



# SLUTTRAPPORT

## Marin student-bootcamp Vestlandet 2018



**FHF-prosjekt 901523**

**Prosjektledelse og rapport:**  
[Sett Sjøbein](#) ved leder Janita Arhaug

**Dato:** 05.10.2018



*SETT SJØBEIN er et nasjonalt samarbeidsprosjekt for å synliggjøre muligheter i sjømatnæringen, innenfor havbruk, fiskeri og sjømatforedling – og alle ledd i disse næringene.*

*Sett Sjøbein ble etablert i 2008, og finansieres av Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) og Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF).*

*Sett Sjøbein administreres av FHF på vegne av NFD, og det er to ansatte i prosjektet.*

*Tiltakene forankres i en styrings- og referansegruppe bestående av representanter fra fylke, utdanning, opplæringskontor og organisasjoner som er oppnevnt for prosjektet.*

*Nettsiden [www.settsjobein](http://www.settsjobein), facebook, Youtube, twitter og Instagram benyttes for å nå ut til målgruppen, i tillegg til pressemeldinger og artikler til fagblad og aviser.*

**FHF hovedkontor:**

Stenersgata 2,  
0184 Oslo  
E-post: [post@fhf.no](mailto:post@fhf.no)  
Org.nr.: 983 353 215

**Sett Sjøbein's sekretariat, lokalisert hos FHF's avdelingskontor Ålesund:**

Røysegata 15 (3 etg)  
6003 Ålesund  
E-post: [settsjobein@fhf.no](mailto:settsjobein@fhf.no)

## Innhold

1. Marin student-bootcamp Vestlandet 2018.....	4
Bakgrunn og målsetning.....	4
2. Organisering .....	5
Planleggingsfase .....	5
Søknadsprosessen .....	5
3. Utvelgelse av deltakere .....	6
4. Gjennomføring .....	6
Faglig program.....	7
Bedriftsbesøk og innledende aktiviteter .....	8
Arbeid med utfordringen .....	8
Presentasjon av løsningsforslagene for jury .....	8
Presentasjon av løsningsforslagene på Fiskeri- og havbrukskonferanse .....	9
Næringsnytte.....	9
5. Økonomi .....	10
6. Viktige læringspunkter .....	11
Kvalitetssikring .....	11
Måloppnåelse og effekt.....	12
Forbedringsmuligheter.....	13
7. Deltakere fordelt på studiested og studier .....	14
8. Medieklipp (utdrag).....	15

## 1. Marin student-bootcamp Vestlandet 2018

Statsbudsjettet for 2018 har stilt følgende midler til disposisjon for Sett Sjøbein i 2018, jfr Stortingets budsjettvedtak: Innst.8 S (2017-2018):

Kapittel 900 - post 77 Tilskudd til Sjømattiltak	kr 2 500 000
--	--------------

### Bakgrunn og målsetning

Rekruttering er definert som en av de viktigste utfordringene for å kunne utvikle den marine næringen videre. Det kreves personer med variert kompetanse, og det er derfor viktig å synliggjøre bredden av kompetansebehov i sjømatnæringen til studenter med ulik studiebakgrunn.

Formålet med tilskuddet fra Nærings- og fiskeridepartementet NFD i 2018 er at Sett Sjøbein skal bidra til at unge, gjennom aktiv deltakelse på entreprenørskaps-fremmende aktiviteter blir kjent med sjømatnæringens brede og varierte kompetansebehov.

Tilskuddet skal benyttes til å arrangere tre marine student-bootcamper for masterstudenter ved norske universitet og høyskoler (jfr tilsagnsbrev fra NFD av 15. februar 2018). Konseptet går ut på at en gruppe studenter fra ulike studieretninger fra høyskoler og universitet i hele landet møtes for å bli bedre kjent med sjømatnæringen.

[Sett Sjøbein](#) og [Icelandic Startups](#) fungerer som moderator for hele arrangementet. Studentene søker om å få delta. 20 deltakere velges ut og får bli med på bootcampen som varer i en uke. Deltakerne får ikke vite hvor de skal og hvem de skal møte før alle er samlet på bootcampens dag 1.

Deltakerne får en intensiv introduksjon til sjømatnæringen gjennom bedriftsbesøk og presentasjoner. Deretter skal de jobbe sammen i tverrfaglige grupper for å finne en innovativ løsning på en reel utfordring koblet til marin sektor.

Innovative løsninger gjennom utvikling av ny teknologi/ og eller design er overordnet tema for årets marine bootcamp oppgaver som studentene skal jobbe med.

