosjektets bakgrunn og målsetning .....	3
Konseptet Marin Bootcamp .....	3
2. Organisering av prosjektet .....	3
Planleggingsfasen .....	3
Rekruttering .....	4
Praktiske forberedelser .....	4
3. Søkere og deltakere, alders- og kjønnsfordeling.....	5
4. Gjennomføring .....	6
Faglig program.....	6
Bedriftsbesøk og innledende aktiviteter .....	7
Arbeid med utfordringen .....	8
Presentasjon av løsningsforslagene og juryens vurdering .....	8
5. Økonomi .....	10
6. Viktige læringspunkter .....	11
Kvalitetssikring .....	11
Måloppnåelse og effekt.....	11
7. Oversikt over kontakter i rekrutteringsfasen .....	13
8. Deltakere fordelt på studiested og studier .....	14
9. Medieklipp (utdrag).....	15

### 1. Om «Marin student-bootcamp 2017 Villfisk»

Nærings- og fiskeridepartementet har bedt Sett Sjøbein, innenfor rammen av tilskuddet fra departementet, om å prioritere og arrangere marine student-bootcamp(er) for studenter ved norske universitet og høyskoler (master/slutfasen bachelornivå), etter modell fra tidligere gjennomførte arrangement. Sett Sjøbein arrangerer to student-bootcaper i 2017: «Marin student-bootcamp 2017 Villfisk» og «Marin student-bootcamp 2017 Havbruk».

Denne rapporten beskriver arbeidet med «Marin student-bootcamp 2017 Villfisk». Bootcampen ble avholdt 26. -31. august i forbindelse med konferansen "Pelagisk Arena 2017" som ble arrangert i samarbeid mellom Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond, Norges Sjømatråd, Sjømat Norge, Norges Sildesalgslag, Fiskebåt og Sparebank1 SMN.

De ulike fasene i prosjektet med planlegging, rekruttering, bedriftsbesøk, arbeid med utfordringen, juryering og presentasjon av vinnerne er gjennomgått. Det økonomiske resultatet og noen erfaringer til nytte for senere arrangement er også tatt med.

## Prosjektets bakgrunn og målsetning

En stor andel unge forbinder marin sektor med en gammeldags, tradisjonell sektor med få spennende utfordringer, lavt kompetansebehov og praktisk/manuelt arbeid. Den marine næringen vil i framtiden kreve personer med stadig høyere kompetanse og det er derfor viktig å synliggjøre mulighetene overfor studenter.

Konkurransen om de kloke hodene er stor og flere industrier har en bevisst strategi for rekruttering. Rekruttering er definert som en av de viktigste utfordringene for å kunne utvikle den marine sektoren videre og bevare sektorens konkurransevne i det globale markedet. For å styrke rekrutteringen til, og kompetansen i, marin sektor er det igangsatt flere aktiviteter og gjennomføring av Student *Bootcamp* er ment å tilbringe en ny dimensjon til denne aktivitetsporteføljen.

## Konseptet Marin Bootcamp

Konseptet *Bootcamp* går ut på at grupper av studenter får gitt en reell problemstilling, i dette tilfelle koblet til den marine sektoren. Denne skal de i løpet av et avgrenset tidsrom finne en innovativ løsning på og presentere denne for en jury. Juryen bør være satt sammen av personer fra bedrifter innen marin sektor, FoU-institusjoner og organisasjoner tilknyttet næringen.

For å øke relevansen av problemstillingen, er den definert av en bedrift eller organisasjon. Studentene får den bakgrunnskunnskapen de trenger, herunder informasjon om næringens forretningsmiljø og verdikjede. Det er vektlagt at studentene representerer ulike fagområder og kompetanse, slik at tverrfaglig samarbeid fremheves og synliggjør ulike innfallsvinkler på en problemstilling.

Det er en moderator for hele arrangementet. I tillegg har også gruppene mentorer, som fungerer som veiledere underveis i arbeidet.

Kommunikasjon før, underveis og etter arrangementet er en viktig del av programmet. Til dette skal det tas i bruk nye multimedia verktøy og sosiale nettverk.

## Målgruppe

Prosjektets målgruppe er studenter fra ulike studieretninger ved norske universiteter og høyskoler.

## 2. Organisering av prosjektet

Sett Sjøbein hadde prosjektledelsen for Marin student-bootcamp 2017 Villfisk.

En arbeidsgruppe for prosjektet, bestående av Synne Guldbrandsen (Norges Sjømatråd), Lars Lovund (FHF), Kyrre Dale (Sjømat Norge), Beate Nørvåg (Fiskebåt-Norges Fiskarlag), Jarle Hansen (Norges Sildesalgslag) og Janita Arhaug (Sett Sjøbein/FHF) jobbet spesielt med å utforme en problemstilling til studentene, og planlegging av relevante bedriftsbesøk.

## Planleggingsfasen

Overordnet tema og utfordring for bootcampen var:

*“How can we increase the value of herring and mackerel in the Norwegian market?”*

*–Develop a physical product, a software solution, a marketing campaign or a new service that focuses on herring or mackerel produced in Norway.”*

Oversatt til norsk:

*«Hvordan kan vi øke verdien av sild og makrell i det norske markedet?»*

*–Utvikle et fysisk produkt, en programvareløsning, en markedsføringskampanje eller en ny tjeneste som fokuserer på sild eller makrell produsert i Norge.»*

Planlegging av bedriftsbesøk og presentasjoner ble gjort opp mot hvilken utfordring studentene skal få, men både bedriftsbesøk og utfordring ble holdt hemmelig for studentene frem til utfordringen ble offentliggjort under bootcampens dag 3.

