



Kunnskap for en bedre verden

# Innovasjonsprosjekt

**AI301212 Innovasjonsprosjekt**

**Østersgutta**

1004, 1006, 1013, 1014, 1016

Totalt antall sider inkludert forsiden: 255

Innlevert Ålesund, 10.05.2016

## Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. **Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.**

Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none"><li>• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.</li><li>• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.</li><li>• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.</li><li>• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.</li><li>• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.</li></ul>	<input type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. <a href="#">Universitets- og høgskoleloven</a> §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen.	<input type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter NTNUs studieforskrift.	<input type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input type="checkbox"/>

# Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

Veileder: Bjørn Magne Hatlø

## Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten ([Åndsverkloven §2](#)).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage med forfatter(ne)s godkjenning.

Oppgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved NTNU i Ålesund en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja  nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja  nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja  nei

Er oppgaven unntatt offentlighet?

ja  nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. [Jfr. Offl. §13](#)/[Fvl. §13](#))

Dato: 09.05.2016

## Forord

På veien mot kommersialisering av norsk stillehavsøsters, er det bokstavelig talt et hav av byråkrati og lovverk som må være på plass. Det er meget omfattende å sette seg inn i som utenforstående, men med grundig hjelp fra Heidi Kokkersvold i Mattilsynet, har hun gjort dette håndterbart for Østersgutta. Og forhåpentlig vil vi klare å smitte over noe av denne visdommen til deg som leser også.

Vi vil få rette en takk til alle våre samarbeidspartnere og spesielt til Trond Sveen ved Sunnhordaland Havbruk og Frode Hoem i FSG. Det har vært flott å lære av dere!

Videre vil vi få takke vår mentor Margareth Kjerstad fra Møreforskning, som har bistått med sin kompetanse og nettverk. Vår veileder, Bjørn Magne Hatlø fortjener også en takk for å ha gitt oss trygge rammer å arbeide i.

Vi er stolte av å presentere innovasjonsprosjektet til Østersgutta.

## Sammendrag

Vi i Østersgutta vil spise oss ut av problemene! Vår bedrift vil gjøre et miljøproblem om til en ressurs. Prosjekt vårt går ut på å høste opp den invaderende arten Stillehavstøsters og selge til grossister, restauranter og privatpersoner i Norge og Europa.

Stillehavstøsters er en art som har spredt seg til norskekysten etter oppdrett sørover i Europa. Den blir ofte kalt "Sørlandets kongekrabbe" fordi den påfører stor skade på økosystemet ved at den "kveler" vanlig norsk flatstøsters og blåskjell som er næring for mange marine arter og sjøfugl. Ved å utvinne den som mat kan vi også begrense spredning videre nordover, på tross av at det vil være tilnærmet umulig å utrydde denne arten fullstendig.

Det vi ser på som mulighet for vår drift er å høste opp disse østersene, teste dem i forhold til mattilsynets reglement og deretter sende dem til et renseanlegg i Hordaland ved vår kontakt Trond Sveen i Sunnhordaland Havbruk. Dette er eneste godkjente renseanlegg per dags dato. Utover dette har vi skapt et kontaktnettverk bygd opp av bedrifter bestående av sjømatgrossister og fiskeforhandlere over hele landet, som gjerne vil kjøpe av oss. Vi har også vært i kontakt med miljødepartementet, mattilsynet, fiskeridepartementet og havforskningsinstituttet. Vi ser på dette som et veldig spennende prosjekt i en bransje som ingen har gått fullt inn i enda som samtidig har en miljøgevinst.

Høstingen vil foregå i Mefjorden, Sandefjord kommune, der vi har sikre høsterettigheter. Mefjorden har en god geografisk plassering med tanke på bunnforhold og temperatur ettersom Stillehavstøstersen trives i grunne fjorder og bukter på sedimenter av sand eller leire med noe tidevannsbevegelse. Mefjorden innfrir disse kriteriene og er derfor en ideell lokasjon for plukking så lenge tillatelsene fra Mattilsynet holder klasse A eller B.

Et givende prosjekt bestående av en tverrfaglig gruppe fra studier som biomarin innovasjon og innovasjonsledelse og entreprenørskap ved NTNU i Ålesund. Vi ser på sammensetningen og den marine klyngen vi sitter i som en god forutsetning i den videre prosessen.

## **Executive summary**

We want to eat our problems away! Our firm wants to transform an environmental issue to a resource. Our mission is to harvest wild pacific oysters which is an invading species in Norway. Our customers are wholesalers and restaurants in Norway and Europe.

The pacific oyster is a species which has spread to the southern coast of Norway through oyster-farming further south in the European continent. It is often compared to the King-crab of northern Norway because it is a specie that causes great harm to the eco-system. The pacific oyster “strangles” and kills regular blue mussels, which is food for many marine species and birds. By choosing to look at this specie as a resource and harvesting great volumes we can slow further spreading of the species, although it might not be possible to eradicate the species completely from Norwegian waters.

Our opportunity for creating value is to harvest the oysters, properly test them for dangerous content according to Matilsynets regulations(Norwegian Food safety department). Further we need to send our oyster to the only approved purification facility in Norway(Sunnhordland Havbruk). After this the oysters are ready for sale.

We have created a network of connections which consists of seafood-wholesalers and retailers which are ready to buy from us as soon as we are ready to deliver. Also, we have built connections in many public departments such as the Environmental Department in Norway, Mattilsynet, Norwegian Department of fisheries and the Norwegian institute of Ocean research. We see this as a project with an environmental benefit in an industry with no other competition as of today.

The harvest will be done in a fjord in the east coast of Norway. The fjords name is Mefjorden, and has the highest concentration of the pacific oysters in Norway. Here we have secure rights of harvesting due to family connections. The fjord is a great location where pacific oysters thrive due to geographic factors such as shallow, sandy bottom with tide movement. As long as Mattilsynet classifies the fjord in a “A” or “B” standard this is an ideal location.

# **Seksjonsinndeling**

**1. Forretningsidé**

**2. Forretningsplan**

**3. IPR-strategi**

**4. HR**

**5. Økonomi**

**6. Produksjon og kvalitetssikring**

**7. Marked**

**8. Salg og kundekontakt**

**9. Formalia**

**10. Prosesslogg**

**11. Veien videre**



# 1. Forretningsidé





## Innholdsfortegnelse

<b>Forretningsidé</b> .....	2
Behov, marked og kundesegment .....	2
Økonomisk kalkyle .....	3
Verdikjede .....	4
<b>Bibliografi</b> .....	<b>5</b>
<b>Vedlegg</b> .....	<b>5</b>
Vedlegg 1: «Interessert liste fra Fylkesmessa» .....	5
Vedlegg 2: «Lønnsomhetsanalyse» .....	5
Vedlegg 3: «Bidragskalkyle» .....	6
Vedlegg 4: «Nullpunktsanalyse» .....	6
Vedlegg 5: «Kalkyle Firmenich» .....	6
Vedlegg 6: «Diplom – Beste samarbeid med næringslivet» .....	7
Vedlegg 7: «Juryens begrunnelse» .....	8
Vedlegg 8: «Østersguttas verdikjede» .....	8



## Foretningssidé

I denne seksjonen vil vi gi en oppsummering av hovedmomenter fra forretningsplanen som vi ser relevante for å dokumentere og sannsynliggjøre vår forretningsidé. Fra å redegjøre for behovet i markedet og for å definere kundesegmentet. Vi vil gi troverdighet til at dette er en økonomisk bærekraftig forretningsidé i sammenheng med Østersguttas rolle i verdikjeden.

### ***Forretningsidé***

Vi i Østersgutta skal høste, rense og selge Stillehavsøsters til grossister, restauranter og privatpersoner. Hensikten er å hindre at denne invaderende arten sprer seg, i tillegg til å skape verdi for bedriften. Vi utnytter i tillegg hele næringskjeden fra å selge kjøtt som smakstilsetning av de skjell som ikke egner seg til restaurantutsalg.

Vår visjon er å være ledende innenfor salg av stillehavsøsters i Norge, og å bidra til å stoppe spredning av den invaderende arten. Vår misjon er å gi god matkvalitet på østers, samtidig som vi skal gi forbrukere et valg i matveien som er en god kulinarisk opplevelse samtidig som man får en umiddelbar følelse av å hjelpe miljøet.