Løsningsforslagene skal presenteres for en jury som er satt sammen av personer fra bedrifter innen marin sektor, FoU-institusjoner og organisasjoner tilknyttet næringen. Avslutningsvis skal deltakerne på nytt presentere sine løsningsforslag på et større arrangement/møte for sjømatnæringen, og en vinner skal kåres.

Kommunikasjon med studentene før, underveis og etter arrangementet er en viktig del av prosjektet.

I 2018 gjennomføres det en bootcamp i hver av regionene Nord-Norge, Midt-Norge og Vestlandet. Denne rapporten beskriver arbeidet med «Marin student-bootcamp Vestlandet 2018», avholdt 13.-19. september 2018.

De ulike fasene i prosjektet, herunder planlegging, rekruttering, bedriftsbesøk, arbeid med utfordringen, juryering og presentasjon av gruppenes løsningsforslag, er gjennomgått. En oversikt over prosjektregnskapet, og erfaringer til nytte for senere arrangement, er også med.

## 2. Organisering

Sett Sjøbein har hatt prosjektledelsen for Marin student-bootcamp Vestlandet 2018. Sett Sjøbein ønsker å takke spesielt Henriette Skaar (Sogn og Fjordane Fiskarlag), Kyrre Dale (Sjømat Norge), Randi Humborstad (Måløy Vekst) og Rita Naustvik Maråk (FHF) for gode innspill i planleggingsfasen.

### Planleggingsfase

I planleggingsfasen jobbet vi med bootcampens faglige gjennomføring og forankring gjennom planlegging av relevante bedriftsbesøk, og utforming av en utfordring til studentene.

Overordnet tema, og utfordring for bootcampen var:

*Hvordan kan vi øke lønnsomheten i sjømatnæringen gjennom utvikling av ny teknologi og / eller design?*

*-Utvikle et fysisk produkt, en programvareløsning, en markedsføringskampanje eller en ny tjeneste!*

Bedriftsbesøk og presentasjoner ble planlagt ut fra at studentene både skulle få et generelt overblikk over sjømatnæringen, og få kunnskap som var relevant for arbeidet med utfordringen.

Bedriftene vi ønsket å besøke og få presentasjoner fra, veiledere og jury, ble kontaktet i forkant.

Alle måltider, overnatting og transport ble bestilt på forhånd, og tilrettelagt for programmet.

### Søknadsprosessen



Bootcampen ble markedsført gjennom betalt annonsering via sosiale medier, og direkte kontakt med Sett Sjøbeins nettverk av universitet/ høyskoler, karrieresenter og studentorganisasjoner, herunder:

- Karrieresenter ved høyskoler og universiteter
- Studentorganisasjoner
- Høyskoler og universitets Facebooksider
- Annonsering i sosiale media
- Sett Sjøbein Styringsgruppe og Referansegruppe m/vara
- Kommunikasjonsnettverket i sjømatnæringen

Maksimalt antall deltagere var satt til 20. Rekruttering til bootcampen pågikk i perioden 22. juli -12. august. Søknadsfristen var 12. august.

Påmelding ble gjort elektronisk via [www.provisoevent.no](http://www.provisoevent.no). De som søkte fikk fortløpende automatisk bekreftelse på at søknad var mottatt, og informasjon om hvordan søknadene ble behandlet.

### 3. Utvelgelse av deltakere

Det ble valgt ut 20 deltakere blant 64 søkere hvorav 59 var kvalifiserte søkere. Det er bestrebet en jevn fordeling av deltagerne mellom studiesteder og studieprogram, alder og geografisk opprinnelse. Yngste deltaker var 23 år, og den eldste var 27 år.

	Kvalifiserte Søkere	Deltakere
<b>Kjønnsfordeling</b>		
Kvinner	32	10
Menn	27	10
<b>Fordeling på studiested</b>		
BI Oslo	1	0
HIM	4	1
HVL	2	0
NHH	10	6
NMBU	2	1
Nord	1	0
NTNU	15	5
OsloMet (HIOA)	1	0
UIB	6	1
UIO	3	1
UIS	4	1
UIT	8	4
USN	2	0

### 4. Gjennomføring

Bootcampen ble gjennomført med følgende hovedelementer:

1. Bedriftsbesøk og informasjon om sjømatnæringen
2. Innføring i nyttige verktøy for å løse gruppeoppgavene, herunder verdikjedeanalyse og forretningsmodell ved hjelp av metoden "Business Model Canvas"
3. Gruppearbeid med utarbeiding av forretningsplan
4. Veiledning
5. Presentasjon for jury og bedømming av løsninger, tilbakemeldinger fra jury
6. Deltakelse på Fiskeri- og havbrukskonferansen til Måløy Vekst. Presentasjon av alle løsningsforslagene, kåring av vinner, og "mingling" med næringslivsaktører.