## Rekruttering

Vi ønsket en blanding av studenter som hadde valgt sjømatrelaterte fag og studenter som hadde valgt andre fag. Det var også et ønske om geografisk spredning og en rimelig god balanse mellom kjønnene i utvalget.

Rekruttering av studenter ble gjennomført fra mai-juni. En flyer (se vedlegg) og filmer fra tidligere arrangementer ble brukt i rekrutteringen, som hovedsakelig foregikk på sosiale medier i mai-juni via studentforeninger og kommunikasjonsavdelinger ved alle universiteter og høyskoler, via nøkkelpersoner som studieveiledere og undervisningspersonell. Internettsidene og Facebooksidene til studentforeningene og partnerne i prosjektet ble også brukt til å spre informasjon.

Maksimalt antall studenter var satt til 20. Søknadsfristen ble av praktiske hensyn satt 15. juni. Påmelding ble gjort elektronisk via [www.provisioevent.no](http://www.provisioevent.no)

## Praktiske forberedelser

Studentene som søkte fikk fortløpende bekreftelse på at søknad var mottatt og informasjon om hvordan søknadene ble behandlet.

Alle måltider, overnatting og transport ble bestilt på forhånd. Proviso ble benyttet til å innhente tilbud på overnatting, møterom og busstransport. Flybilletter for Icelandic Startups og studentene ble bestilt av Sett Sjøbein via reisebestillingssystemet Via Egencia.

Overnatting og møterom i Fosnavåg og i Ålesund ble ordnet tilrettelagt for nærliggende bedriftsbesøk og bedriftspresentasjoner.

En lukket Facebookgruppe ble opprettet for informasjonsflyt mellom Sett Sjøbein og studentene underveis i bootcampen.

Bedriftene vi ønsket å besøke, eller få foredrag fra, ble kontaktet lang tid i forvegen. Den første allerede i april. Siden næringen vi ønsker å rekruttere til må forholde seg til uforutsette hendelser knyttet til fiske og produksjon, er det vesentlig at det området en velger ut for denne typen arrangement har muligheter for alternative bedriftsbesøk. Den ene bedriften vi besøkte hadde ikke

produksjon mens vi var på omvisning (makrellfisket hadde ikke slått til) men bedriftsbesøket ble gjennomført på en meget god måte. Alt gikk som planlagt og vi fikk maksimalt utbytte av bedriftsbesøkene og presentasjonene.

### 3. Søkere og deltakere, alders- og kjønnsfordeling

Det ble valgt ut 20 deltakere blant 40 søkere. En av studentene meldte forfall så nært opp mot arrangementet at det ikke var mulig å få på plass en erstatting. Det var derfor 19 deltakere på denne bootcampen.

	Søkere		Deltakere
	<b>Kjønnsfordeling</b>		
<b>Kvinner</b>	26		12
<b>Menn</b>	14		7
	<b>Alder</b>		
<b>20-22</b>	9		4
<b>23-25</b>	17		10
<b>26-28</b>	8		4
<b>&gt;29</b>	6		1
	<b>Fordeling på nivå i studieløp</b>		
<b>Bachelor</b>	27		12
<b>Master</b>	45		7
	<b>Fordeling på studiested</b>		
<b>UiB</b>	1		1
<b>NTNU Tr.heim</b>	8		4
<b>NTNU Ålesund</b>	3		1
<b>UiT</b>	7		2
<b>Nord Universitet</b>	4		1
<b>NHH</b>	3		2
<b>NMBU</b>	3		2
<b>BI Oslo</b>	1		1
<b>BI Bergen</b>	1		0
<b>HSN</b>	2		0
<b>UIS</b>	2		1
<b>HVL</b>	2		2
<b>HIMolde</b>	1		1
<b>HIØ</b>	1		0
<b>HW</b>	1		1

## 4. Gjennomføring

Bootcampen ble gjennomført med seks hovedelementer:

- 1) Bedriftsbesøk og informasjon om sjømatnæringa
- 2) Innføring i nyttige verktøy for løsning av gruppeoppgavene som verdikjedeanalyse og "Business Model Canvas"
- 3) Gruppearbeid med utarbeiding av forretningsplan eller markedsstrategi, veiledning av mentor underveis
- 4) Presentasjon for jury og bedømming av løsninger
- 5) Møte med sjømatorganisasjonenes ledelse
- 6) Deltakelse på Pelagisk Arena, presentasjon av vinnere, og "mingling" med næringslivsaktører.

Icelandic Startups var ansvarlig for pkt 2-4, og sørget for å sy det hele sammen ved gjennomføring av selve gruppearbeidene.

Mentorer undervegs i oppgaveløsningen: Lars Lovund (FHF) og Jan Otto Hoddevik (GlobalFish)

### Faglig program

Det faglige programmet for bootcampen ble laget med utgangspunkt i deltakelse og presentasjon av vinnerkonseptet 31. august i Ålesund på konferansen Pelagisk Arena 2017. De første to dagene ble brukt til bedriftsbesøk og presentasjoner for å få kunnskap om sjømatnæringa. På bootcampens tredje dag fikk studentene utlevert en oppgave som de fikk 48 timer på å jobbe med før de skulle presentere sitt løsningsforslag for en fagjury på bootcampens femte dag. På bootcampens siste dag fikk studentene treffe ledelsen for sjømatorganisasjonene som har vært involvert i bootcampen i et lukket møte før de deltok på Pelagisk Arena, der vinnerlaget ble annonsert og fikk holde sin vinnerpresentasjon.