### ***Behov, marked og kundesegment***

I en tidlig fase av prosjektet, hadde vi behov for å verifisere hvorvidt det var etterspørsel etter vår forretningsidé i markedet. Etter mange ringerunder rundt om til de største aktørene på stillehavsøsters i Norge og videre de største sjømatgrossistene i landet, sammen med restaurantkjeder – var det ikke lenger noen tvil. Det var en stor etterspørsel etter å kjøpe norsk stillehavsøsters! Både grossister og restauranter hadde kunder som etterspurte norsk stillehavsøsters, problemet var at det ikke fantes noen aktører som leverte denne arten. Kundesegmentet vårt består hovedsakelig av grossister, restauranter og fiskeutsalg. Vi har inngått muntlig intensjonsavtaler med et potensielt salg til blant andre:

- A la carte
- Brødrene Berggren
- Sjømatkompaniet



- Flying Seafood
- Neptun Fisk
- Firmenich

Under Fylkesmessa til Ungt Entreprenørskap, ønsket vi å kartlegge interessen til privatpersoner, ettersom vi hittil kun har fokusert på «business-to-business» (B2B). Et forsøk vi gjorde var å stille ut norsk stillehavsøsters i akvarium og fortelle om delikatessen til interessenter som passerte. Var de interesserte i å kjøpe, kunne de skrive seg på en liste der de forpliktet seg til å kjøpe "x" antall østers når produkt sto klart. På få timer skrev 18 ulike individer seg på med et potensielt salg på nærmere 200 østers. Etterspørselen var enorm! [Vedlegg 1]

Mattilsynet, sammen med Miljødirektoratet (miljodirektoratet.no, 2016) og Vestfold fylkeskommune (vfk.no, 2016) har i tillegg gått hardt ut og uttalt at det er behov for at det blir gjort noe med spredningen og bestanden av norsk stillehavsøsters. Ettersom Mattilsynets regelverk på muslinger er såpass regulert, har dette skremt vekk konkurrenter, og her har vi identifisert et behov i markedet med store muligheter!

### ***Økonomisk kalkyle***

Ut ifra lønnsomhetsanalyse gjort viser tallene at Østersguttas drift på sikt de neste fire årene vil vise seg lønnsom [Vedlegg 2]. Bidragskalkyle konkluderer med et positivt årsoverskudd i løpet av 2018 [Vedlegg 3], og gjennom nullpunktsanalyse vil vi gå i null i det tredje driftsåret [Vedlegg 4]. Vi ønsker å utforske muligheter i et sekundærmarkedet med utnyttelse av restøsters som smakstilsetning og har vurdert lønnsomheten med en kalkyle for å gå videre med Firmenich [Vedlegg 5]. Her viser det seg å være marginal fortjeneste å hente på grunn av en høy kilopris for å kompensere for faste kostnader.

Vi har og fått bekreftet troverdigheten til vår økonomiske forventninger gjennom eksterne aktører. Under Fylkesmessa til Ungt Entreprenørskap, fikk Østersgutta hederlig omtale – i tillegg til å vinne prisen «Best samarbeid med næringslivet» [Vedlegg 6]. Under hederlig omtale står det:



«Kommet svært langt i prosessen. Meget bevisst valg av kontakter. Både kunder, konkurrenter, FOU og myndigheter. Ønskes velkommen av aktører i næringen, og blir kontaktet av interessenter. **Realistiske økonomiske forventninger.**»

Juryen som skrev omtalen besto av representanter fra troverdige bedrifter: som NHO, Sintef, Mørenot og Proffice. [Vedlegg 7]:

### **Verdikjede**

Våre primæroppgaver er plassert tidlig i produktets livssyklus, hvilket vil si at vi plukker, renses og leverer. Dette styrkes ytterligere ved oppstart av egen rensestasjon da vi oppnår full kontroll over verdikjeden. I tillegg til en verdikjede opp mot grossist og restauranter, ser vi på muligheten for å utnytte restavfall som smakstilsetning til Firmenich og har således kontroll fra plukking av østers til salg av kjøtt som ingrediens. For å gjøre Østersguttas operasjonelle drift så effektiv og konkurransedyktig som over hode mulig er det en forutsetning at vi på sikt sikrer ytterligere kontroll over verdikjeden for å skape konkurransefortrinn i et konkurranseutsatt marked.

På sikt er vi nødt til å vurdere en omorganisering av verdikjeden for å imøtekomme Firmenich sitt tilbud om å utforske et sekundærmarked med smakstilsetning. Ut ifra den økonomiske kalkylen gjort, viser ikke Firmenich sitt tilbud seg lønnsomt i vår verdikjede på grunn av høye kostnader i produksjonsleddet. Vi står allikevel sterkt i eksisterende verdikjede og er nødt til å effektivisere prosesser underveis og finne de beste løsningene for å gjøre prosessene som lønnsom som mulig. [Vedlegg 8]

## Bibliografi

*miljodirektoratet.no.* (2016). Hentet fra

<http://www.miljodirektoratet.no/no/Publikasjoner/2015/Januar1/Faggrunnlag-stillehavsosters-Crassostrea-gigas/>

*vfk.no.* (2016). Hentet fra <https://www.vfk.no/Aktuelt/Hva-gjor-vi-med-stillehavsostersen/>

## Vedlegg

### Vedlegg 1: «Interessert liste fra Fylkesmessa»

#### LYST PÅ EN SMAKSOPPLEVELSE?

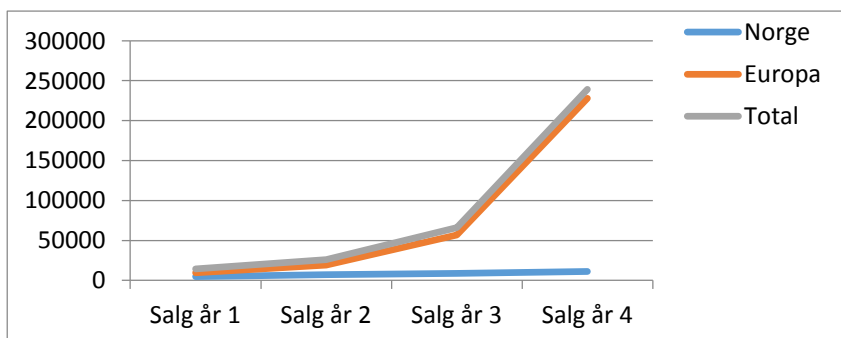
Når vi har høstetilatelse på plass fra Mattilsynet og har høstet opp og klargjort stillehavsosters, ønsker vi å la deg smake på denne nydelige delikatessen fra det norske farvann. Rett og slett smak med omtanke...

Pris per østers å 20,-

NAVN	TELEFON	ANTALL ØSTERS
Lennille Strømstad	9118 78 31	10 20
Karin Lottjesland	90423286	50
MATIAS MJEKVIN	48243324	2
Magnus Hovsen	90239194	10
Emma Mjølhus	95201715	25
Victoria Hauge Bjellvik	47627984	20
Stine Moberg	48602234	5
Nicklas Lied	92666242	20
Inga Lianen	4488222	2
Linn Petrusen	9262440	1
Ink Moberg	92098303	1
Bente Kvad Jacobsen	97108288	10 +
Håkon Kask	9133247	6
Elin Ous	91599650	6
Judi Aarflom	45484751	10
Dani Foss	93454260	5
Martine Løkta	95437823	5
Kenneth Elv	47679105	10



### Vedlegg 2: «Lønnsomhetsanalyse»



### Vedlegg 3: «Bidragskalkyle»

	Indirekte variabler	kr	85
=	Variable tilvirkningskostnader	kr	85
+	Indirekte kostnader, salg og administrasjon	kr	50
=	Minimumskost	kr	135
+	Dekningsbidrag	kr	465
=	Salgspris	kr	600

### Vedlegg 4: «Nullpunktsanalyse»

**Nullpunktsanalyse:** vi ser ut ifra beregningene at vi vil ha et dekningsbidrag på 465 kr. Pr kasse med 100 østers og en salgspris på 600.

$$DG = 4,65 * 100\% / 6 = 77\%$$

Faste kostnader kr 86 000

$$86\ 000 / 4,65 = 18\ 494$$

Vi må selge 18 494 østers i det tredje driftsåret for å gå i null.