## Faglig program

### **Onsdag 12. september - Florø**

Sett Sjøbein og Icelandic Startups – formøte.

### **Torsdag 13. september – Florø-Bremanger-Vågsøy**

Deltakerne ankom Florø Lufthamn.

Båt til Kalvåg.

Bedriftsbesøk/presentasjoner:

- Brødrene Larsen Eftf AS
- Ervik Havfiske

Kickoff v/ Sett Sjøbein og Icelandic Startups.

Middag og sosialt på Knutholmen.

Båt til Måløy.

### **Fredag 14. september - Vågsøy**

Bedriftsbesøk/presentasjoner:

- Fiskeridirektoratet
- Sogn og Fjordane Fiskarlag
- Vest-Norges Fiskesalag
- OKFH- Opplæringskontoret for fiskeri og havbruksfag. Lærling fra Marine Harvest avd Rundereimstranda.
- Coast Seafood AS
- Skipskompetanse
- Selstad AS
- Stadt Towing Tank AS
- Easy Form AS
- Pelagia Måløy

Middag og sosial aktivitet.

### **Lørdag 15. september - Vågsøy**

Inndeling i tverrfaglige grupper

Icelandic Startups om:

- Innovasjon
- Verdikjedeanalyse-verktøykasse
- Business Model Canvas

Bootcampens utfordring og kriterier for levering (studentoppgaven) ble presentert.

Oppgavejobbing og veiledning.

### **Søndag 16. september- Vågsøy**

Oppgavejobbing, og veiledning ved:

- Steven Jensen, Snorre Seafood AS
- Ole Petter Humborstad, Ecobait AS
- Roger Svarstad, Sparebanken Sogn og Fjordane

### **Mandag 17. september- Vågsøy**

Oppgavejobbing og veiledning.

Tips om hvordan presentere foran jury.

Innlevering av løsningsforslag.

Presentasjon av løsningsforslagene for juryen:

- Henriette Skaar, Daglig leder, Sogn og Fjordane Fiskarlag
- Rita Naustvik Marå, Fagsjef Fiskeriteknologi, Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond
- Vegard Å. Larssen, Administrerende direktør, Stadt Towing tank
- Olav Steimler, Direktør prosjekt og kommunikasjon, Ervik Havfiske

Middag og avslutningsseanse på Skjærbuda på Silda. Overrekkelse av diplomer.

### **Tirsdag 18. september - Vågsøy**

Deltakelse på Fiskeri- og

havbrukskonferansen til Måløy Vekst på Raudeberg:

- Alle gruppene presenterte sine løsningsforslag
- Vinnerlaget ble annonsert av fiskeriminister Harald Tom Nesvik
- Deltakelse på konferansemiddag

### **Onsdag 19. september**

Hjemreise.

## Bedriftsbesøk og innledende aktiviteter

En svært viktig del av bootcampen er de innledende bedriftsbesøkene og presentasjoner som blir gitt av fagfolk i næringen. Under bootcampen fikk studentene god innsikt i sjømatnæringens verdikjede gjennom møter med mange gode ambassadører. På agendaen var både lover og regelverk, omsetningssystem, interesseorganisasjoner, rekruttering, utvikling av utstyr og teknologi, mottak og produksjon av fisk, distribusjon, eksport og markedsarbeid, forskning og utvikling.

## Arbeid med utfordringen

Studentene fikk utlevert utfordringen lørdag 15. september, og fikk 48 timer til å jobbe med oppgaven. Innenfor denne tidsperioden fikk studentene veiledning av fagpersoner med ulik tilknytning til næringen. Sett Sjøbein og Icelandic Startups veiledet også studentene underveis.

## Presentasjon av løsningsforslagene for jury

Hver av gruppene fikk fem minutter til å presentere sitt løsningsforslag, og juryen fikk deretter fem minutter til å stille spørsmål. Juryen vurderte gruppenes løsningsforslag 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?

Følgende ideer ble presentert for juryen:

«**SILDVER**» – Deres visjon er å få sild til å bli Norges mest populære fisk, og målgruppen er unge voksne mellom 18-30 år. Dette skal oppnås ved innovativ produksjon og markedsføring av sild, i tillegg til å lansere nok produkter til at det finnes en smak for alle. Ved hjelp av en helt ny produktserie ønsker de å få nordmenn til å spise mer sild ved å fusjonere norsk tradisjonell sild, med matretter fra andre kulturer.

