



SLUTTRAPPORT

Marin student-bootcamp Nord-Norge 2018



FHF-prosjekt 901503

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

Dato: 10.12.2018



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, 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
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

Innhold

1. Marin student-bootcamp Nord-Norge 2018	4
Bakgrunn og målsetning	4
2. Organisering	5
Arbeidsgruppe	5
Planleggingsfase	5
Søknadsprosess	5
Utvelgelse av deltakere	6
3. Gjennomføring	6
Faglig program	7
Bedriftsbesøk og innledende aktiviteter	8
Arbeid med utfordringen	8
Presentasjon av løsningsforslagene for jury	8
Presentasjon av løsningsforslagene på Tørrfiskkonferansen 2018	9
4. Økonomi	10
5. Viktige læringspunkter	11
Kvalitetssikring	11
Måloppnåelse og effekt	12
Forbedringsmuligheter	14
6. Deltakere fordelt på studiested og studier	16
7. Medieklipp (utdrag)	17

1. Marin student-bootcamp Nord-Norge 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 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 Nord-Norge 2018», avholdt 29. april - 5. mai.

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

Arbeidsgruppe

Sett Sjøbein har hatt prosjektledelsen for Marin student-bootcamp Nord-Norge 2018. En arbeidsgruppe, bestående av Lorena Gallart Jornet (FHF), Rune Stokvold (Lofoten Fisk AS), Rolf Jentoft (Lofoten Marine Oils AS), Olaf Johan Pedersen dy (AS Glea), Erling Santi Falch (Saga Fisk AS), Arne Mathiesen (Lofoten Viking AS), Jørund Rene Greger Johansen (Røst sjømat AS), ble opprettet for å sikre bootcampens faglige gjennomføring og forankring.

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 tørrfiskkonsumet i det norske eller italienske markedet 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 ble kontaktet i forkant og nettverket til Lorena Gallart Jornet fra FHF og arbeidsgruppen for øvrig var svært viktig.

Alle måltider, overnatting og transport ble bestilt på forhånd, og tilrettelagt for programmet under oppholdet i Lofoten.

Søknadsprosess



En egen markedsføringskampanje for nett og sosiale medier med en integrert påmeldingsløsning via www.settsjobein.no ble utviklet av INCREO i forbindelse med Marin student-bootcamp Havbruk 2017. Hensikten var å få mulighet til å spore hvordan den digitale markedsføringen fungerte, og å lede flere besøkende inn til Sett Sjøbeins nettside. Samme løsning ble benyttet for Marin student-bootcamp Nord-Norge og vi ble forespeilet å spare en del kostnader for oppsett og design.

I tillegg til betalt annonsering ble også informasjon om bootcampen delt i Sett Sjøbeins nettverk av universitet/ høyskoler, karrieresenter, studentorganisasjoner gjennom facebook, Instagram og e-post.

Maksimalt antall deltagere var satt til 20, og søknadsfristen var 16. mars.

Rekruttering til bootcampen pågikk i perioden 22. februar -16. mars. De som søkte fikk fortløpende automatisk bekreftelse på at søknad var mottatt, og informasjon om hvordan søknadene ble behandlet.

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

Utvelgelse av deltakere

Det ble valgt ut 20 deltakere blant 47 søkere. Det er bestrebet en jevn fordeling av deltagerne mellom studiesteder og studieprogram. Yngste deltaker var 22 år, og den eldste var 33 år.

	Søkere	Deltakere
Kjønnsfordeling		
Kvinner	36	12
Menn	11	8
Fordeling på studiested		
UIB	7	2
NTNU-Tr.heim	11	3
NTNU-Ålesund	1	1
NTNU-Handelshøyskolen Tr-heim	2	2
UIT	5	2
NHH	3	1
NMBU	5	2
BI Oslo	4	2
HVL Bergen	3	0
UIO	3	2
HIMolde	1	1
Høgskolen i Innlandet Lillehammer	2	2

3. 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 Tørrfiskkonferansen 2018, presentasjon av alle løsningsforslagene, kåring av vinner, og "mingling" med næringslivsaktører.