### Vedlegg 5: «Kalkyle Firmenich»

<b>Utdrag fra kalkyle:</b>		
<b>Totale kostnader arbeid,</b>	4500+28000+800+486,72+1950+17	
<b>transport og rensing</b>	8	35914,72 kr
<b>Totale inntekter, Salg</b>		
<b>Firmenich</b>	6,258*6000	37548 kr
<b>Resultat fra en batch</b>		
<b>solgt til Firmenich</b>	37548-35914,72	<b>1633,28 kr</b>

**Vedlegg 6: «Diplom – Beste samarbeid med næringslivet»**

UNGT  
ENTRE  
PRENØR  
SKAP



member of  
JA Worldwide

# DIPLOM

*Østersgutta SB*

*1 plass*

plassering

*Beste samarbeid med næringslivet*

konkurranse

Fylkesmessa for studentbedrifter 2016  
Ungt Entreprenørskap Møre og Romsdal

Ålesund, 13. april 2016

FRAMTID - SAMSPILL - SKAPERGLEDE



Jury leder



Daglig leder UE MR

## Vedlegg 7: «Juryens begrunnelse»

UNGT  
ENTRE-  
PRENØR  
SKAP



### JURYENS BEGRUNNELSE

#### Beste samarbeid med næringslivet



#### Juryen bestod av:

Elin Ous	NHO Møre og Romsdal
Håkon Raabe	Sintef
Bente Lund Jacobsen	Mørenot
Bente Anni Ranum	Proffice

#### Hederlig omtale:

Begrunnelse: Har hatt god kontakt med næringen og er i dialog med en av de største aktørene. Produktet er testet, som fullskala prototype. Har kontakt med aktører i hele verdikjeden, inklusive FOU og opplæring.

Navn på SB: Havtekk

Begrunnelse: Kommet svært langt i prosessen. Meget bevisst valg av kontakter. Både kunder, konkurrenter, FOU og myndigheter. Ønskes velkommen av aktører i næringen, og blir kontaktet av interessenter. Realistiske økonomiske forventninger

Navn på SB: Østersgutta

Begrunnelse: Et gjennomtenkt og gjennomførbart konsept. Har ikke et omfattende, men likevel tilstrekkelig nettverk av samarbeidspartnere. Dekker både utvikling, produksjon og distribusjon.

Navn på SB: Protector

Vinner er: Østersgutta

A member of  
JA Worldwide

www.ue.no  
Copyright © UE Forlag

## Vedlegg 8: «Østersguttas verdikjede»

### PORTERS VERDIKJEDE

Virksomhetens rygggrad: Styret i Østersgutta SB				
Ledelse: Sørge for godt miljø og trivsel				
Utvikling: Raffinering av høsteteknikker og produktutvikling				
Tjenester: Høstetillatelse, lager, transportbil.				
Logg. Inn: Emballasje Utstyr Vannbehandling	Drift: Plukking Sortering	Logg ut: Rensestasjon Grossister Eksport	Markedsføring: Merkevare- Bygging Promotering	Service: Oppfølging





## 2. Forretningsplan



## Innholdsfortegnelse

<b>Sammendrag</b> .....	<b>2</b>
<b>Forretningside, visjon og misjon</b> .....	<b>3</b>
<b>Team</b> .....	<b>3</b>
Fakta om Stillehavsøsters .....	5
<b>Produksjon</b> .....	<b>6</b>
Matvaretrygghet .....	6
<b>Marked</b> .....	<b>7</b>
Kommersiell utnyttelse av arten .....	7
<b>Markedsanalyse</b> .....	<b>9</b>
Konkurransesituasjon – Porters 5 konkurransekrefter .....	10
Oppsummering av Porters fem krefter .....	10
SWOT-analyse .....	11
Vårt markedssegment .....	12
<b>Verdikjede</b> .....	<b>12</b>
<b>Nettverk</b> .....	<b>13</b>
<b>Strategi</b> .....	<b>13</b>
<b>Forretningsmodell</b> .....	<b>14</b>
IPR-strategi .....	15
<b>Risikoprofil</b> .....	<b>16</b>
<b>Økonomisk analyse</b> .....	<b>16</b>
Nødvendige investeringer .....	17
Faste kostnader .....	18
Lønnsbestemmelser .....	18
Lønnsomhetsanalyse .....	18
Bidragskalkyle – tredje året .....	21
Resultatbudsjett .....	21
Nullpunktsanalyse .....	21
Kalkyle Firmenich .....	22
Likviditetsbudsjett .....	23
Budsjett .....	24
<b>Investorperspektiv/verdi</b> .....	<b>24</b>
<b>Status og beslutningsgrunnlag</b> .....	<b>25</b>
<b>Bibliografi</b> .....	<b>26</b>
<b>Vedlegg</b> .....	<b>27</b>
Vedlegg 1: Michael Porters modell for bransjeanalyse .....	27
Vedlegg 2: SWOT-analyse .....	27
Vedlegg 3: Porters-verdikjede .....	28
Vedlegg 4: Risiko .....	28
Vedlegg 5: Forretningsmodell .....	29
Vedlegg 6: Strategikart .....	30



## Sammendrag

Vi i Østersgutta vil spise oss ut av problemene! Vår bedrift vil gjøre et miljøproblem om til en ressurs. Vårt prosjekt går ut på å høste opp den invaderende arten Stillehavsøsters og selge til grossister i Norge og Europa.

Stillehavsøsters er en art som har spredt seg til norskekysten etter oppdrett sørover i Europa. Den blir ofte kalt "Sørlandets kongekrabbe" fordi den påfører stor skade på økosystemet ved at den "kveler" vanlig norsk flatøsters og blåskjell som er næring for mange marine arter og sjøfugl. Ved å utvinne den som mat kan vi også begrense spredning videre nordover, på tross av at det vil være tilnærmet umulig å utrydde denne arten fullstendig.

Det vi ser på som mulighet for vår drift er å høste opp disse østersene, teste dem i forhold til mattilsynets reglement og deretter sende dem til et renseanlegg i Hordaland ved vår kontakt Trond Sveen i Sunnhordaland Havbruk. Dette er eneste godkjente renseanlegg per dags dato. Utover dette har vi skapt et kontaktnettverk bygd opp av bedrifter som sjømatgrossister og fiskeforhandlere som gjerne vil kjøpe av oss. Vi har også vært i kontakt med miljødepartementet, mattilsynet, fiskeridepartementet og havforskningsinstituttet. Vi ser på dette som et veldig spennende prosjekt i en bransje som ingen har gått fullt inn i enda , og samtidig har en miljøgevinst.

Høstingen vil foregå i Mefjorden, Sandefjord kommune, der vi har sikre høsterettigheter. Mefjorden har en god geografisk plassering med tanke på bunnforhold og temperatur ettersom Stillehavsøstersen trives i grunne fjorder og bukter på sedimenter av sand eller leire med noe tidevannsbevegelse. Mefjorden innfrir disse kriteriene og er derfor en ideell lokasjon for plukking så lenge tillatelsene fra mattilsynet holder klasse A eller B.



## Forretningside, visjon og misjon

Vår forretningside er som følger: Vi i Østersgutta skal høste, rense og selge Stillehavsosters til grossister, restauranter og privatpersoner. Hensikten er å hindre at denne invaderende arten sprer seg, i tillegg til å skape verdi for bedriften. Vi utnytter i tillegg hele næringskjeden fra å selge kjøtt som smakstilsetning av de skjell som ikke egner seg til restaurantutsalg.

Vår visjon er å være ledende innenfor salg av stillehavsosters i Norge, og å bidra til å stoppe spredning av den invaderende arten. Vår misjon er å gi god matkvalitet på østers, samtidig som vi skal gi forbrukere et valg i matveien som er en god kulinarisk opplevelse samtidig som man får en umiddelbar følelse av å hjelpe miljøet.

## Team

Her skal vi fortelle litt om de ansatte i bedriften. Hva slags kompetanse vi kan bidra med.

**Rolf Oftedal** er daglig leder i bedriften, og er på det tredje året i en bachelor i innovasjonsledelse og Entreprenørskap. Dette er et studie som omfatter bla. markedsføring, økonomi og innovasjonsfag, som vi senere bruker i praksis ved å starte en egen bedrift, og videre starte opp et studentforetak i det siste året.