#### **Fredag 25. august**

Icelandic Startups og Sett Sjøbein - formøte

#### **Lørdag 26. august**

Deltakerne ankommer Ålesund Lufthavn – buss og hurtigbåt til Fosnavåg

Informasjon om Bootcampen

Velkommen til Herøy- om fiskerienes betydning for kommunen v/Stig Arne Sævik, Herøy Fiskarlag

Fosnavåg Pelagic- v/Roar Åsen og Kristin Baade

Utflukt: Finne en fisker og snakke med han

Sosiale aktiviteter

#### **Søndag 27. august**

Inndeling i grupper, innledende gruppearbeid

Verdikjedeanalyse-verktøykasse

Fra hav til marked - v/Ramona Brandlistuen Remøy, Polar Seafood AS

Fosnavåg Ocean academy - omvisning og test av simulatorer v/Håvard Stave

Fiskerijuss i praksis - v/advokat Ståle Hellesø, Norges Fiskarlag

Hva er pelagisk fisk, hvordan vi fisker den, selger den, og spiser den? v/Kyrre Dale, Sjømat Norge

Filmen "Havets Sølv" av filmskapar Are Pilskog  
Fjelltur  
"Smakotek" med Sild

### **Mandag 28. august**

Buss og Hurtigrute til Ålesund  
Det marine cluster og fiskeflåtens rolle - v/Paul Gustav Remøy, Fiskebåt  
Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond, og spesielt prosjektet Pelagisk Løft - v/  
Lars Lovund, FHF  
Salgslagssystemet - v/Sveinung Flem, Surofi  
Optimar AS (utstyrsløseleverandør)- v/ Per Magne Gjerde  
Nils Sperre AS (saltfisk-/klippfiskavdelingen) v/Svenn Sperre  
Firmenich Bjørge (smak/biprodukter)- v/Tormod Thomsen  
Presentasjon av bootcampens utfordring (studentoppgaven)  
Oppgavejobbing

### **Tirsdag 29. august**

Oppgavejobbing  
Mentor FOU: Lars Lovund, Fagsjef FHF  
Mentor Marked: Jan Otto Hoddevik, Salgs og markedsdirektør Global Fish

### **Onsdag 30. august**

Oppgavejobbing  
Innlevering av løsningsforslag  
Tips om hvordan presentere foran jury  
Gruppearbeid vinnerpresentasjon  
Presentasjon av løsning for jury  
Jury fatter beslutning om vinner basert på presentasjoner og innleverte løsningsforslag

### **Torsdag 31. august**

Lukket møte mellom studenter og sjømatorganisasjonenes ledelse  
Deltakelse og mingling på konferansen "Pelagisk Arena" i Ålesund  
    Kåring av beste løsning og premiering av vinnere  
    Vinnergruppe presenterer sin løsning  
    Deltakelse på festmiddag om kvelden

### **Fredag 1. september**

Hjemreise

### **Bedriftsbesøk og innledende aktiviteter**

En viktig del av bootcampen er å besøke bedrifter og komme tettere på sjømatnæringen. Bedriftene som skulle besøkes/presenteres fikk informasjon om opplegget og tema for bootcampen på forhånd, og de ble bedt om å fortelle studentene om sin del av sjømatnæringen.

Hvilke bedrifter vi skulle ha kontakt med ble holdt hemmelig for studentene inntil de fikk programmet utlevert ved ankomst på Ålesund Lufthavn.

Studentene fikk gjennom bedriftsbesøkene og presentasjonene en bred introduksjon av sjømatnæringen. Selv om det var lagt opp til et spisset fokus på villfisk (spesielt pelagisk fisk), marked, teknologi og leverandørindustri, så ble det i flere tilfeller også vist til eksempler fra havbruksnæringen. Studentene ble tatt godt imot av bedriftene vi var i kontakt med.

Studentene ble delt inn i de gruppene som skulle konkurrere med hverandre søndag formiddag. De fikk så jobbe med innledende gruppeoppgaver som var viktige som innføring i de verktøy studentene skulle bruke når de gikk løs på selve utfordringen.

Det var også lagt inn bli-kjent-aktiviteter og sosialt samvær som en viktig del av arrangementet.

Det ble opprettet en lukket Facebookgruppe: «Marin student-bootcamp 2017 Villfisk» der informasjon om dagens aktiviteter ble lagt ut fortløpende. Facebookgruppen har i etterkant av bootcampen blitt benyttet til å spre relevant informasjon til studentene som deltok.

### Arbeid med utfordringen

Mandag 28. august til tirsdag 29. august jobbet gruppene med utfordringen. Tiden som var satt av fram til deadline onsdag formiddag var totalt 48 timer. Studentene jobbet intenst og godt.

Under oppgaven med utfordringen hadde hver gruppe sitt eget møterom der de kunne jobbe uforstyrret. Både hotellrom og møteroms fasiliteter ble leid på Scandic Parken Hotel i Ålesund, samme sted som Pelagisk Arena 2017 skulle avholdes og der vinneren av bootcampen skulle kåres. Nærheten til overnatting, møtested og arrangement fungerte veldig bra. Sett Sjøbein og Icelandic Startups var hele tiden tilgjengelige for studentene på hotellet og veiledet underveis.

Personer som går inn i mentor/lederroller i forbindelse med en Marin student-bootcamp, bør ha god breddekunnskap om sjømatnæringen og må kunne svare på et stort spekter av spørsmål fra studentene, eller vite hvor studentene kan finne svar. Lars Lovund, fagsjef pelagisk industri/foredling i FHF og Jan Otto Hoddevik som er salgs og markedsdirektør i Global Fish var mentorer for denne bootcampen.

Praktiske detaljer rundt møterom, forfriskninger, pausemat og lignende var booket på forhånd og dette opplevdes som avgjørende for arbeidsro og trivsel under arbeidsdagene for både studentene, Sett Sjøbein og Icelandic Startups.