«**Sølvstimen designbyrå**» - Ønsker å designe et produkt som skal føre til at økt konsum av sild. Målgruppen er unge voksne i alderen 18 – 35 år. Vakuumpakket frossen beinfri sildefilet i porsjonsstørrelser i en gjennomiktig emballasje skal presenteres i en enkel og attraktiv innpakning. Silda selges i to ulike varianter, naturell og marinert i indisk krydder.

«**Golden Mesopelagic**» - Ønsker å skape interesse og oppmerksomhet rundt mesopelagisk fisk, og sikre et tidlig marked for forskningsfangst med fokus på ressursutnyttelsen. Deres forretningside omfatter å tilby en distribusjonskanal for fiskere som driver forskningsfangst av mesopelagisk fisk. Denne fangsten skal tilbys som en ny og spennende råvare for innovative restauranter.

«**MarinVoice**» - Havbruksnæringen i Norge står overfor et stort press fra øverste hold, med krav til loggføring og opprettholdelse av standarder, for å kunne driftes forskriftsmessig. Dette er en tidkrevende prosess med store rom for effektivisering. Grappa ønsker å introdusere en



taleassistent, Kim Roger, i de daglige prosedyrene som for eksempel registrering av dødfisk, lusenivå og miljømålinger slik at registreringene kan loggføres automatisk. Taleassistenten kan sees på som havbruksnæringens versjon av Apple's Siri.

«**HAVMAT**» – Ønsker å utvikle en tjeneste som gjør at flere folk under 34 år spiser sjømat. Vil gjøre informasjon om hvordan sjømat kan tilberedes lettere tilgjengelig. Forbrukeren skal kunne komme inn i butikken uten en middagsplan, men en rask scanning av en QR kode vil ta brukeren direkte inn på en side med oppskrifter og info knyttet til produktet, samt handlelister for de forskjellige rettene.

Etter at alle gruppene hadde presentert sine løsningsforslag for juryen fikk hver av gruppene konstruktive tilbakemeldinger fra juryen, uten at juryen avslørte hvilket løsningsforslag som vant.

### Presentasjon av løsningsforslagene på Fiskeri- og havbrukskonferanse

Under Fiskeri- og havbrukskonferansen i regi av Måløy Vekst på Raudeberg 18. september, med rundt 190 næringsaktører til stede, ble alle løsningsforslagene presentert. Fiskeriminister Harald Tom Nesvik leste opp juryens begrunnelse, og kåret vinneren:

*«Gruppen har tatt tak i en kjempeviktig og relevant problemstilling, og har kommet opp med et svært innovativt løsningsforslag.*

*De har tatt utgangspunkt i eksisterende teknologi, og satt den inn i en ny sammenheng som vil øke presisjonsnivået og forbedre hverdagen til de ansatte. Løsningsforslaget vil rasjonalisere driften i havbruksnæringen, og har overførbar verdi til alle deler av sjømatnæringen.*

*Det er tatt hensyn til integrering i eksisterende systemer som benyttes i dag til ulike rapporteringer og beslutningsstøtte. Gruppen utviste god kunnskap om næringen, og klarte å utnytte den tverrfaglige kunnskapen som de besitter.*

*Vinner av Marin student bootcamp Vestlandet 2018 er MarinVoice»*

#### **Vinnerteamet:**

Ingvild Kindlihaugen fra Tromsø, Masterstudent Siviløkonomi ved NHH

Endre Nordstrand fra Bærum, Masterstudent Akvamedisin ved UiT

Fredrik Kvist fra Austevoll, Masterstudent Kommunikasjonsteknologi ved UiO

Trine Hamre fra Vågsøy, Masterstudent Rettsvitenskap ved UiB

### Næringsnytte

Bedriftsbesøk og presentasjoner ble lagt opp med spesielt fokus på næringens utfordringer og muligheter. Bootcampen ble knyttet til et næringsarrangement, slik at sentrale aktører i næringen får bli kjent med studentene og resultatene fra bootcampen, og samtidig kan se hvilken nytte næringen har av kompetanse på universitets- og høyskolenivå.

Samarbeidet med interessentene i sjømatnæringen fungerte veldig bra, og bootcampen ble svært positivt mottatt i næringen.