Faglig program

Lørdag 28. april - Ballstad

Sett Sjøbein og Icelandic Startups - formøte

Søndag 29. april - Ballstad

Kickoff for bootcampen v/ Sett Sjøbein og Icelandic Startups

Fisketur med [Iversen JR og Ballstadgutt](#)

Middag og sosiale aktiviteter

Mandag 30. april – Ballstad-Stamsund-Leknes

Bedriftsbesøk/presentasjoner

- [Lerøy Norway Seafoods avd Stamsund](#)
- [Insula AS og Lofot Produkt AS](#)
- [Lofoten Mat AS](#)
- [NIC Haug AS](#)
- [Lofoten Marin Oils AS](#)
- [Kaikanten Delikatesser AS](#)
- [Norges Kystfiskarlag](#)
- [Vestvågøy kommune v/Ordfører](#)

Tirsdag 1. mai - Svolvær

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.

Onsdag 2. mai - Svolvær

Oppgavejobbing, og veiledning ved:

- Erling Santi Falch, Saga Fisk AS
- Veileder: Olaf Johan Pedersen dy, Glea AS
- Veileder: Lorena Gallart Jornet, FHF

Torsdag 3. mai - Svolvær

Oppgavejobbing

Tips om hvordan presentere foran jury

Innlevering av løsningsforslag

Presentasjon av løsningsforslagene for jury:

- Alf Kenneth Johansen, Nærings sjef, Vågan kommune
- Nora Falch, Daglig leder, Saga Fisk AS
- Viviann Olsen, Kvalitetsleder, Lofoten Viking AS
- Lorena Gallart Jornet, phd Fagsjef industri/konvensjonell, FHF
- Rolf H. Sørland, Direktør Italia, Innovasjon Norge

Lukket møte med Veronica Pedersen, statssekretær i NFD. Overrekkelse av diplomer.

Fredag 4. mai - Svolvær

Deltakelse på FHF's «Tørrfiskkonferansen 2018» i Svolvær

Alle gruppene presenterte sine løsningsforslag

Vinnerlaget ble annonsert av Veronica Pedersen, statssekretær NFD.

Deltakelse på konferansemiddag om kvelden.

Lørdag og søndag, 5. – 6. mai

Hjemreise.

På grunn av flere fly kanselleringer fra Svolvær 5. mai, ble hjemreisen for 15 av studentene utsatt til 6. mai.

Bedriftsbesøk og innledende aktiviteter

En svært viktig del av bootcampen er de innledende bedriftsbesøkene og presentasjoner som blir gitt av fagfolk i næringen. På bootcampens første dag fikk studentene prøve seg som fiskere på Lofothavet. Dag to fikk de treffe ulike næringsaktører for å få en bred introduksjon til sjømatnæringen, og med et spesielt fokus på verdikjeden for villfanget fisk, herunder produksjonsmetoder, leverandørindustri, teknologi/design, og markedsarbeid.

Studentene ble tatt godt imot av bedriftene vi var i kontakt med.

Arbeid med utfordringen

Studentene fikk utlevert utfordringen på ettermiddagen tirsdag 1. mai, og tiden som var satt av fram til deadline torsdag formiddag var totalt 46 timer, inkludert tid som medgikk til presentasjoner fra Icelandic Startups og avsatt tid med tre veiledere. Sett Sjøbein og Icelandic Startups var også tilgjengelige for studentene og veiledet underveis.