**Dennis Bogen** er markedsansvarlig, og styrets leder i bedriften. Går tredje året innenfor innovasjonsledelse og entreprenørskap. Aktiv i studentorganisasjoner, og representant i universitetsstyret.

**Arne Kragseth** er på det tredje året på en bachelor i Innovasjon og Entreprenørskap. En svært engasjert ansatt som har et talent for å snakke i forsamlinger. Jobber med markedsføring og økonomi i bedriften

**Torstein Trym Leikanger** er også på siste året innenfor Biomarin Innovasjon. Han er vår produkt og logistikkansvarlig. Har god kompetanse på å ernæring og matlaging, og en veldig kreativ person. Har vært utplassert på oppdrettsanlegg.

**Thomas Åkerholm Bjerke** er vår økonomiansvarlig, og studerer Biomarin Innovasjon på siste året. God teknisk kompetanse, samtidig som han har innsikt innenfor biomarine aktiviteter.

Her har vi laget en kompetanseprofil på de ansatte i bedriften som viser hva vi er flinke på. Grønn betyr god kompetanse. Blå betyr tilstrekkelig kompetanse. Oransje viser hva vi må bli bedre på. (ue.no, 2015)

	Harde faktorer					
	Finans	Biomarin	Prosjektledelse	Produksjon	Markedsføring/salg	Personalspørsmål
Rolf Oftedal	Grønn	Oransje	Grønn	Blå	Grønn	Grønn
Dennis Bogen	Blå	Oransje	Grønn	Oransje	Grønn	Grønn
Arne Kragseth	Grønn	Oransje	Grønn	Oransje	Grønn	Blå
Torstein Trym Leikanger	Oransje	Grønn	Oransje	Grønn	Oransje	Grønn
Thomas Bjerke	Blå	Grønn	Oransje	Grønn	Grønn	Blå

	Myke faktorer					
	Sosial kompetanse	Initiativ	Kommunikasjonsevne	Selgeregenskaper	Forhandlingssevne	Relasjoner
Rolf Oftedal	Blå	Blå	Blå	Blå	Blå	Blå
Dennis Bogen	Grønn	Grønn	Grønn	Blå	Grønn	Grønn
Arne Kragseth	Grønn	Grønn	Grønn	Blå	Blå	Blå
Torstein Trym Leikanger	Blå	Blå	Blå	Oransje	Oransje	Blå
Thomas Bjerke	Blå	Blå	Blå	Grønn	Oransje	Blå

## Produkt

### ***Fakta om Stillehavsosters***

En artikkel fra forskning.no forklarer oss hvordan stillehavsostersen har invadert norske farvann de siste årene. Artikkelen er fra våren 2012 og forklarer at den milde vinteren ga optimale forhold for at stillehavsostersen kunne ekspandere. Allerede i 2012 var det en enighet om at denne arten er umulig å utrydde helt fra norske farvann. (forskning.no, 2016)

Stillehavsostersen blir kalt en invaderende ingeniør. Med et skarpt skall forandrer den undervannsmiljøet til sin egen fordel og lager sitt eget økosystem. Den uønskede arten danner østersrev og endrer vannstrømmene i området der den forplanter seg. Dette kan utgjøre en stor trussel på det naturlige økosystemet.

Stillehavsosters er en fare for andre skalldyr fordi den fester seg til harde underlag. Harde underlag kan være svaberg og andre skalldyr, som blåskjell og norske flatøsters. De fester seg også til hverandre. Problemet med dette, er at når stillehavsosters fester seg til noe, for eksempel blåskjell, vil den vokse mye fortere enn blåskjellet, og til slutt omslutte hele blåskjellet og kvele det. De liker seg også best i samme områder som blåskjell. Dette er områder med god vanngjennomstrømning. Blåskjell er mat for mange marine arter langs norskekysten som for eksempel ærfugl. Skulle bestanden av blåskjell gå ned, vil det være et problem for mye av det naturlige økosystemet. I 2012 var stillehavsostersen satt på en liste med 10 andre marine arter som Miljøvernavdelingen hos fylkesmannen i Oslo og Akershus vil bekjempe. I tillegg har Miljødepartementet identifisert stillehavsostersen som en miljøtrussel, og har iverksatt et utvalg for finne tiltak og incentiver som kan redusere bestanden. Foreløpig avventer Østersgutta denne rapporten. ([Imr.no, 2015](#))

Stillehavsostersen har en meget høy reproduksjons-rate i tillegg til at de kan bli opp til 30 år. Målinger gjort av miljødirektoratet viser at 1 år gammel østers måler ca. 7 centimeter over skjellet.



WFF rangerer i sin sjømatguide stillehavsøstersen som en av de beste artene du kan spise i norske farvann. Dette er på bakgrunn av at denne arten har svær høy bestand og spredningsfare. I motsetning til de mye annen sjømat kan vi spise ubegrensede mengder av den uten at arten trues av overfiske. ([Wwf.no](http://Wwf.no), 2015)

## **Produksjon**

Plukkingen vil foregå manuelt da dette per dags dato er den letteste måten å hente opp skjellene på. Dette letter også seleksjons-arbeidet ettersom all biomasse som hentes opp må utnyttes, det er ikke tillat å dumpe skjell med ukurant størrelse, fasong o.l. etter at de tatt ombord/landsatt.

Bekledningen i forbindelse med plukking i vinterhalvåret vil være våtdrakt eller tørrdrakt, resten av året vil vadebukser eller gummisko kombinert med hansker være tilstrekkelig. Ifølge målinger gjort av miljødirektoratet vokser skjellene fra middels vannstand ned til 1.5 meter med hovedvekt på 50 centimeters dyp. Tettheten har her i Norge blitt målt til hele 110 skjell per m<sup>2</sup>.

Etter endt rensing pakkes skjellene i kasser. Her er det viktig at skjellene holder seg levende. Måten vi har ansett som den tryggeste måten er å sende skjellene i isoporkasser med hull, fylt med sjøvannsfuktet treull og såkalt "gel-ice" for å holde riktig temperatur.

(Se seksjon 6: Produksjon og kvalitetssikring for detaljert produksjonsprosess)

## ***Matvaretrygghet***

Retningslinjer for høsting og omsetning av kappedyr, pigghuder, muslinger, og sjøsnegler innbefatter Stillehavsøstersen. De påkreves at man foretar to vannprøver før plukking, Den første 2 uker i forkant og siste 2-3 dager før iverksettelse.

Området klassifiseres av mattilsynet som A, B eller C. A oppnås om prøver fra kjøttet i skjellet inneholder <230 E. coli-bakterier. B oppnås mellom 230 og 4600 og C ved >4600. Det kreves minimum en B- klassifisering for å selge østers kommersielt, og da må østersene i UV-filtrert vann i opp til 3 uker.



Skjellene har en meget høy reproduksjons-rate i tillegg til at de kan bli opp til 30 år. Målinger gjort av miljødirektoratet viser at 1 år gammel østers måler ca. 7 centimeter over skjellet.

Vi vil starte med å høste stillehavsøsters i det området vi har grunneiers tillatelse, nærmere bestemt innerst i Mefjorden i Sandefjord. Her vil også nødvendig testing av østers bli gjort. Vi vil oppnå en B-klassifisering i dette området, og da kreves det at østersene sendes til godkjent rensestasjon. Her har vi inngått en avtale med et firma kalt Sunnhordland Havbruk, som har Norges eneste godkjente rensesentral. Langsiktig har vi også mulighet for å sende østers direkte til rensing i Belgia før videre eksport.

Rensingen fungerer på en slik måte at skjellene fraktes levende til rensestasjonen, hvor de blir filtrert og UV-behandlet sjøvann sendes gjennom en rekke kar. Skjellene filtrerer dette rene vannet og renses derfor effektivt så lenge miljøet den oppbevares i er tilfredsstillende. Denne mellomlagringen skal vare i minimum 72 timer. Ved mistanken om norovirus er kravet 3 uker. Deretter vil vi pakke østersene med samme teknikk som beskrevet tidligere, og leveres direkte til grossist.

## **Marked**

Her vil vi forsøke å vise hvor bedriften står i dag, og hvordan markedet fremstår. Hvordan er muligheten for kommersiell utnyttelse av arten? Vi har kartlagt levedyktigheten til tjenesten. Dette gjennom markedsanalyser og identifisering av markedssegmentet.