## 5. Økonomi

REGNSKAP	Budsjett	Regnskap
Icelandic Startups - honorar	75 000	75 000
Icelandic Startups - reisekostnader	13 000	13 551
Reisekostnader studenter og transport underveis	100 000	134 391
Overnatting, møterom og måltider (inkl konferansemiddag)	275000	320 094
Kommunikasjon og markedsføring	50 000	17 012
Diverse kostnader (premier, kontorrekvisita)	7 000	8 753
<b>Totalt:</b>	<b>520000</b>	<b>568 801</b>

Prosjektet hadde en budsjetttramme på kr 520 000. Sluttregnskapet viser kr **568.801,-**

Hele arrangementet ble planlagt detaljert i forkant i henhold til budsjett, og kontrakter ble inngått for transport, overnatting, måltider og videofotograf.

Proviso ble benyttet til å fremskaffe tilbud på overnatting og møterom i Vågsøy.

Sett Sjøbein ordnet busstransport, måltider, konferansebooking.

Kostnadene ble høyere enn budsjettet, hovedsakelig på grunn av høyere reise- og oppholdskostnader enn beregnet, og at de ikke var forutsett full deltakeravgift for alle bootcampdeltakerne på fiskeri og havbrukskonferansen.

Oppholdskostnader, herunder overnatting, måltider, møterom utgjorde kr 320. 094,-

Flybilletter for Icelandic Startups og studentene ble bestilt ved hjelp av reisebestillingssystemet Via Egencia. Det var ikke mulig å få ungdomsbilletter på flyreisene på grunn av små fly med begrenset tilgang. Selv om billettene ble booket på billigste alternativ så ble det likevel kostbare billetter. Flybilletter for Sett Sjøbein er ikke tatt med i regnskapet. Reise- og transportkostnader for studentene utgjorde kr 134.391,-

Honorar til Icelandic Startups utgjorde kr 75.000,-

I markedsføring og kommunikasjonsarbeidet inngår en digital markedsføringskampanje med betalte annonser i sosiale media, totalt kr 17.012,-

Deltakerne ble fulgt gjennom hele bootcampen av filmselskapet Solbakken Productions som laget en [kortfilm](#) som blir benyttet til å markedsføre konseptet overfor næringen og fremtidige bootcamp deltakere. Kostnadene for filmen er ikke ført på regnskapet for bootcampen.

## 6. Viktige læringspunkter

Marin student-bootcamp Vestlandet var den åttende bootcampen som Sett Sjøbein har hatt ansvaret for å arrangere på oppdrag fra NFD. Bootcampen ble gjennomført etter mal og erfaringer fra tidligere gjennomførte arrangementer, herunder de ulike fasene med planlegging, rekruttering, bedriftsbesøk, arbeid med utfordringen, veiledning, juryering, presentasjon av vinnerne, og regnskap.

### Kvalitetssikring

Alle detaljer har vært nøye planlagt utfra de forutsetninger vi hadde.

- Det ble inngått avtale med Icelandic Startups om fasilitering av bootcampen.
- Aktuell konferanse for presentasjon av løsningsforslagene og kåring av vinner lå som en forutsetning for videre planlegging, selv om det var usikkerhet knyttet til dato for konferansen.
- Fagfolk fra næring og organisasjoner bidro til utforming av utfordringen til studentene.
- Bedriftene vi ønsket å besøke, få foredrag og bedriftspresentasjoner fra, ble kontaktet i god tid.
- Sjømatnæringen må ofte forholde seg til uforutsette hendelser knyttet til fiskeri- og produksjon. Området vi valgte ut hadde gode muligheter for alternative bedriftsbesøk.
- All transport, overnatting, måltider og møterom var bestilt i god tid i forveien. Kontaktpersoner ble kontaktet rett i forkant av arrangementet for å sikre at alt var i orden.
- Praktiske detaljer rundt felles møterom, grupperom, forfriskninger, pausemat og lignende opplevdes som avgjørende for arbeidsro og trivsel under arbeidsdagene for både studentene, Sett Sjøbein og Icelandic Startups.
- Ved utvelgelse av deltakere til bootcampen ble det vektlagt at studentene skulle representere ulike fagområder og kompetanse. Dette er viktig både for å synliggjøre sjømatnæringen overfor ulike studieretninger, og for å gi gruppene tverrfaglige innfallsvinkler i utfordringen de skal løse.
- En lukket Facebook gruppe ble opprettet for effektiv informasjonsflyt mellom Sett Sjøbein/Icelandic Startups og studentene underveis, og i etterkant, av bootcampen.
- Veilederne hadde god breddekunnskap om sjømatnæringen i tillegg til sine fagområder. De må kunne svare på et stort spekter av spørsmål fra studentene, eller vite hvor de kan finne svar.
- Juryen som skulle bedømme studentens innleveringer bestod av personer fra sjømatrelaterte bedrifter, organisasjoner, FoU institusjoner og offentlig sektor.
- Erfaring fra tidligere bootcamper har vist at studentene ønsker tilbakemeldinger fra juryen på løsningsforslagene. Det ble derfor satt av tid til at hver av gruppene skulle få tilbakemeldinger.
- Å jobbe med mediekommunikasjon er krevende når man samtidig er arrangør av bootcampen. Vi hadde en mediestrategi med fokus på egne sosiale medier underveis i bootcampen, og presseoppslag i fiskeripresse, lokal presse og studentaviser i etterkant av bootcampen.

