

Vinneren av Marin student-bootcamp 2016 er kåret

Hvordan kan vi øke sjømatkonsumet blant ungdom i Norge og internasjonalt? Dette har 20 studenter fra ulike studieretninger fra høyskoler og universitet i hele landet konkurrert om denne uken når Sett Sjøbein har arrangert Marin student-bootcamp 2016.

Publisert 20.10.2016 av Janita Arhaug

Jubelen var stor da styreleder i Sett Sjøbein, Ann Mari Haram, annonserte vinneren «Taverna Hvitfisk» foran 400 næringsaktører på Torskefiskkonferansen 2016 i Tromsø. Konferansen arrangeres av Norges Sjømatråd i samarbeid med DNB, Norges Råfisklag og Sjømat Norge.

«Taverna Hvitfisk» har etter juryens begrunnelse levert et forslag som har stort potensiale til å øke konsumet av hvitfisk blant ungdom og begrunner dette med at løsningen:

-kombinerer innsikt fra flere ulike trender

-åpner for et bredt utvalg av sjømatprodukter, og gir muligheten til å snu tidligere negative opplevelser til positive smaksopplevelser.

-gir forbruker muligheten til å lykkes hjemme ved å servere et perfekt måltid basert på hvitfisk.

Juryen bestod av FHF, NSL, Norges Råfisklag, Norges Sjømatråd og YoungFish.

Ideen bak Taverna Hvitfisk

Taverna Hvitfisk skal være en innovativ restaurantkjede som skal vokse til å bli en trendsetter innenfor restaurantbransjen. Flere elementer vil gjøre dette spennende og attraktivt for unge. Blant annet ved å bruke voksende trender som den franske tilberedningsmåten sous vide og pop up restauranter skal konseptet bli noe unikt på markedet. I likhet med sushi skal det være eksotisk og eksklusivt, samtidig som man kan spise etter lommeboka. Unge er på farta, og krever raske løsninger. Bedriften tilbyr mat i deres restaurant, take-away og mat levert på døra. Inspirasjon og informasjon om maten får kundene gjennom bedriftens interaktive kanaler.

Vinnerteamet består av Thomas Schjøtt Hannevig fra Universitetet i Bergen, Marius Skaar Strand fra Norges Handelshøyskole i Bergen, Kristin Heen Halvorsen fra Universitetet i Oslo og Amanda Votvik fra Nord Universitet i Bodø.

De andre lagenes løsningsforslag var:

«**Oh My Cod**» – en app som har til hensikt å markedsføre hvitfisk som et godt, sunt, klimavennlig og lett anvendelig produkt.

«**bArctic**» – innovativ proteinbar laget av restråstoff

«**Crowdfishing**» – en mobilapplikasjon for å få unge til å øke kunnskapen og interessen for å kjøpte hvitfisk

«**Frotein**» – Et velsmakende fiske-snacks produkt som en erstatning for usunn snacks.

Om Marin Student-bootcamp 2016:

Tjue kloke studenter ble plukket ut blant søkere fra ulike studieretninger fra alle universiteter og høyskoler i Norge. 15.-20.oktober var alle samlet i Troms 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 teknikker for å jobbe sammen på tvers av fagretninger. 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. Studentene ble inndelt i 5 tverrfaglige grupper der alle hadde ulik kompetanse.

Utfordringen studentene fikk var:

Hvordan kan vi øke sjømatkonsumet blant ungdom i Norge og internasjonalt?

– Utvikle et fysisk produkt, programvareløsning , markedsføringskampanje eller en ny tjeneste som fokuserer på hvitfisk (torsk, sei og hyse) og er produsert i Norge.

– Lag en forretningsplan og en presentasjon der du beskriver løsningen; kanaler, team, kommunikasjon, økonomi etc.

Marin student-bootcamp 2016 finansieres av Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) og Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF). Sett Sjøbein står for organiseringen.

#marinbootcamp16