### Presentasjon av løsningsforslagene og juryens vurdering

Studentene hadde deadline for å levere sine løsninger kl 12:00 onsdag 30. august. Besvarelsene ble umiddelbart sendt over til jurymedlemmene på e-post. Juryen møttes kl 16.30, og Icelandic Startups gav juryen en gjennomgang av de verktøyene de skulle bruke for å vurdere løsningsforslagene. Studentenes besvarelser var detaljerte, og juryen var imponert over all innsikten studentene hadde tilegnet seg om sjømatnæringen på kort tid.

Juryen bestod av følgende deltakere:

- Sparebank 1 SMN - Ola Øvreid, Banksjef, fagansvarlig for fiskeri og maritim industri/verft
- Fiskebåt - Beate Nørvåg, Avdelingsleder
- Ungt Entreprenørskap Møre og Romsdal - Sissel Tegelerud Kolstad, Daglig leder/ansvar høyere utdanning



- Pelagia - Jørgen Seliussen, Produkt og prosessutvikler
- Norges Sildealgslag - Kenneth Garvik, Salgsleder
- Sjømatrådet - Anette Grøttland Zimowski, Kommunikasjonsrådgiver, pelagisk

Vurdering av studentgruppene ble gjort ved at hver av gruppene fikk 5 minutter til å presentere sitt løsningsforslag for juryen og juryen fikk anledning å stille oppfølgingsspørsmål. Hvert av jurymedlemmene fikk deretter noen minutter til å vurdere presentasjonen basert på følgende kriterier:

- ✓ Er ideen innovativ?
- ✓ Er ideen realistisk?
- ✓ Har gruppen svart på problemstillingen?
- ✓ Kvalitet på presentasjonen?
- ✓ Overordnet motivasjon i gruppen?
- ✓ Virker gruppen som kvalifisert for å ta ideen videre til et reelt konsept?

Alle gruppene leverte ideer og presentasjoner av meget høy kvalitet. Følgende ideer ble presentert:

**Pelagos»** – vil lage en nettbutikk hvor studenter skal få kjøpt pelagisk fisk med startfokus på makrell.

«**SunnmørsSild**» – vil gjøre sild lukrativt og har utviklet en produktserie for ulike alders- og aktivitetsgrupper.

«**FishBuddy**» – en livsstils-app som gjennom å veilede og motivere til riktig og variert kosthold, skal øke forbruket av ferske, sunne og miljøvennlige norske råvarer som sild og makrell.

«**Fisk i farten**» – har prosjektert en fiskekake med innhold av sild og grønnsaker, sammen med et eget markedsføringskonsept rettet mot unge.

«**Saba-Yaki**» - har utviklet produktet Saba-Yaki, norsk beinfri makrellfilet i tre ulike for å nå ut til en vid kundegruppe.

Saba-Yaki ble kåret til vinner. Hovedpremien for vinnergruppen var muligheten til å presentere gruppens ide og løsning for deltakerne på konferansen Pelagisk Arena 2017. I tillegg fikk hver av studentene i vinnergruppen en premie på 1000 kr. Pengepremien var ikke promotert på forhånd.

### **Juryens begrunnelse**

*«Årets vinner av bootcamp Villfisk har etter juryens mening kommet opp med et konsept som er både moderne og innbydende, og som vil heve omdømmet til pelagisk fisk i Norge.*

*Produktene har potensiale til å øke konsumet, og dermed verdien av pelagisk fisk i det norske markedet.*

*Produktene har et moderne design som appellerer til unge mennesker.*

*Juryen mener forretningsideen er realistisk og gjennomførbar.»*

### **Vinnerteamet:**

Karoline Waage Skår fra Austevoll – grunnskolelærer (bachelor) på Høgskolen på Vestlandet

Lars Gellein Halvorsen fra Holmestrand – marin teknikk (master) på NTNU i Trondheim

Caroline Sørensen fra Vestvågøy – sikkerhet og miljø (ingeniør) på Universitetet i Tromsø

Aslak Leinebø Seljås fra Askim – eiendomsfag-jordskiftelinja (bachelor) på NMBU på Ås

## 5. Økonomi

REGNSKAP	Budsjett	Regnskap
Icelandic Startups - honorar	75 000	75 000
Icelandic Startups - reisekostnader	10 000	8 772
Reisekostnader studenter og transport underveis	50 000	59 961
Betalt faglig aktivitet	15 000	10 000
Overnatting, møterom og måltider	300 000	303 917
Diverse kostnader (kontorrekvisita, premier)	15 000	7 165
Kommunikasjon og markedsføring	60 000	42 805
<b>Totalt:</b>	<b>525 000</b>	<b>507 620</b>

Prosjektet hadde et samlet budsjett på kr 525 000.

Prosjektledelsen la i gjennomføringen vekt på å holde kostnadene knyttet til reise og opphold på et nøkternt nivå innenfor de midlene som var til rådighet samtidig som vi ønsket at studentene skulle få en topp opplevelse både av selve bootcampen men også når det gjelder overnattings, møteroms fasiliteter og ikke minst gode sjømatmåltider. Hele arrangementet ble planlagt detaljert i forkant i henhold til budsjett, og kontrakter ble inngått for transport, overnatting, måltider og foto/bilde. Sluttregnskapet viser en total kostnad på kr 507 620,-.

Oppholds- og arrangementskostnader, herunder overnatting, måltider og møterom utgjorde totalt kr 303 917,-

Honorar til Icelandic Startups utgjør kr 75 000,- og deres reisekostnader t/r Island utgjorde kr 8 772,-.