- Bootcampene avsluttes med deltakelse på et større arrangement med hjemreise tidlig neste dag og avslutningen kan fremstå som brå uten tid for avskjed. Det ble under denne bootcampen avsatt tid til en «avskjedsseremoni» mellom studentene, Icelandic Startups og Sett Sjøbein der studentene også fikk overrakt diplomer.

## Måloppnåelse og effekt

Følgende målsetninger var lagt til grunn for Marin student-Bootcamp Vestlandet 2018:

### **1. Like muligheter for deltakelse, uavhengig av kjønn, etnisitet, religion, nedsatt funksjonsevne og seksuell orientering.**

**Innfridd.** Av 59 søkere var 32 kvinner og 27 menn. Av de 20 utvalgte deltakerne var 10 kvinner og 10 menn. I utvelgelsen av deltakerne ble det vektlagt at studentene skulle representere ulike fagområder, kompetanse og geografisk spredning.

### **2. Gi studentene erfaring med tverrfaglig samarbeid, arbeid under tidspress og informasjonsinnhenting fra ulike fagområder.**

**Innfridd** gjennom arbeidsmetoden i bootcampen.

### **3. Gi deltakende studenter en unik innsikt i norsk og internasjonal marin sektor.**

**Innfridd.** Deltakerne fikk møte ulike bedrifter, og fikk innsikt i både lokale, nasjonale og internasjonale muligheter og utfordringer. De måtte også selv lete etter kunnskap når de utviklet ideene sine. Samtlige deltakere oppgir at de var fornøyd med programmet, og lærte mye.

### **4. Skape interesse og forståelse for sjømatnæringen gjennom å utvide horisonten til deltakerne, og inspirere dem til å søke arbeid i denne sektoren.**

**Innfridd.** 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. Samtlige deltakere oppgir at de er mer interessert i sjømatnæringen etter å ha fullført bootcampen enn hva de var før. Deltakelsen på Marin student-bootcamp gir studentene en mulighet til å gå ut av sin komfortsone og bli kjent med sjømatbransjen.

### **5. Få flere studenter, og da særlig de som ikke har valgt typiske marine studieretninger, til å vurdere marin sektor som en mulig fremtidig arbeidsplass.**

Eventuell langtidseffekt av hver enkelt bootcamp kan ikke måles rett i etterkant. En undersøkelse som Møreforskning gjennomførte i 2016 dokumenterte at noen av deltakerne på tidligere bootcamper har jobbet, kortere eller lenger perioder, i sjømatnæringen. Enkelte kommenterte at deltagelse på marin student-bootcamp i stor grad hadde vært medvirkende for at de har fått jobb i næringen. Flere har flyttet i forbindelse med dette, og i tillegg uttrykte godt over halvparten av respondentene i undersøkelsen at de har vilje til å flytte for å få ønsket jobb i sjømatnæringen.

**6. 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.**

Dette er vanskelig å måle på kort sikt. Muntlige tilbakemeldinger fra næringsaktører som var involvert i bootcampen gjennom bedriftsbesøk, presentasjoner, veiledning, juryering og på konferansen der alle løsningsforslagene ble presentert, er at de er imponert over studentenes evne til å sette seg inn i næringens utfordringer og muligheter. De mener også at bootcampkonseptet er en fin mulighet til å bringe studentene ut i næringslivet.

**7. Bidra til økt oppmerksomhet om sjømatnæringen i studiemiljøene generelt gjennom oppmerksomhet i utlysningen, og ved at deltakende studentene deler sine erfaringer underveis og i ettertid, med medstudenter.**

**Innfridd** gjennom informasjonsarbeid i studiemiljøene og deltakernes deling av opplevelser. Samtlige deltakere sier at de vil anbefale venner å delta på en bootcamp.