Presentasjon av løsningsforslagene for jury

Hver av gruppene fikk fem minutter til å presentere sitt løsningsforslag for juryen, som deretter fikk fem minutter til å stille spørsmål. Mellom hver gruppe hadde juryen tid til å vurdere gruppens 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:

«Neve Marina» - en lettvinnt smakstilsetningsvariant av tørrfisk som skal bidra til å smaksette ulike retter. Produktet skal være tilgjengelig i flak eller pulverform laget av lofottørrfisk som er vakumtørket. Produktet vil ha en konsentrert smak som kan finne sin plass i markedet som en «super spice» med rikt næringsinnhold. I løsningsforslaget er også en promotering av produsentene direkte, i tillegg til utvalgte samarbeidspartnere som kunden vil sette pris på å få informasjon om, f.eks en italiensk vin som passer til den distinkte tørrfisksmaken.

«Stockfish Norge – en smak for fremtiden!» – grillklar tørrfiskfilet i marinade som skal være tilgjengelig i kjøledisken hos dagligvarekjeder. Produktet er tiltenkt kundegruppen nordmenn i alderen 30-45 år, geografisk begrenset til Sør-Norge. Formålet er å øke konsumet av tørrfisk i det norske markedet, med en visjon om å skape en smak for fremtiden.

«InStockFish» - et ferdig utvannet, gryteklart tørrfiskprodukt som kunden vil få tilgang på gjennom kjøledisken på dagligvarehandler. Arbeidsplasser skal skapes i Norge ved å produsere produktet i Norge, hvor det utvannes, vakumpakkes og fryses for å sikre lang holdbarhet. Deretter distribueres produktet til Italia, hvor det tines i butikk og selges som en ferdig opptint vare.

«**Scandifish**» - en verdøkning av råstoff, som ellers ikke blir brukt til tørking. Fisk blir istedenfor filetert, skinn og bein fjernes, oppstykket, og legges på rist for tørking i klimarom innendørs, som gjenspeiler det særegne miljøet i Lofoten. Etter tørking og modning sendes tørrfisken til Italia for utvanning. Ferdig utvannet pakkes tørrfisken i MAP (Modifisert Atmosfære Pakninger) i et tiltrekkende og stilrent design.

«**ProFish**» (Proteinfisk) - en proteinbar basert på tørrfisk som hovedingrediens. Konseptet går ut på å lansere et produkt som kan bryte med eksisterende assosiasjoner og fremme tørrfisk som en høykvalitets- og proteinrik matvare produkt.

Etter at alle gruppene hadde presentert sine løsningsforslag for juryen fikk hver av gruppene konstruktive tilbakemeldinger fra juryen.

Presentasjon av løsningsforslagene på Tørrfiskkonferansen 2018

Under den årlige Tørrfiskkonferansen 2018 i Svolvær 4. mai i regi av Fiskeri- og havbruksnærings forskningsfond ble alle løsningsforslagene presentert for næringsaktørene.

Statssekretær NFD Veronica Pedersen leste opp juryens begrunnelse og kåret vinneren:

Juryens begrunnelse

« Vinneren har et spennende konsept som kan realiseres raskt. Det er moderat risiko forbundet med realiseringen av produktet. Ved å sette fokus på dette fantastiske produktet vil vi oppnå økt kjennskap og kunnskap om tørrfisk. Omdømmet vil bli styrket.

Produktet er brukervennlig og lettvinnt, og vil gi betydelig vekst i konsumet for tørrfisk i Norge. Det er også mulighet for sesongutvidelse og overføringsverdi til andre markeder. Vinneren er Stockfish Norge – en smak for fremtiden!»