Reise for studentene og transportkostnader underveis i bootcamparrangementet utgjør kr 59 961,-

For å markedsføre arrangementet mot studenter ble det trykket flyers og betalt annonsering på Facebook. Inereo ble benyttet for å oppdatere bootcamplogoer til bruk i markedsføringen. For å få økt «markedsverdi» av bootcampen ble det i løpet av arrangementet produsert en film til fri benyttelse for studentene, Sett Sjøbein og andre interessenter. Kostnadene til infomateriell og kommunikasjon utgjør totalt kr 42 805,-.

Diverse kontorrekvisita, premier til vinnere av bootcampen, utgjorde kr 7165,-

Konferansekostnader inkl festmiddag var estimert til kr 24 000 for 24 deltakere (20 studenter, 4 sekretariat) ble justert til kr 3750,- etter at konferansearrangørene ville dekke kostnadene for studentene.

Erfaringen fra denne bootcampen viser at om man i planleggingsfasen har mulighet til å inngå avtalte priser for alle deler av bootcampen så er det stor sannsynlighet for at man holder seg innenfor budsjetttrammene.

## 6. Viktige læringspunkter

Sett Sjøbein har innarbeidet en mal for gjennomføring av bootcamper som fungerer godt. Alle detaljer har vært nøye planlagt utfra de forutsetninger vi hadde og prosjektledelsen er fornøyd med arrangementets gjennomførelse.

Samarbeidet med interessentene i sjømatnæringen fungerer veldig bra, og bootcampen ble meget positivt mottatt.

### Kvalitetssikring

Marin student-bootcamp 2017 Villfisk ble gjennomført etter mal fra tilsvarende arrangementer i 2015 og 2016.

Det ble inngått avtale med Icelandic Startups om fasilitering av bootcampen.

En avtale med aktørene bak konferansen «Pelagisk Arena 2017» om at bootcampen kunne gjennomføres i forbindelse med deres konferanse i Ålesund 31. august lå som en grunnforutsetning for resten av planleggingen.

Alle måltider, overnatting og transport ble bestilt på forhånd.

Sett Sjøbeins erfaring er at ved å ha prosjektledelsen selv for bootcampen er det stor sannsynlighet for at budsjetttrammene blir holdt, og at kompetansen som sekretariatet har om det overordnede blikket på sjømatnæringen blir ivaretatt i kunnskapsformidlingen til studentene.

Bedriftene vi ønsket å besøke, eller få foredrag og bedriftspresentasjoner fra, ble kontaktet lang tid i forvegen. Siden sjømatnæringen må forholde seg til uforutsette hendelser knyttet til fiske og produksjon, er det vesentlig at det området en velger ut for denne typen arrangement har muligheter for alternative bedriftsbesøk.

Ved utvelgelse av deltakere til bootcampen ble det vektlagt at studentene skulle representere ulike fagområder og kompetanse, slik at tverrfaglig samarbeid skulle bli fremhevet og synliggjøre ulike innfallsvinkler på en problemstilling.

Juryen som skulle bedømme studentens innleveringer var satt sammen av personer fra bedrifter innen marin sektor, FoU-institusjoner og organisasjoner tilknyttet næringen.

### Måloppnåelse og effekt

Følgende målsetninger var lagt til grunn for arbeidet med Marin student-Bootcamp 2017 Villfisk:

1. Gi studentene erfaring med tverrfaglig samarbeid, arbeid under tidspress og informasjonsinnhenting fra ulike fagområder, noe som kan etterligne en arbeidsdag i næringslivet.
2. Gi deltakende studenter en unik innsikt i norsk og internasjonal marin sektor.
3. Skape interesse og forståelse for sjømatnæringen gjennom å utvide horisonten til deltakerne og inspirere dem til å søke arbeid i denne sektoren.
4. Få flere studenter, og da særlig de som ikke har valgt typiske "marine studieretninger", til å vurdere framtidig arbeid innen marin sektor.

5. Øke bedrifter innen marin sektor sin oppmerksomhet rundt nytten av ulik kompetanse og bakgrunn, for på sikt å bedre rekruttering, øke kompetanse og bedre innovasjon og utvikling i sjømatnæringen.
6. Bidra til økt oppmerksomhet om sjømatnæringen i studiemiljøene generelt gjennom oppmerksomhet i utlysningen, og ved at deltakende studentene deler sine erfaringer med medstudenter.
7. Økt oppmerksomhet om sjømatnæringens muligheter i media.

Deltakelse på Marin student-bootcamps gir studenter en mulighet til å gå ut av sin komfortsone og bli kjent med sjømatbransjen. Bootcampene oppmuntrer til kreativitet og nyskaping, og gjennom fokus på innovasjon og entreprenørskap i sjømatnæringen får studentene økt kunnskap, og økt lyst, til å bidra til å løse sjømatnæringens utfordringer nå og i fremtiden.

Det er vanskelig å vurdere måloppnåelsen på kort sikt. Utdrag fra studentenes evaluering rett etter deltakelsen viser at (Svarprosent 95%):

- 58 % deltok primært for å lære mer om sjømatnæringen.
- 25 % deltok primært for å skaffe seg nettverk.
- 4 % deltok primært for å øke karrieremulighetene.
- 100 % er mer interessert i sjømatnæringen etter å ha fullført bootcampen enn hva de var før bootcampen.
- 100 % lærte mye i løpet av bootcampen.
- 100 % ønsker en jobb i tilknytning til sjømatnæringen i fremtiden.
- 100 % vil anbefale venner å delta på en bootcamp.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med programmet under bootcampen.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med arbeidsforholdene under bootcampen.
- 78 % var fornøyd eller veldig fornøyd med oppgaven de skulle løse.
- 39 % var fornøyd eller veldig fornøyd med tilbakemelding fra juryen.
- 94 % var fornøyd eller veldig fornøyd med informasjonsflyten underveis i bootcampen.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med «arbeidsverktøyene» de mottok fra Icelandic Startups.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med veiledningen de fikk fra Icelandic Startups.