## **Kommersiell utnyttelse av arten**

Vi har gjort en skrivebords undersøkelse for å se hva andre tidligere har skrevet om de kommersielle mulighetene til stillehavsøsters. Her har vi tatt for oss noen artikler som beskriver akkurat dette, og tatt ut den informasjon vi mener er viktig for oss.





Sunnhordland Havbruk har i sommer hatt et prøveprosjekt på å plukke og selge stillehavsøsters. De vil markedsføre dem som Skagerakøsters, og vil selge dem videre til restauranter og fiskeforhandlere i Norge. De har fått en midlertidig tillatelse av mattilsynet til å høste denne arten. De plukket i løpet av en helg mellom 5 og 10 tusen stillehavsøsters i Lahellefjorden i Sandefjord. Høstemetoden de har brukt er dykkere som plukker østers for hånd. Per i dag er det ikke lov å skrape bunnen.

I dag importerer Norge østers fra Nederland, Irland og Frankrike, og Sveen mener det er mulig å ta markedsandeler her. Han mener at det krever en del markedsarbeid for å få til dette. Han mener at østersen blir tatt vel i mot av matbransjen. Han har i år levert østers til Michelin-restauranten Maaemo i Oslo.

Artikkelen forklarer at det skulle være et møte torsdag 3. september med fylkesutvalget og Havforskningsinstituttet for å drøfte hva som skal gjøres med østersen. ([Sb.no, 2015](#))

Torjan Bodvin, havforsker ved havforskningsinstituttet forklarer at det er kun kommersiell utnyttelse av østersen som vil ha effekt på bestanden. Han forklarer at den sprer seg svært raskt fordi hvert individ kan legge 50- 200 millioner egg. I Sverige er bestanden anslått til mellom 100- 500 tusen tonn. På enkelte lokaliteter kan bestanden tidoble seg på et år.

Han forklarer videre muligheter for kommersiell utnyttelse. Ved 10 000 østers pr tonn og 100 000 tonn, er det en bestand på en milliard østers. Han anslår forsiktig en pris på to kroner per østers, noe som vil si at østersene i det norske hav er verdt 2 milliarder. Han sier videre at hvis du høster 90 000 tonn av 100 000 tonn, altså 90 % av bestanden, vil bestanden året etter ikke være redusert. Den vokser også så fort at innen et år vil den ha kommersiell størrelse på et år.

Bodvin mener at hvis det kommer på plass sertifiseringsordninger for å sikre matsikkerhet og hygiene samt effektiv logistikk og infrastruktur, kan potensiale være stort.

([Dn.no, 2015](#))



Vi har også vært i kontakt med Frode Hoem i Flying Seafood som har lang fartstid innenfor eksport og import av sjømat fra og til Norge. Han mener at potensiale for suksessfull eksport av Norsk Stillehavsosters er enormt. I følge Frode er sjømat fra Norge kvalitetsgaranti i seg selv, og all norsk sjømat er svært etterspurt. Norsk sjømat blir sett som "rent" i forhold til sjømat fra andre deler av verden. Dette inntrykket gjelder for hele Europa.

I motsetning til oss Nordmenn som spiser østers i sommerhalvåret, spiser man sørover i Europa østers rundt juletider. Vi kan øke vårt produksjonsvolum betraktelig med eksport.

## **Markedsanalyse**

For å lage grundige salgsstrategier og å legge effektive markedsplaner er det viktig å skaffe seg god og relevant informasjon i markedet man går inn i. Dette var grunnen til at vi bestemte oss for å gjennomføre en markedsanalyse. Vi kom frem til at å peke oss ut markedet for privatpersoner som ønsker å kjøpe større kvantum av østers for sosiale arrangementer.

Vi kom frem til at utfra den posisjonen vi var i, var en kvalitativ markedsundersøkelse best egnet den informasjonen vi var ute etter å finne. Vi satt opp et hovedmål med markedsundersøkelsen, å finne ut «hva skal til for at de skal kjøpe østers i kvantum på 100+ stk». Vi hadde også noen sidemål som å finne østerspreferansene deres og hvilken markedsføring og konkurransefordeler som var best for dem. Vi tok da og gjennomførte en spørreundersøkelse blant personer som bor i Hordaland som er det mest aktuelle stedet å selge på dørene på grunn av lokasjonen av renseanlegget. Etter å ha funnet frem en gruppe personer som likte østers fant vi ut hvem av dem som pleide å holde sosiale arrangementer og større middager hvor det var aktuelt å servere 100+ østers over et måltid.

Vi spurte 3 høyt aktuelle personer som vi anså kunne være potensielle kunder av østersproduktet vårt. Gjennom samtalene fikk vi en lang rekke tips og råd til hvordan vi skulle gå frem i markedet og hva som var viktig for dem at vi kunne tilby av tjenester og sekundære produkter. Vi kom frem til at alle personene



ønsker at vi kunne tilby åpning på stedet vi leverte til og at vi opprettholdt et eksklusivt image og klarte å fremstille alt på en estetisk måte.

Vi har i tillegg foretatt dybdeintervju med flere aktører vi ser som fremtidige kunder.

Andre potensielle kunder og sluttbruker i vår verdikjede ser vi som grossister, restauranteiere og nisjeforretninger innen fiskeutsalg samt større grossister i Sentral-Europa. Alle aktørene vi har vært i kontakt med bekrefter at etterspørselen for skandinaviske råvarer fra havet har økt enormt og da spesielt delikatesser som østers.

### ***Konkurransesituasjon – Porters 5 konkurransekrefter***

Porters modell for bransjeanalyse . (regjeringen.no, 2015)

For å forklare Østersguttas konkurranseevne og dynamikk i industrien vi ønsker å operere i, har vi brukt Michael Porters modell for bransjeanalyse. Dette er en strategisk analysemodell av eksterne faktorer. (se vedlegg 1)

### ***Oppsummering av Porters fem krefter***

*Direkte konkurrenter:* vi ser ingen aktører som trussel innenfor markedet med Stillehavsøsters. Leverandører av Flatøsters blir derimot vår mest nærliggende konkurrent. Hvem disse eksisterende er i Norge og globalt, går vi nærmere inn på videre i rapporten.

*Kunder:* Hva er kundens forhandlingskraft? Vi har identifisert et moderat antall kjøpevillige kunder. Det er et nisjeprodukt som ikke nødvendigvis sier seg selvsagt i alle restauranter, men er et lukrativt produkt på sjørestauranter i sesong på sommerhalvåret. (Gyting foregår i april-juni). Vår sluttkunde ser vi bevisst på som restauranteiere fremfor kunder på restauranten. Det er en helårs kundekrets, men med hovedfokus på sesongbasert salg.

*Substitutter:* Et produkt som kommer fra en annen bransje, men allikevel tilfredsstillende tilsvarende behov, ser vi på flatøsters som en substitutt til stillehavsøsters. Vi frykter at våre potensielle kunder vil vise lav lojalitet i valget mellom flatøsters og stillehavsøsters, men gjennom en kostnadsleder strategi kan vi hevde oss gjennom rimeligere enhetspris.

*Leverandører:* Hva er leverandørens forhandlings situasjon? Det er i dag få – om ingen, leverandører av stillehavsøsters til det norske markedet. Dette kan sees



som et enormt konkurransefortrinn for Østersgutta. En tilnærmet heleid verdikjede fra plukking, sortering, med østers til rensesstasjon, til leveranse til sluttbruker. Potensielt er det et stort marked å levere til, og det er bokstavelig talt et hav av muligheter å hente ressurser fra.

*Potensielle aktører i bransjen:* Hva hindrer andre aktører fra å utvinne stillehavsøsters på lik linje med oss? Det er forholdsvis rimelige kostnader knyttet til utvinning. Stillehavsøstersen ligger tilgjengelig for alle å plukke, men det krever høstetillatelse fra grunneier. Det vil også være vanskelig å beskytte seg mot andre konkurrenter gjennom IPR. En mulighet er registrering av et sterkt varemerke. Til slutt er det et hav av byråkrati, sertifisering og lovverk som må gå gjennom. Regelverket for høsting av skjell er det strengeste og mest regulerte i næringsmiddelindustrien, men det er fullt mulig å forstå.