Vinnerteamet:

Trine Tornlund Johansen fra Trondheim, Økonomi og administrasjon, NTNU Handelshøyskolen
Martin Roll Lied fra Bergen, Marin teknikk, NTNU
Aina Johansen fra Tromsø, Økonomi og administrasjon, UIT Norges arktiske universitet
Mari Aasland Bøyum fra Time, Samfunnsendring, organisasjon og ledelse, Høgskolen i Molde

4. Økonomi

REGNSKAP	Budsjett	Regnskap
Icelandic Startups - honorar	75 000	75 000
Icelandic Startups - reisekostnader	13 000	12 662
Reisekostnader studenter og transport underveis	80 000	119 713
Overnatting, møterom og måltider (inkl konferansemiddag)	280 000	285 169
Betalt faglig aktivitet, fisketur	15 000	12 000
Kommunikasjon og markedsføring	30 000	27 601
Diverse kostnader (premier, kontorrekvisita)	7 000	6 212
Totalt:	500 000	538 357

Prosjektet hadde i utgangspunktet et samlet budsjett på ca kr 500 000 som har vært gjennomsnittlig sluttregnskap for tidligere gjennomførte bootcamper. Sluttregnskapet viser kr **538 357**.

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

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

Sett Sjøbein ordnet busstransport, måltider, konferansebooking og overnatting i forbindelse med deltakelse på Tørrfiskkonferansen i Svolvær.

Opphold- og arrangementskostnader, herunder overnatting, måltider, møterom utgjorde kr 285.169,-

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.

Ved å legge bootcampen til et sted med utfordrende logistikk transportmessig måtte vi også fly inn Icelandic Startups to dager i forkant, og tre studenter måtte ankomme en dag i forkant, noe som medførte ekstra overnattingskostnader. Flybilletter for Sett Sjøbein er ikke tatt med i regnskapet.

Reise- og transportkostnader for studentene utgjorde kr 119.713,-

Honorar til Icelandic Startups utgjorde kr 75.000,-

I markedsføring og kommunikasjonsarbeidet inngår en digital markedsføringskampanje gjennomført av Increo og utarbeiding av påmeldingsskjema via nettsiden til Sett Sjøbein. Kostnaden utgjorde kr 26.032,-

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

5. Viktige læringspunkter

Marin student-bootcamp Nord-Norge 2018 ble gjennomført etter mal fra tilsvarende arrangementer i 2017, 2016 og 2015. Herunder erfaringer fra bootcampenes ulike faser 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 ble tidlig avklart, og lå som en forutsetning for den videre planleggingen.
- En arbeidsgruppe bestående av fagfolk fra næring og organisasjoner bidro til utforming av utfordringen til studentene.
- Bedriftene vi ønsket å besøke, eller få foredrag og bedriftspresentasjoner fra, ble kontaktet i god tid i forveien.
- Siden sjømatnæringen ofte 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. Det hadde vi ved å legge bootcampen til Lofoten.
- All transport, overnatting, måltider og møterom ble bestilt på forhånd.
- Praktiske detaljer rundt møterom, forfriskninger, pausemat og lignende var booket på forhånd.
- 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.
- Personer som går inn i veilederrollen for bootcampene 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. Det ble innhentet tre veiledere med ulik bakgrunn, alle med spesialkompetanse som var relevant for utfordringen.
- Juryen som skulle bedømme studentens innleveringer bestod av personer fra sjømatrelaterte bedrifter, organisasjoner, FoU institusjoner og offentlig sektor.
- Erfaring fra tidligere bootcamper viser at studentene gjerne skulle hatt mer tid til tilbakemeldinger fra juryen på løsningsforslagene. Det ble derfor satt av tid til at hver av gruppene skulle få konstruktive tilbakemeldinger fra juryen.

- Å jobbe med mediekommunikasjon er krevende når man samtidig er arrangør av bootcampen, og vår erfaring er at det bør legges en mediestrategi i god tid før arrangementet.

Måloppnåelse og effekt

Følgende målsetninger var lagt til grunn for arbeidet med Marin student-Bootcamp Nord-Norge 2018:

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

Innfridd gjennom arbeidsmetoden i bootcampen.