### **Kjønnsfordeling**

Av 40 søkere var 26 kvinner og 14 menn. Av de som ble utvalgt til å delta var 12 kvinner og 8 menn. Et avbud medførte at den endelige kjønnsfordelingen ble 12 kvinner og 7 menn.

### **Forbedringsmuligheter**

Studentene har meldt tilbake at de skulle ønske at de fikk mer tid til tilbakemeldinger på deres løsningsforslag fra juryen.

Blant deltakere på «Pelagisk Arena 2017» var det flere som har gitt uttrykk for at de mener at alle gruppene burde få presentere sine løsningsforslag fra scenen på finalearenaen.

Som for tidligere bootcamper så opplevde vi at det gikk med en god del tid i markedsføringsfasen. En må ha som utgangspunkt at det kan være kamp om oppmerksomheten for denne typen arrangementer i en del studentmiljøer.

Påmeldingsskjemaet til Proviso er ikke tilpasset en form for søknader med så mye informasjon om deltakerne som bootcampen krever. Vinduene hvor søknadene skal skrives inn er små og det er ikke mulig å se alt man skriver. Det er også noe tungvint å redigere søknadslistene slik at de får et bra utseende for utskrift.

Det hadde vært fint å kunne ha en mulighet til en langsiktig strategi for arrangementet som gjør det mulig å inkludere en oppfølgingsaktivitet for studentene i ettertid.

## 7. Oversikt over kontakter i rekrutteringsfasen

- Sett Sjøbein Styringsgruppe
- Sett Sjøbein Referansegruppe m/vara
- Karrieresentere ved høyskoler og universiteter
- Kommunikasjonsnettverket Sjømatnæringen
- Studentorganisasjoner
- Høyskoler og universitets Facebooksider

## 8. Deltakere fordelt på studiested og studier

<b>Studenter:</b>	<b>Studiested</b>	<b>Master=M Bachelor =B</b>		<b>Tidligere studier</b>	
Hanna Lund	BI	M	Business, major strategy	UIT	Bachelor i økonomi og administrasjon
Emma Alendal	HIMolde	M	Logistikk	HIB	Økonomi og administrasjon
Merima Bektesevic	HVL	B	Økonomi og administrasjon	HIV	Bachelor i planlegging og administrasjon
Karoline Waage Skår	HVL	B	Grunnskulelærer 5-10		
Vilde Marie Lyngstad Hageselle	HW	B	Marinbiologi	BI/Atlantis Med. høyskole	bedriftsøkonomi/ medisinstudier
Aksel Petter Spence	NHH	B	Økonomi & Administrasjon		
Helene Marie Fotland Pedersen	NHH	B	Økonomi og administrasjon		
Aslak Leinebø Seljås	NMBU	M	Eiendomsfag jordskiftelinja		
Ida Cathrine Sandli	NMBU	B	Biologi		
Victoria Bloch	Nord Universitet	B	Havbruksdrift og ledelse		
Jørn Larsen Ringvall	NTNU Trh	M	Marin Teknikk - Sivilingeniør		
Lars Gellein Halvorsen	NTNU Trh	M	Marin Teknikk		
Preben Imset Matre	NTNU Trh	B	Marin biologi og akvakultur		1 år elektronikk
Teodor Strand Johansen	NTNU Trh	B	Økonomi og administrasjon		
Simen Sæther	NTNU Åles	B	Biomarin Innovasjon		Årsstudium i historie
Lise Solheim	UiB	M	Rettsvitenskap		
Karen Meling	UiS	B	Biologisk kjemi	UIS	Bachelor ingeniør Petroleumsteknologi
Caroline Sørensen	UiT	M	Ingeniør Sikkerhet og Miljø		
Oda Loe	UiT	M	Rettsvitenskap og master i havrett		

## 9. Medieklipp (utdrag)



BOOTCAMP  
universita  
marine bo  
uken.  
Foto: Sett S

# Studenter tett på marine næring i bootcamp

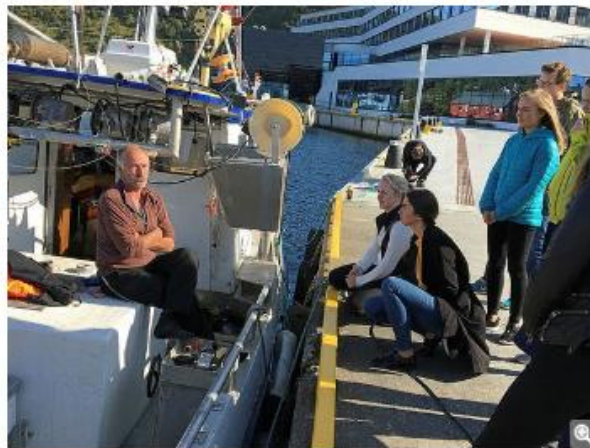
19 utvalgte studenter er tett på den marine næringen i bootcampen på Sunnmøre denne uken.

### FORSKNING

Einar Lindbæk  
28. august 2017 14:30  
Oppdatert: 29. august 2017 14:08

Dette er en av to Marine student-bootcamper som Sett Sjøbein arrangerer i høst på oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet.

Målet med bootcampene er å danne en «kunnskapsbro» mellom studenter og sjømatnæringen, sier leder Janita Arhaug i Sett Sjøbein.