## **SWOT-analyse**

(Se vedlegg 2.)

En SWOT-analyse er en analyse som viser våre styrker, svakheter, muligheter og trusler. Under forklarer vi punktene våre. (Skape.no, 2015)

Vi ser i tabellen at det er mange styrker i prosjektet vårt. Norsk Stillehavsøsters er en helt ny art i Norge og danner et helt nytt marked. Dette er en styrke fordi vi per i dag har ingen store konkurrenter, i et marked med stor kjøpekraft. Vårt produkt er også et miljøtiltak, noe vi kan bruke som en styrke i markedsføringstiltak og goodwill. Landbruksrettigheter sikrer oss en langsiktig trygget da vi ikke trenger å bekymre oss for grunneiere som plutselig trekker seg, øker avgiften etc. Internt i Østergutta SB har vi solid utdanning innenfor de fleste aktivitetene bedriften utøver.

Vi har også noen svakheter. Markedet vi går inn i er "upenetrert", i den forstand at østers ikke er en massivt omsatt vare i Norge i dag. Det er et relativt ukjent produkt som blir sett på som eksklusivt. Stillehavsøstersene kan i mange tilfeller være et sekundærprodukt i forhold til den mer eksklusive flatøstersen. Per i dag er det relativt få distribusjonskanaler i Norge. En annen svakhet kan være byråkratiet rundt østers i Norge, som per i dag er svært strengt.



Vi ser også mange muligheter for dette prosjektet. Vi kan skape effektive høsteteknikker for utvinning av stort volum av østers, samtidig som vi kan opprette våre egne rensestasjoner i mer egnede lokasjoner. Vi går inn i et marked med få konkurrenter, og kan skape etterspørsel av stort volum ved hjelp av markedsføring.

Truslene våre kan være at vi får en dårlig vannkvalitetsklassifisering i det tenkte området. Klimaendringer, overgjødning og algeoppblomstring kan skje i de farvann vi opererer i. I fremtiden hvis vi klarer å skape suksess er det alltid en trussel at nye konkurrenter kan gjøre sin entre i markedet. Klarer vi ikke å skape et stort volum av østers kan det være liten inntjening i bransjen.

### ***Vårt markedssegment***

Ut i fra denne markedsanalysen har vi bestemt oss for å segmentere oss inn på grossister, fiskeforhandlere, restauranter, eksklusiv dagligvare og andre som kan kjøpe østers jevnlig av oss ved kontraktbasert levering.

Vi ser også et sekundær marked med østerskjøtt som smakstilsetning, som kan vise seg hensiktsmessig med tanke på full utnyttelse verdikjeden. Her vil en sentral aktør være Firmenich som ønsker å bruke malt østers som tilsetning.

I fremtiden vil vi gjerne også ekspandere ut til de samme typer kunder i Europa, for å dekke behovet av norske råvarer.

### **Verdikjede**

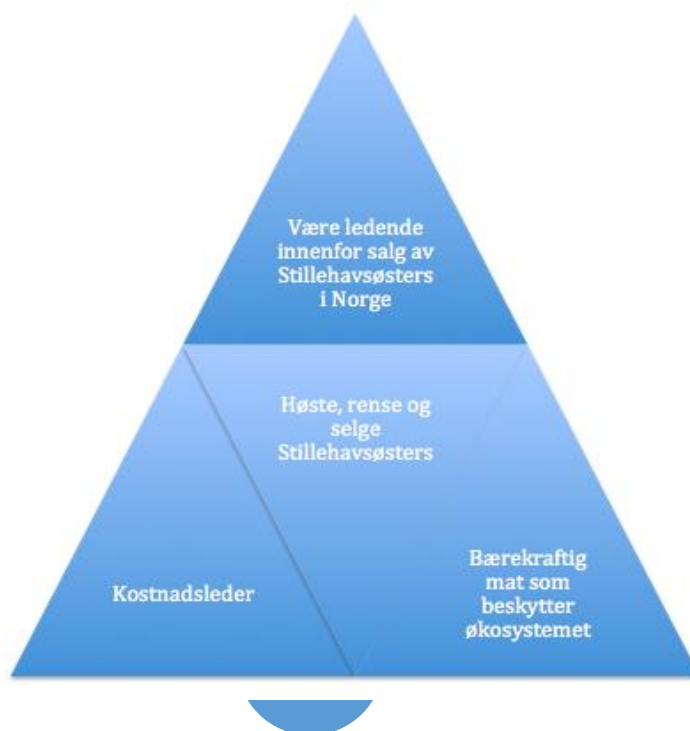
(Se vedlegg 3)

Modellen over viser primæroppgaver og støtteopp-gaver i Østersgutta SB og vareflytens retning i produksjonen. Våre primæroppgaver er plassert tidlig i produktets livssyklus, hvilket vil si at vi plukker, renser og leverer. Dette styrkes ytterligere ved oppstart av egen rensestasjon da vi oppnår full kontroll over verdikjeden. I tillegg til en verdikjede opp mot grossist og restauranter, utnytter vi også restavfall som smakstilsetning til Firmenich og har således kontroll fra plukking av østers til salg av kjøtt som ingrediens.

## Nettverk

Vi har kommet i kontakt med en rekke fagfolk knyttet til næringen, flere av disse er selv konkurrenter, noe som har gitt oss en unik innsikt i markedets bredde. I plansjen over vises støttespillere som har sagt seg villig til å hjelpe. Vi kan søke konsultasjon hos Trond Sveen som høster skjell, flere grossister og mellomledd, restauranter og til

slutt Importøren som kan hjelpe med logistikk og eksport. Også de statlige organene er representert ved mattilsynet som kontrollerer produktet, fiskeridirektoratet som forvalter ressursene og havforskningen som styrker vår biologiske kompetanse



## Strategi

Forretningsstrategien er en strategi som skal fortelle oss hvordan vi skal nå vårt forretningsmål. Vi mener at vår bedrift burde gå for kostnadslederskapsstrategi. Dette er på bakgrunn av at vi er den første som går inn i dette markedet og vi vil gjerne fortsette å være ledende. Klarer vi å være den som produserer det beste og tryggeste produktet til lavest mulig pris og høyest fortjeneste vil vi kunne fortsette å være markedsledende i lang tid.

Vår strategiske kjerne er våre prosesser som skaper verdi. For oss vil det si vår strategiske referanseramme. Dette er en kombinasjon av våre strategiske mål, vår forretningside, misjon og visjon og våre kjerneverdier som bedrift. (Løwendahl, 2010)

Våre kjerneverdier går ut på å bidra til å beskytte det norske marine økosystem, samt bidra med bærekraftig mat til den norske befolkningen. Vi vil være folkelige i



den forstand at vi skal gjøre østers til en tilgjengelig matvare som de fleste kan spise.

Vi har satt opp en trekantmodell som illustrerer vår strategiske kjerne:

Vi har også satt opp et strategikart som skal gi oss et årsak-virkningsperspektiv på vår strategi. (Se vedlegg 6)

## **Forretningsmodell**

Vi skal nå snakke om vår forretningsmodell. Denne forretningsmodellen er bygget ut i fra våre analyser av oss selv, markedet og produktet. Vi skal beskrive hvordan vi som bedrift skal posisjonere oss for å skape mest mulig verdi. Dette blir en oppsummering og et sammendrag av mye av det vi har nevnt tidligere.

Det første vi skal snakke om er; hvordan skaper vi verdi for våre kunder? Vi vil være tilbydere av et produkt som er etterspurt, men som ingen leverer per i dag. Vi vil levere et smakfullt, næringsrikt og eksklusivt produkt som er svært bærekraftig. Mange restauranter, fiskeforhandlere og grossister vil gjerne ha norskproduserte råvarer på menyen, og med denne østersen kan man tilby noe som mange andre ikke kan. Vi vil gjerne skape et tett og godt forhold til våre kunder med et mål om å beholde dem som kunder i lang tid.

Vi vil også beskrive hvordan vi skal skape verdi i vår bedrift. Ved salg av østers på fast, kontraktbasert levering vil vi ha en fast inntektsstrøm. Målet er å skape høyest mulig volum av salg for høy inntjening.