**8. Økt oppmerksomhet om sjømatnæringens muligheter i media.**

**Innfridd.** Bootcampene har gjort sjømatnæringen synlig i media, gjennom fiskeripresse, lokale aviser, i studentaviser og sosiale media.

**9. Evaluering av deltakelsen**

Et utdrag fra studentenes evaluering rett etter deltakelsen på Marin student-bootcamp Vestlandet viser at (Anonyme besvarelser. Svarprosent 100 %):

- 57 % deltok primært for å lære mer om sjømatnæringen
- 13 % deltok primært for å skaffe seg nettverk
- 13 % deltok primært for å utfordre seg selv
- 100 % var veldig fornøyd med programmet under bootcampen.
- 100 % lærte mye i løpet av bootcampen.
- 100 % vil anbefale venner å delta på en bootcamp.
- 95 % er mer interessert i sjømatnæringen etter å ha fullført bootcampen.
- 95 % kan tenke seg en jobb i tilknytning til sjømatnæringen i fremtiden.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med arbeidsforholdene under bootcampen.
- 85 % fikk bruk for sin utdanningsbakgrunn under bootcampen
- 95 % var fornøyd eller veldig fornøyd med oppgaven de skulle løse.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med tilbakemelding fra juryen.
- 100 % 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.

### Forbedringsmuligheter

For Marin student-bootcamp Vestlandet 2018 er det spesielt to faktorer som vi tar lærdom av:

## Viktige avklaringer i forhold til næringskonferansen

Dato for næringskonferanse for presentasjon av løsningsforslagene og kåring av vinner ble sent avklart, og var ikke bekreftet før studentenes sommerferie var i gang. Markedsføringsaktiviteten i studiemiljøene sine kanaler ble dermed ikke optimal i og med at søknadsfristen utløp før oppstart høstsemesteret.

Ved inngåelse av avtale med konferansearrangør om å få bootcampen i programmet bør det avklares om det forventes betaling for studentenes deltakelse på konferansen. For denne konferansen måtte vi betale full deltakeravgift for studentene selv om de var en del av programmet.

### Tydighet på at bekreftet deltakelse er «bindende»

Flere studenter trakk seg fra deltakelsen etter at flybilletter var bestilt, noe som medførte ekstra kostnader. En bør være tydeligere overfor de utvalgte studentene at de må sjekke om de har obligatorisk undervisning i perioden bootcampen pågår.

## 7. Deltakere fordelt på studiested og studier

Navn	Hjemsted	Studie- sted	Masterstudier
Lisa Holm	Haram	HIM	MSc Logistics
Bilal Ahmad	Drammen	NHH	CEMS MIM (International Management) + Økonomi og Administrasjon (Business Analytics)
Magne Geber	Bergen	NHH	Økonomi og administrasjon - Finansiell økonomi
Ingvild Kindlihagen	Tromsø	NHH	Økonomi og Administrasjon
Martin Aamodt Haugen	Follo	NHH	Økonomi og administrasjon, hovedprofil i økonomisk styring og business analytics.
Synnøve Skjervheim Bernes	Bergen	NHH	Siviløkonomi, profil: økonomisk styring
Simen Stien	Bergen	NHH	Økonomi og administrasjon
Kristian Sørebo	Flesberg	NTNU	Undervannsteknologi
Solveig Askevold Ulsund	Trondheim	NTNU	Energibruk og Energiplanlegging
Hannelore Olsen	Kristiansand	NTNU	IKT & Marin teknikk
Julianne Winge	Trondheim	NTNU	Mat og Teknologi
Andrea Arntzen Nistad	Trondheim	NTNU	Sivilingeniør - energi og miljø
Martine Hagenes	Nesodden	NMBU	Matvitenskap, retning produksjon og utvikling
Trine Hamre	Vågsøy	UiB	Rettsvitenskap
Sondre Grønlie	Oslo	UIS	Samfunnssikkerhet
Fredrik Kvist	Austevoll	UiO	Ingeniør Kommunikasjonsteknologi
Bjørnar Michaelsen-Svendsen	Bømlo	UiT	International Fisheries Management
Kristine Broback Rasch	Bodø	UiT	Fiskehelse
Endre Nordstrand	Bærum	UiT	Akvamedisin
Martin Skarpeid	Fredrikstad	UiT	Fiskeri- og havbruksvitenskap

## 8. Medieklipp (utdrag)

Universitetet i Stavanger

Studiehverdag Eksamen Utveksling Bibliotek IT-hjelp Studentmiljø Tilbud og velferd Finn fra

### Bli med på marin bootcamp!

På oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) jakter Sett Sjøbein etter masterstudenter ved alle universiteter og høyskoler i Norge som vil bli med til Vestlandet 12.-19. september for å lære om sjømatnærings.