På kaia. Bootcampdeltakere fant også fiskere å snakke med på kaia i Fosnavåg.  
Foto: Sett Sjøbein

**SKAL DU SELG**  
Vi har stor etterspørse  
spesielt etter pelagiske, fi  
Kontakt en av våre sk

**Msh**  
(+47) 908 92!  
www

BÅTER  
1000 båter levert til vraking



MARKED  
Mye silt  
markede



BÅTER  
Nye reg  
Lofoten



FISKERI  
Viktig s  
Høyeste

31.08.2017 09:35

## FIKK MØTE SJØMATLEDERE

### Pelagisk bootcamp



*Fra møtet som ble holdt ved Scandic Parken Hotel i Ålesund torsdag morgen.*

*Foto: Jan-Erik Indrestrand*

**19 studenter fra 11 utdanningsinstitusjoner fikk torsdag morgen møte seks av topplederne i sjømatnæringen. Møtet ble holdt i Ålesund.**

Studentene har den siste uken deltatt i Marin student bootcamp i regi av rekrutteringsprosjektet Sett Sjøbein.

Studentene skal komme med råd til næringen om hvordan det bør satses for å øke verdiskapingen fra sild og makrell.

De fikk torsdag morgen presentere sine løsninger på denne utfordringen for seks representanter for norsk sjømatnæring.

Torsdag ettermiddag får en av de fem tverrfaglig sammensatte studentgruppene presentere sin løsning som vinnere av bootcampen for mer enn 200 næringsaktører, som deltar på konferansen Pelagisk Arena i Ålesund.

Studentenes løsninger og forslag høstet bifall og mange oppfølgende spørsmål og innspill fra de seks ulike næringsrepresentantene. De seks som sitter langs bordet sammen med studentene er f.v. på bildets:

- Geir Ove Ystmark, Sjømat Norge
- Hans Petter Næs, FHF
- Renate Larsen, Sjømatrådet
- Otto Gregussen, Norges Fiskarlag
- Jarle Hansen, Norges Sildesalslag
- Audun Maråk, Fiskebåt.



## MODERNE OG INNBYDENDE MAKRELLFILET VANT:

# En marine bootcamp

Studentene bak «Saba Yaki» mottok rungende applaus fra nær 250 næringsaktører på konferansen Pelagisk Arena 2017 da de gikk av med seieren i Marin student-bootcamp 2017 Villfisk. Lars Gellein Halvorsen fra Holmestrand var på vinnerlaget.

JANITA ARHAUG / JARL REHN-ERICHSEN  
jarl@jarlsbergavis.no  
90895328

**HOLMESTRAND.** Bootcampen er en av to bootcamper i 2017 som finansieres av Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) og Sett Sjøbein står for organiseringen.

Den neste bootcampen får havbruksrelatert tema og skal avholdes i november.

## Trangt nåløye

Nitten smarte studenter ble plukket ut blant søkere fra ulike studieretninger fra alle universiteter og høyskoler i Norge. 26.-31. august var alle samlet på Sunnmøre for å bli bedre kjent med sjømatnæringen ved å besøke spennende bedrifter, få presentasjoner om sjømatnæringen fra ulike vinkler fra råstoff til marked, og de har fått lære teknikk for å jobbe sammen på tvers av fagretninger.

Studentene ble inndelt i 5 tverrfaglige grupper der alle hadde ulik kompetanse. På bootcampens 3. dje dag fikk studentene utlevert en viktig utfordring som de fikk 48 timer på å løse før de skulle legge frem løsningen sin for en jury. Underveis fikk de hjelp av mentorer.

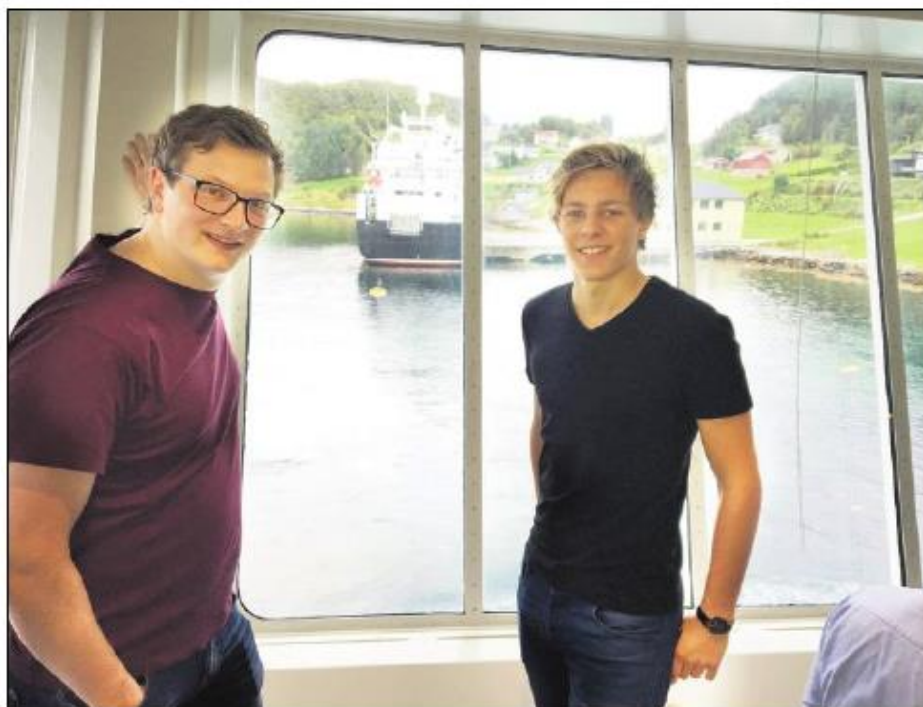
Utfordringen studentene fikk var:

Hvordan kan vi øke verdien av sild og makrell i det norske markedet?