Markedssegmentet vi skal fokusere på er grossister, restauranter, fiskeforhandlere og eksklusiv dagligvare i Norge og Europa.

Vi skal plassere oss som en leverandør i verdikjeden. Vi skal høste, rense og levere østers klare til tilberedning, Våre aktiviteter er de tidlige aktivitetene i livssyklusen til produktet.

Vi har et mål om være kostnadsledere i denne industrien. Dette skal vi få til ved å implementere de rutiner vi har snakket om tidligere.



Vi har bygget opp et stort nettverk av kunder, samarbeidspartnere og andre aktører innenfor industrien. Vi har også tilknyttet oss offentlige institusjoner som miljødepartementet, mattilsynet og fiskeridepartementet som kan gi oss rådgivning innenfor juridiske problemstillinger.

Vi har satt opp en modell som viser forretningsmodellen vår (Se vedlegg 5)

### ***IPR-strategi***

Hvordan kan vi beskytte vår merkevare? Hva vil være relevant i forhold til å beskytte våre interesser? Stillehavsøsters er en råvare som vi ikke kan ta patent eller beskytte på noen som helst måte. Men vi burde beskytte oss selv på andre måter.

For eksempel kan vi beskytte varemerket vårt, Østersgutta SB. Hvis vi klarer å bygge oss opp som et kjent merkenavn kan det bli verdt mye penger. En merkenavnsbeskyttelse kan vi ha så lenge vi betaler for den og bruker den. En varemerkeregistrering koster 2990 kr og vil først bli aktuell når vi begynner å bygge opp en merkevare.

Vi har også kjøpt inn domenenavnet [www.ostersgutta.no](http://www.ostersgutta.no) som vi vil utvikle en nettside til. Dette koster oss 125 kr i året og kan være en god markedsføringskanal.

Informasjonen om oss vil vi at skal være tilgjengelig på en offentlig plattform til alle døgnets tider. Vi vil i samarbeid med en webutvikler utvikle en hjemmeside der informasjon om bedriften skal stå. Support skal være tilgjengelig på e-post, web og telefon. Informasjonen på hjemmesiden vil altså være kontaktinformasjon, hvor vi holder til og beskrivelse av driften vår. Vi mener at en bedrifts hjemmeside viser hvordan merkevaren fremstår på nett og at det er en døgnåpen kanal for nye og gamle kunder.

På hjemmesiden vil vi at det skal være historien om bedriften, visjonen vår og ikke minst vise fram produktet vårt på en profesjonell og enkel måte. Hjemmesiden





skal være lettbrukt, det skal være mulig for kunden å lett kunne navigere seg rundt uten å “gå seg vill”. Vi vil at hjemmesiden skal være et effektivt verktøy som skal bidra til å bygge opp tillit hos forbrukeren. Det er i dag ca. 50% som bruker mobil eller nettbrett til å surfe på nettet, og derfor er en mobiltilpasset hjemmeside viktig. Vi vil etterhvert lage en mobiltilpasset versjon av den vanlige websiden.

Vi har vært i kontakt med Lars Erik Holthe fra Oslo som er nyutdannet innenfor informasjonsteknikk. Han har vist oss mye av sitt arbeid og det virker aldeles lovende. Han vil hjelpe oss å skape en internettside som er enkel i bruk, og som skal være mulig for oss å opprettholde på en profesjonell måte.

## **Risikoprofil**

Det er finnes flere farekilder som er knyttet til studentbedriften. Vi har derfor laget en oversikt i et skjema over aktuelle farekilder, hvilke tiltak vi kan gjøre og hvor sannsynlig det er at noe galt skjer. Sannsynligheten for at en av risikoene kan oppstå er rangert på en skala fra 1 – 5, hvor 1 er lite sannsynlig og 5 er veldig sannsynlig. Tiltak skal gjennomføres hvis en risiko inntreffer. Vi har valgt å utheve de mest aktuelle. (se vedlegg 4)

## **Økonomisk analyse**

Østersgutta SB er nå i en fase der vi ser etter potensielle kunder, og vi har hvert i kontakt med flere mottak som er villige til å ta imot det vi skal tilby. En av de mottakene vi har snakket med ønsker å eksportere våre råvarer til Holland, og videre ut i Europa om smaksprøvene blir en suksess. I dialog med denne aktøren opplyser de oss om at markedet for råvarer plukket i det norske hav er ekstremt stort, og at vi dermed ikke klarer å tilby så mye som blir etterspurt. Vi har også snakket med en grossist som er villig til å ta imot 200 stillehavsøsters i uken, med mulighet for mer salg enn dette. Med en estimert pris per stillehavsøsters på kr 4-10 og et marked som ønsker denne råvaren ser det ut til at det er mer penger i dette en vi først hadde forventet.

Som en studentbedrift der vi ikke skal produsere et produkt men heller tilby noe som vi selv plukker i sjøen vil kostnadene holde seg relativt lave da vi har mye av utstyret i privat eie som skal brukes under plukkingen. Noe utstyr må kjøpes inn, men kostnadene for det som må kjøpes inn vil ikke bli veldig store. De områdene



som øker kostnadene våre mest blir ting som transport, tillatelser og rettigheter i området der selve høstingen skal foregå.

I de tre første arbeidsårene ønsker vi å investere alt inn i bedriften, og dermed ikke ta ut lønn til stifterne.

## Nødvendige investeringer

Det vil være nødvendig å investere i noe utstyr slik at alle ansatte kan være med å plukke. Av alle 5 i Østersgutta SB har 3 av oss det nødvendige utstyret som trengs for å dykke og utføre selve plukkingen av stillehavsøstersen. Dermed trenger vi dykkeutstyr til 2 av våre plukkere slik at vi får maksimert utbytte av plukkingen for å møte etterspørselen så godt som mulig. Videre trenger vi også utstyr for oppsamling av østersen som håv og/eller nett slik at kapasiteten per dykk øker betraktelig.

Vi ser også på muligheten for å ha vårt eget renseanlegg slik at vi kan stå for dette selv og da kan øke kapasiteten for å nærme oss den ekstremt høye etterspørselen som finnes for denne råvaren. Ved anskaffelse av et renseanlegg vil det være nødvendig med en rensestasjon samt et lokale hvor rensingen kan foregå. En rensestasjon kan koste fra kr 500 000 og opp mot flere millioner kroner alt ettersom hvor stort anlegg vi ønsker eller har kapital til å starte.

Ved en eventuell investering i et renseanlegg ser vi på muligheter som støtte fra forskjellige organisasjoner som Innovasjon Norge og Forskningsrådet, samt muligheten for å ta opp et banklån.

Utstyr, plukking/dykking	kr 10 000
Utstyr transport	kr 20 000
Rettigheter/tillatelser	kr 10 000
Rensestasjon	kr 500 000
Internett side	kr 1 000
Diverse	kr 20 000
<b>Totalt kapitalbehov</b>	<b>kr 561 000</b>

Tallene ovenfor er for nødvendige investeringer og er kun estimert og regnet at kun vil være investeringer som må utføres i startfasen av arbeidet som skal utføres. Siden disse tallene kun er estimerer vil det ikke samsvare 100%

med de faktiske tallene som kommer ved de faktiske investeringene. Vi ser for oss at kapitalbehovet vil øke i forhold til tallene over og vi er forberedt på å måtte skaffe mer penger.



## Faste kostnader

Leie av lokale til rensestasjon vil beløpe seg på 6 000 kr i måneden og 72 000 i året. Forsikring av Rensestasjon vil beløpe seg på 14 000 i året.

Totale faste kostnader per år de tre første årene vil være kr 86 000.

Totale faste kostnader per år fra år 4 blir kr 586 000

## Lønnsbestemmelser

Som nevnt tidligere skal vi ikke ta ut lønn for det første arbeidsåret. Vi har bestemt oss for at alt overskudd skal gå til investeringer i bedriften slik at vi kan vokse mest mulig. Det vi velger å gjøre er å utsette og kjøre lønnsforhandlinger ved starten av det andre arbeidsåret. I lønnsforhandlingene vil vi da legge opp en plan for utbetaling av lønn der alle stifterne skal bli enig om hvor mye som totalt kan tas ut som lønn i første lønns år som er bedriftens fjerde driftsår.