2. Gi deltakende studenter en unik innsikt i norsk og internasjonal marin sektor.

Innfridd. Deltakerne fikk møte ulike bedrifter, og fikk innsikt i både lokale, nasjonal og internasjonale muligheter og utfordringer. De måtte også selv lete etter kunnskap når de utviklet ideene sine. Samtlige deltakere sier de var fornøyd eller veldig fornøyd med programmet og alle forteller at de lærte mye i løpet av bootcampen.

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

Innfridd. 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. 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.

4. 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, men de muntlige tilbakemeldinger er gode:

Jeg fikk prøve å filetere for første gang, så det var veldig gøy. -Esther Haugland, Fornybar Energi - NMBU

Kjempespennende! Det er veldig inspirerende å høre på folk som lykkes innen sjømatnæringa. - Christian Vik, Fiskeri- og havbruksvitenskap – UIT

Jeg er fornøyd med både naturen, maten, turen og folkene. Og så lytter de til oss, det er veldig artig, både fra næringa og de som har vært med fra regjeringa. Det er veldig inspirerende! -Aina Johansen, Økonomi og administrasjon - UIT

Akkurat nå kan jeg faktisk veldig godt se for meg en fremtid i sjømatnæringen. Min bakgrunn gjør jo at jeg kan passe inn i de fleste typer virksomheter, og etter uken i Lofoten er jeg smittet av denne næringen og skikkelig imponert over bredden vi har blitt introdusert for. Innsikt i hele verdikjeden har vært en øyeåpner for meg og en vei inn til å forstå hvor omfattende og betydningsfull sjømatnæringen er. - Nora Dalan, Økonomi og administrasjon – NTNU

En undersøkelse som Møreforskning gjennomførte i 2016 dokumenterer at noen av deltakerne på tidligere bootcamper har jobbet, kortere eller lenger perioder, i sjømatnæringen. Enkelte har kommentert at deltagelse på marin student-bootcamp i stor grad har vært medvirkende for at de har fått jobb i næringen. Flere har flyttet i forbindelse med dette, og i tillegg uttrykker godt over halvparten av respondentene i undersøkelsen vilje til å flytte for å få ønsket jobb i sjømatnæringen.

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.

Det er vanskelig å måle på kort sikt. Muntlige tilbakemeldingene fra denne bootcampene er at næringsaktørene som har vært involvert gjennom bedriftsbesøkene, presentasjoner, veiledning, jurying og på konferansen der alle løsningsforslagene ble presentert, 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.

6. 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 både i sosiale møte og personlige møte med medstudenter. Samtlige deltakere sier at de vil anbefale venner å delta på en bootcamp.

7. Økt oppmerksomhet om sjømatnæringens muligheter i media.

Innfridd. Bootcampene gitt sjømatnæringen synlig i media, gjennom fiskeripresse, lokale aviser, i studentaviser og sosiale media.

8. Evaluering av deltakelsen

Et utdrag fra studentenes evaluering rett etter deltakelsen på Marin student-bootcamp Nord-Norge viser at (Svarprosent 90 %):

- 55 % deltok primært for å lære mer om sjømatnæringen.
- 10 % deltok primært for å skaffe seg nettverk.
- 15 % deltok primært for å øke karrieremulighetene.
- 100 % var fornøyd eller veldig fornøyd med programmet under bootcampen.
- 100 % lærte mye i løpet av bootcampen.
- 100 % vil anbefale venner å delta på en bootcamp.
- 89 % er mer interessert i sjømatnæringen etter å ha fullført bootcampen.
- 84 % ønsker en jobb i tilknytning til sjømatnæringen i fremtiden.
- 94 % var fornøyd eller veldig fornøyd med arbeidsforholdene under bootcampen.
- 89 % var fornøyd eller veldig fornøyd med oppgaven de skulle løse.
- 90 % 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

Markedsføring og søknadsprosessen:

Påmeldingsskjemaet via Sett Sjøbeins nettside fungerte ikke optimalt, og ble heller ikke kostnadsbesparende som forespeilet. **Forbedringspotensialer:** For kommende bootcamp vil påmeldingsløsningen i Proviso bli benyttet i stedet. Også i Provisos påmeldingsløsning er det imidlertid små vinduer å skrive tekster i, noe som Proviso har fått tilbakemelding om.