- Utvikle et fysisk produkt, en programvareløsning, en markedsføringskampanje eller en ny tjeneste som fokuserer på sild eller makrell produsert i Norge.

## Saba-Yaki

-Vi har utviklet produktet Saba-Yaki, norsk beinfrit makrellfilet. De beinfrie makrellfiletene kan tilberedes ved å stekes, dampes



**PÅ BOOTCAMP:** Lars Gellein Halvorsen fra Holmestrand (Th) og Jørn Larsen Ringvål. Han har sammen med 18 andre studenter med ulike fagbakgrunner fra hele landet konkurrert om å løse en viktig oppgave for sjømatnæringen.

FOTO: JANITA ARHAUG

og grilles - og i tillegg kan det enkelt lages poke bowl, ceviche og sushi. På matvarens emballasje vil det tipses om ulike tilberedninger av den beinfrie makrellfileten, samt deilig tilbehør. Vi vil tilby tre ulike varianter av Saba Yaki; naturell, soyamartert og syltet - dette for å nå ut til en vid kundegruppe.

Makrellen fra Saba Yaki holder en meget høy kvalitet, og kun de aller beste makrellfiletene blir brukt. For å sikre høy kvalitet på produktet har Saba Yaki et samarbeid med leverandører som har årevis med erfaring innen foredling av makrell på best mulig måte.

## Juryens begrunnelse

Juryen, som bestod av representanter fra Norges Sjømatråd, Sparebank i SMN, Fiskebåt, Norges Sildesalgslag, Pelagta og Ungt Entreprenørskap Møre og Romsdal sier dette i sin begrunnelse for valg av vinner:

«Årets vinner av bootcamp Villfisk har etter juryens mening kommet opp med et kon-

sept som er både moderne og innbydende, og som vil heve omdømmet til pelagisk fisk i Norge.

Produktene har potensiale til å øke konsumet, og dermed verdien av pelagisk fisk i det norske markedet.

Produktene har et moderne design som appellerer til unge mennesker.

Juryen mener forretningsideen er realistisk og gjennomførbar.»

## Vinnerteamet:

Vinnerteamet hadde aldri møtt hverandre før de møttes til bootcampen, og de studerer ulike fag.

Karoline Waage Skår fra Austevoll - grunnskolelærer (bachelor) på Høgskolen på Vestlandet

Lars Gellein Halvorsen fra Holmestrand - marin teknikk (master) på NTNU i Trondheim  
Caroline Sørensen fra Vestvågøy - sikkerhet og miljø (ingeniør) på Universitetet i Tromsø

Aslak Leinebo Seljås fra As-



**VANT:** Caroline Sørensen, Lars Gellein Halvorsen, Karoline Waage Skår og Aslak Leinebo Seljås.

FOTO: JANITA ARHAUG

kim - eiendomsfag-jordskiftelinja (bachelor) på NMBU på Ås  
Tilbakemeldingene fra aktørene i sjømatnæringen er at de er imponert over studentenes evne til å raskt å kunne sette seg inn i en deres utfordringer, og på kort tid komme opp med kreative og gjennomførbare forslag som kan bidra til å øke verdiskapningen for næringen.

Sett Sjøbein er et nasjonalt samarbeid for å synliggjøre nu-

ligheter i sjømatnæringen overfor ungdom.

## Rekruttering

Ulke rekrutterings- og kompetansetilak gjennomføres i henhold til årlige føringer fra Nærings- og fiskeridepartementet (NFD).

Sett Sjøbein ble etablert i 2008 og finansieres av NFD og Fiskeri- og havbruksnærings forskningsfond (FHF).



## Er dette framtidens måte å kjøpe makrell?

Vakuumpakka, beinfri makrell med ulike smaker skal få nordmenn til å ete makrell til middag.

12

VESTLANDSNYTT

FRIDAG 1. SEPTEMBER 2017



\* En gruppe fra Østlandsgjøringen på besøk på Fostervåg. Her er vi på med Fostervåg (helgemarken, foto: Janne Aakre-Kjølberg)



\* Den nye på Fostervåg Fiskefabrik.



\* Mange skolebarn studerer der. Larsen (bakgrunnet) og Lars Gilman (helgemarken) med familien (helgemarken) i helgemarken.



\* Studenter på Fostervåg Fiskefabrik.

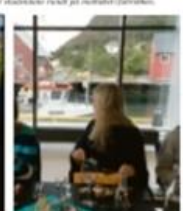
FRIDAG 1. SEPTEMBER 2017 VESTLANDSNYTT



\* Daglig leder Bent Arnes på Fostervåg Fiskefabrik står sammen med de ansatte (helgemarken).



\* I tillegg til skolebarn og studenter, er Bent Arnes også en av de som jobber på Fostervåg Fiskefabrik.



\* Programmet i Fostervåg som skolebarn og studenter kan delta på (helgemarken).



\* Østlandsgjøringen (helgemarken) har fått støtte og hjelp. Lars Gilman (helgemarken) har fått støtte og hjelp. Bent Arnes (helgemarken) har fått støtte og hjelp (helgemarken).

# Marin kunnskapsjakt i Fosnavåg

Karlsen har et av de viktigste arbeidene til å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

Studenter som ikke kan i tillegg til å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

Vi på Fostervåg Fiskefabrik har et av de viktigste arbeidene til å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

Marin kunnskapsjakt i Fosnavåg. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

Rikard til Lofoten. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

De viktigste arbeidene til å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

De viktigste arbeidene til å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.

De viktigste arbeidene til å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon. Det betyr at det er viktig å ha en god arbeidsrelasjon.