SjømatNorge

FAGOMRÅDER MEDLEM KONTR

### Studenter tenker nytt for sjømatnærings

Publisert 04.10.2018 av Øyvind André Mørsm SjømatNorge - Redaksjonen



Sjømatnærings gir masterstudenter en ukes bootcamp og et problem som skal løses. Det gir både næring og studentene nye tanker.

Bootcampene gir studentene innsikt i et spennende næringsliv, og næringsaktørene mottar studentene med stor åpenhet og positivitet. Janita Arhaug, leder i Sett Sjøbein som arrangerer bootcampene, forteller at studentene imponerer med sin evne til raskt å tilegne seg kunnskap om sjømatnærings.



Engasjerte bedrifter vil gjerne vise frem hvordan næringens drives. Her fra Brødrene Kvaløen i Røynevik i Kviteseid.

De bruker sine tverrfaglige

FISKERI | HAVBRUK | TEKNOLOGI | FOU | MENINGER

# Tekfisk



BOOTCAMP som har Sjøbein sjømatnærings FOTO: SETT

## Taleassistenten "Kim Roger" vant idédugnad

En taleassistent til registrering av død fisk, lusenivå og miljømålinger vant fram som beste idé fra mastergradstudentene under marin bootcamp i Sogn og Fjordane.

Einar Lindbæk  
20. september 2018 08:40

Vinnergruppe MarinVoice under idédugnaden for mastergradstudenter på marin bootcamp i Sogn og Fjordane ønsket å løse havbruksnærings krav til loggføring for å kunne drifte forskriftsmessig.

A  
Li  
m



## Stakk av med sigeren i sjømatutfordring

Måløyværing Trine Hamre og gruppa Marine Voice stakk av med sigeren etter den marine bootcampen Sett sjøbein.



## Håper «Sjømat-Siri» kan hjelpe oppdrettsnæringen

Masterstudent Ingvild Kindihagen var én av fire som gikk til topps i en sjømatkonkurranse.

Marsteinen torsdag 20. september 2018

5

# Alle oppdrettsanlegg skulle hatt ein Kim Roger

## Fredrik Kvist (25) og laget hans gjekk til topps i Sett Sjøbein denne veka.

Fredrik Kvist er blant 20 toppstudentar frå heile landet som var med på såkalla marin bootcamp i regi av prosjektet Sett Sjøbein denne veka. Ei av oppgåvene studentane fekk var å finna ei ny, innovativ løysing på ei utfordring i sjømatnæringa. Tidsfristen var 48 timar.

– Produktet me kom opp med, skulle effektivisera mange av loggføringane som er pålagt i havbruksnæringa. Til domes teljing av lur, dautfisk og miljømålingar, forklarar Fredrik. Slik kom dei opp med Kim Roger, ein taleassistent som kan samanliknast med Apple sin Siri. – Namnet Kim Roger var det me gutane som fekk gjennom. Det skulle ikkje vera noko fancy Alexa, men namnet på ein skiklege fiskar, seier Fredrik og ler. Lo gjorde og juryen då Kim Roger vart presentert.

## Ros frå ministeren

Som ein del av å skissa forretningsplanen, ringde studentane rundt til selskap som Lerøy og Marine Harvest, for å høyra om dette var noko dei kunne fatta interesse for. Responsen var positiv.

– Etter det me klarte å finna ut av på 48 timar, finst ikkje dette produktet frå før, seier Fredrik.

Fiskeriminister Harald T. Nesvik (Frp) var blant publikum på Sett sjøbein i Sogn og Fjordane.

– Eg er imponert over kreativiteten Ingvild, Endre, Fredrik, Trine og dei andre på bootcampen har vist. Dette er dyktige studentar, med fantastiske idéar.

Sett Sjøbein jobbar for å synleggjera sjømatnæringa overfor ungdom. Prosjektet vert finansiert av Nærings- og fiskeridepartementet og Fiskeri- og havbruksnæringas forskingsfond. I år skal dei arrangera tre marine bootcamp-ar for studentar.

**M** May-Linn Clement  
may.linn.clement@marsteinen.no



Fredrik Kvist (nummer to frå venstre) er utdanna ingeniør og tek no mastergrad i kommunikasjonsteknologi ved UiO. Her saman med fiskeriministeren og resten av vinnarlaget, Trine Hamre, Ingvild Kindihagen og Endre Nordstrand. Foto: Sett Sjøbein.