Forbedre samarbeidet med Icelandic Startups

Icelandic Startups har vært med som fasilitator på alle tidligere gjennomførte bootcamper og de har vært en trygghet for sekretariatet i Sett Sjøbein. Icelandic Startups var bemannet med nytt personell for denne bootcampen. Selv om det ble utvekslet informasjon og rolleavklaringer både gjennom kontrakt, i e-post og på skypemøter, og også underveis i bootcampen, så opplevde vi at kommunikasjonen og forventningene ble oppfattet ulikt. **Forbedringspotensialer:** For kommende bootcamper må det brukes mer tid på rolleavklaring og gjennomgang av detaljer i arrangementet for å unngå misforståelser.

Tydligere krav til hvem som kan søke

Noen studieløp for masterutdanning er 5-årige og andre er 2-årige der en først fullfører en bachelor. En av studentene som ble valgt ut var i avslutningen på bachelor og fortsetter på 2-årig master til høsten. Dette kan forsvares ved at vedkommende var kommet lenger i sin utdanning enn 5-årige masterstudenter som for eksempel var kommet til studieår 2. Det kan likevel være rom for at noen mener at det var urettferdig at vedkommende fikk delta. **Forbedringspotensialer:** For kommende bootcamper i 2018 bør Sett Sjøbein være tydeligere i påmeldingsskjemaet om at de som søker allerede må være i gang med en fastsatt masterutdanning.

Grupperom for studentene

Både overnatting og møteroms fasiliteter ble leid på Anker Brygge i Svolvær, samme by som Tørrfiskkonferansen 2018 skulle avholdes og der vinneren av bootcampen skulle kåres. Nærheten til overnatting, møtested og arrangement fungerte veldig bra.

Det var ikke egne grupperom tilgjengelig under arbeidet med utfordringen. Mens noen av gruppene benyttet rorbuene de var innkvartert i, for å kunne jobbe uforstyrret, foretrakk en gruppe å bruke det felles møterommet. Det å ikke ha egne grupperom medførte at prosjektledelsen ikke hadde oversikt over hvor studentene jobbet til enhver tid. **Forbedringspotensialer:** Sett av egne møterom til gruppearbeidet, og oppsøk gruppene jevnlig underveis for å avklare om alt er i orden og om det er behov for veiledning.

Mer arbeidsro under oppgaveløsningen

Tiden som var satt av fram til deadline onsdag formiddag var totalt 46 timer, inkludert tid som medgikk til presentasjoner fra Icelandic Startups og hjelp fra veiledere. **Forbedringspotensialer:** Studentene trenger mer arbeidsro, spesielt om kvelden. Fordel presentasjonene fra Icelandic Startups tidligere på dagen og fortrinnsvis før utfordringen er utlevert.

Innføre eget tidspunkt for avskjed

Det sosiale aspektet med å knytte tverrfaglige nettverk blant studentene er viktig. Bli-kjent-aktiviteter og sosialt samvær som en viktig del av arrangementet. Når bootcampene avsluttes med deltakelse på et større arrangement med hjemreise tidlig neste dag så kan avslutningen på bootcampen fremstå som brå. Det ble fra studenter på denne bootcampen fremsatt et ønske om at det for fremtidige bootcamper bør settes av tid til å ta avskjed med hverandre.

Forbedringspotensialer: Det settes av tid til en «avskjedsseremoni» mellom studentene, Icelandic Startups og Sett Sjøbein for kommende bootcamper. Det hadde også 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.

6. Deltakere fordelt på studiested og studier

Navn	Hjemsted	Studiested	Masterstudium
Ruth Solveig Riskild Øksnes	Asker	Handelshøyskolen BI	Økonomi og Ledelse
Aurora Brynildsen	Oslo	Handelshøyskolen BI	Ledelse og organisasjons-psykologi
Mari Aasland Bøyum	Time	HIM	Samfunnsendring, organisasjon og ledelse
Vegard Sæterøy	Aure	INN	Innovasjon (Generell modell)
Anette Wille	Lillehammer	INN	Innovasjon med spesialisering i ledelse og organisering
Esther Haugland	Austevoll	NMBU	Fornybar Energi
Ingrid Leikvoll	Ås	NMBU	Matvitenskap, produksjon og utvikling
Kristian Betten Ørjasæter	Røros	NHH	Finansiell økonomi
Trine Tornlund Johansen	Trondheim	NTNU Handelshøyskolen i Trondheim	Økonomi og administrasjon
Sigval Myren	Herøy	UiB	Bachelor Bærekraftig Havbruk
Sheida Naderi	Kristiansand	NTNU Trondheim	Bioteknologi
Kaja Haug	Trondheim	NTNU Trondheim	Mat og teknologi
Martin Roll Lied	Bergen	NTNU Trondheim	Marin teknikk
Kristoffer Remø	Sula	NTNU Ålesund	Internasjonal Business og Markedsføring
Ida Elleflaadt	Bergen	UiB	Rettsvitenskap
Martine Myrsveen Pedersen	Oslo	UiO	Marinbiologi og limnologi
Amalie Sofie Liane	Oslo	UiO	Toksikologi
Nora Dalan	Målselv	NTNU Handelshøyskolen	Økonomi og administrasjon - Siviløkonom
Christian Vik	Sogndal	UiT	International Fisheries Management
Aina Johansen	Tromsø	UiT	Økonomi og Administrasjon Major: Ledelse og innovasjon

7. Medieklipp (utdrag)

10 FREDAG 25. MAI 2018 VESTLANDSNYTT

● Sigval var med på Marin student-bootcamp i Nordnorge!

– Eg lærte utruleg mykje

Læring om kvitfiskens tradisjonar, god anvending av råstoff, moglegheit og utfordringar stod på agendaen då Sigval Myren og 19 andre studentar drog på Marin bootcamp i Lofoten 29. april til 5. mai.

– Det som gjorde størst inntrykk var naturen. Eg kjem frå Remøya, så eg er van med hav, men i Lofoten er det endå vilare. Og der er endå større fjell, fortel Sigval Myren.

Midt i den spektakulære naturen, fekk han dessutan kryssa av noko på bucketlista:

– Vi fiska med stong på torsebankane utanfor Kræmmervika. Det var veldig gøy.

På oppdrag frå staten

Bootcampen er den første av tre, som Sett Sjøbein arrangerer på oppdrag frå Nærings- og fiskeridepartementet i 2018.

Formålet er å knytte studentar og sjømatnæringa nærmare kvarandre. Studentar frå helle landet kan søkje om å delta. Søklarane får ikkje på førehånd vite kven dei andre deltakarane er, kvar dei skal, eller kva for bedrifter dei skal besøke, skriv leiar Janita Arhaug i Sett Sjøbein i ei pressemelding.

Deltakarane skulle i utgangspunktet bestå av 20 masterstudentar. Sigval er eit unntak, då han for tida er i ferd med å



FRÅ FISKETUREN: Sigval Myren frå Remøya (til høgre) saman med ein av dei andre bootcamp-deltakarane, Kristian B. Ørjasæter. FOTO: SETT SJØBEIN

KYST OG FJORD

Tekst: T

Forsiden Siste 50 Nyhetsfeed Debatt

E-avis

Drømmedager i Lofoten

Se filmen fra Sett Sjøbeins «Marin Bootcamp» i tørrfisknæringa tidligere i vår.

Marin student-bootcamp Nord Norge 2018



Velg språk Drevet av Google Oversetter

Rekrutteringsprosjektet «Sett Sjøbein» tok i mai med seg tjue masterstudenter fra ulike studieretninger og institusjoner til en uke i Lofoten. Målet var at de skulle bli bedre kjent med sjømatnæringa, og oppdage karrieremulighetene der.

Deltakerne ble fulgt gjennom hele bootcampen av filmselskapet Weggebros, som har laget filmen vi viser i tilknytning til denne artikkelen.

En marin bootcamp har som navnet tilsier et intenst program som ble sparket igang med en fisketur i Ballstad, hvor fiskelykken slo til for mange. De første to dagene bodde studentene i Kræmmervika, som var utgangspunktet for bedriftsbesøk i sjømatnæringa.

Tekst: T T T

Anbefal 0

Tweet



VINNERLAGET: På marin bootcamp i Lofoten. FOTO: SETT SJØBEIN V/FRØY KATRINE MYRHOLM

Vinnerlaget på marin bootcamp i Lofoten

Studentene bak «Stockfish Norge» gikk av med seieren i Marin student-bootcamp Nord-Norge, skriver Sett Sjøbein i en pressemelding.

Marin bootcamp ble arrangert i Lofoten fra 29. april til 5. mai med 20 masterstudenter fra ulike studieretninger fra høyskoler og universiteter i hele landet.

Dette var utfordringen som de fikk 48 timer på å levere løsningsforslag på:

Produktet er tiltenkt kundegruppen nordmenn i alderen 30–45 år, geografisk begrenset til Sør-Norge. Formålet er å øke konsumet av tørrfisk i det norske markedet.

Juryen mener at vinneren har et spennende konsept som kan realiseres raskt, og skriver i sin begrunnelse:

«Det er moderat risiko forbundet med realiseringen av produktet. Ved å fokusere på dette fantastiske produktet vil

har gode assosiasjoner til grillmat. Vi tenker det er en fin måte å introdusere tørrfisk til andre deler av landet enn Nord-Norge, sier deltager Trine Tornlund Johansen.

– Det har vært kjempegøy å delta og vinne, vi har fått masse positiv oppmerksomhet fra næringa. En på konferansen har også bedt om å få tilsendt forretningsplanen vår, som er veldig kjekt, sier Mari Aasland Bøyum.

Ser ei framtid av muligheter i fiskeriene:

Vi må jo bygge Norge videre!

20 studenter er på «boot camp» i Lofotens fiskeindustri.

BJARNE BENJAMINSEN
bjarne@lofot-tidende.no

– Fiskeindustrien og de marine næringene vil være viktig i framtida.

– Noe skal vi leve av etter oljen!

– Fisket er viktig for verdiskapningen i Norge, og det er mange muligheter for fiskeindustrien framover.

– Vi må jo være med å bygge Norge videre!

Framtida til havs

Ruth Solveig Øksnes, Trine Tornlund Johansen, Amalie Li-ane og Kaja Haug er blant de tyve studentene som har meldt seg på prosjektet «Sett Sjøbein» for å lære mer om de marine næringene. I disse dager går studentene gjennom «boot camp» i Lofoten, hvor de etter å ha besøkt flere lokale bedrifter i flere dager får en tøff oppgave å løse.

De fire studentene Lofot-Tidende har pratet med, er ikke i tvil: Fiskeri og andre marine næringer er framtidsrettede.

– Jeg kunne gjerne tenke meg å jobbe innenfor marine næringer, og det er spennende å lære mer om industrien, forklarer Øksnes. Hun får bifall fra de tre andre.

Ei uke i salt vind



HOS INSULA: Ruth Solveig Øksnes (BI i Oslo), Trine Tornlund Johansen (NTNU i Trondheim), Amalie Li-ane (Universitetet i Oslo) og Kaja Haug (NTNU) på besøk hos Insula på Storøya.

FOTO: BJARNE BENJAMINSEN