Med den moderate veksten vi har anslått i lønnsomhetsanalysen velger vi og ikke ta ut lønn de 3 første årene. Skulle vi få en høyere vekst vil vi fortløpende vurdere dette. Det fjerde året vil vi ta ut en lønn på kr 100 000 til alle medarbeidere.

## Lønnsomhetsanalyse

Ut i fra de analyser vi har gjort vil vi beregne lønnsomheten til bedriften for de

	Norge	Europa	Total
Salg år 1	4750	9500	14250
Salg år 2	7125	19000	26125
Salg år 3	8906	57000	65906
Salg år 4	11133	228000	239133

neste 4 år. Vi vil regne ut i fra tall vi har fått av de store aktører i Norge.

Markedets

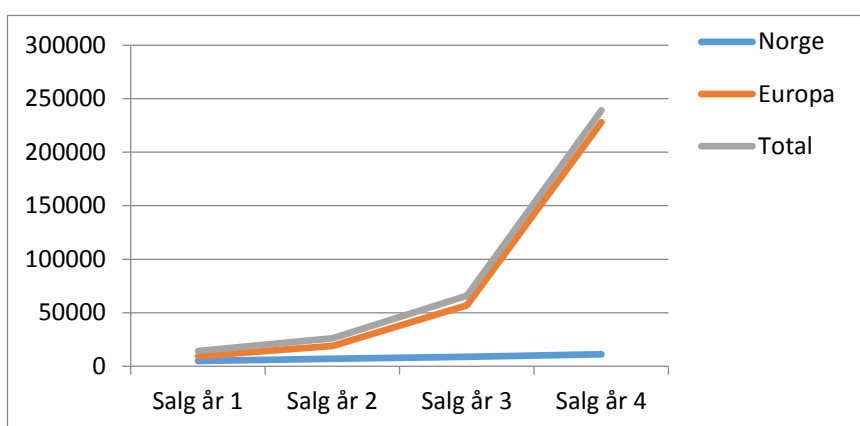
største aktør i Norge, Ala carte selger 15 000 stillehavsøsters og 4000 stillehavsøsters i vinterhalvåret. Det første året anslår vi forsiktig ut i fra de markedsanalyser vi har gjort at vi kan ta 25% av dette markedet. Det vil si at vi burde klare å selge 4750 østers til det Norske markedet i år 1.

Markedet i Europa er mye større, og vi antar at vi kan ta markedsandeler her også. Flying Seafood som vil hjelpe oss å eksportere hit har forklart at etterspørselen etter norske råvarer er såpass stor at vi ikke vil klare å levere nok østers for å dekke denne. Vi antar derfor svært forsiktig at vi kan selge dobbelt så



mange østers til Europa som vi gjør til Norge i år 1. Dette tallet forløper seg til 9500 østers i år 1.

Med tanke på at år 1 er et pilotprosjekt for oss vil vi anta at vi klarer å ta større markedsandeler i årene som kommer. Dette kan vi gjøre med markedsføring og direkte salg. Det norske markedet er et begrenset marked så vi anslår derfor at vi kommer til å ha en økning i salg på 50% pr. år de første 2 år, og en økning på 25% år 3 og 4. I det Europeiske markedet er det ubegrensede muligheter for salg så her antar vi en økning på 100% til år 2, 200% til år 3 og 300% år 4.



Vi regner ut inntekter med en salgspris på 6kr. Dette med forbehold om at prisene våre ikke endrer seg. For å finne vårt resultat

ganger vi inntekter med dekningsbidraget for de variable kostnadene og trekker fra de faste kostnadene våre.

De faste kostnadene våre er som følger:

År 1: Husleie og forsikring kr 86000

År 2: Husleie og forsikring kr 86000

År 3: Husleie og forsikring kr 86000

År 4: Husleie, forsikring og lederlønn kr 586 000

År	Norge	Europa	Total		Resultat etter skatt
1	kr 28 500,00	kr 57 000,00	kr 85 500,00		-kr 14 408,38
2	kr 42 750,00	kr 114 000,00	kr 156 750,00		kr 25 901,31
3	kr 53 436,00	kr 342 000,00	kr 395 436,00		kr 160 937,92
4	kr 66 798,00	kr 1 368 000,00	kr 1 434 798,00		kr 383 956,97

Samlet inntekt de fire første år:

kr 2 072 484,00



Samlet overskudd de fire første år:

556387,823

Vi ser ut i fra disse tallene at bedriften vil vise seg å være lønnsom.



## **Bidragkalkyle – tredje året**

Basert på en kasse med stillehavsøsters som inneholder 100 østers. Vi har en fastpris pr. Østers på 6 kr.

	Indirekte variabler	kr	85
=	Variable tilvirkningskostnader	kr	85
+	Indirekte kostnader, salg og administrasjon	kr	50
=	Minimumskost	kr	135
+	Dekningsbidrag	kr	465
=	Salgspris	kr	600

## **Resultatbudsjett**

Vi har satt opp ett resultatbudsjett over de neste fire år. Disse tallene har vi brukt fra inntekter i lønnsomhetsanalysen, variable og faste kostnader.

		2016	2017	2018	2019
<b>Bruttofortjeneste</b>	kr	85 500	156 750	395 436	1 434 798
Lønn og personal	kr	0	0	0	500 000
Husleie	kr	72 000	72 000	72 000	72 000
Andre administrasjonskostnader	kr	14 000	14 000	14 000	14 000
<b>Sum faste kostnader</b>	kr	86 000	86 000	86 000	586 000
Indirekte variabler	kr	12 112	22 206	56 020	203 263
Indirekte kostnader, salg og adm.	kr	7 125	13 062	32 953	119 566
<b>Sum variable kostnader</b>	kr	19 237	35 268	88 973	322 829
<b>Sum kostnader</b>	kr	105 237	121 268	174 973	908 829
Resultat før skatt	kr	-19 737	35 482	220 463	525 969
skatt	kr	23 085	42 322	106 767	387 395
<b>Årsoverskudd</b>	kr	<b>-42 822</b>	<b>-6 840</b>	<b>113 696</b>	<b>138 574</b>

## **Nullpunktsanalyse**

Som vi ser ut av disse beregningene vil vi ha et dekningsbidrag på 465 kr. Pr kasse med 100 østers og en salgspris på 600.

$$DG = 4,65 * 100\% / 6 = 77\%$$

Faste kostnader kr 86 000

$$86\,000 / 4,65 = 18\,494$$

Vi må selge 18 494 østers i det tredje driftsåret for å gå i null.

## Kalkyle Firmenich

Gjennomsnitt vekt på kjøtt per østers 18,8 gram	6000 kr/kg for fryst østerskjøtt
150 kr per arbeidstime	3,50 kr per østers for rensing og pakking
3 personer plukker i 8 timer	150 kr per engangspalle
Totalt 8000 østers plukkes	400 kr transport til terminal
Åpning av skjell 30 sekunder i gjennomsnitt	250 kr transport og registreringsdokument
Bompenger 89 kr	416 km fra Sandefjord til Sunnhordland, 6 timer
Diesel 13 kr per liter, forbruk 0,45 liter per mil	Bruker ca 1 time på levering Sunnhordland Havbruk

Plukking	8000/24	333 østers per time
	333/3	111 østers per pers/time
	111*18,8	2086 gram østerskjøtt per person
	2086*3	6258 gram østerskjøtt totalt
Åpning av skjell	30*8000	240000 sekunder
	240000/60	4000 minutter
	4000/60	66 timer
	66/3	22 timer totalt
Arbeid	22+8	30 timer totalt
	30*150	4500 kr i arbeid, plukking og åpning
Rensing	8000*3,50	28000 kr
Transport til terminal, pakking og registrering	400+150+250	800 kr
Transport til Sunnhordaland havbruk, drivstoffbruk	41,6*0,45*2	37,44 liter diesel tur/retur
Drivstoffkostnad	37,44*13	486,72 kr for diesel
Arbeidstimer	13 timer	1950 kr
Bompenger	89*2	178 kr
<b>Totale kostnader arbeid, transport og rensing</b>	4500+28000+800+486,72+1950+178	35914,72 kr
<b>Totale inntekter, Salg Firmenich</b>	6,258*6000	37548 kr
<b>Resultat fra en batch solgt til Firmenich</b>	37548-35914,72	<b>1633,28 kr</b>

Her har vi utarbeidet en kalkyle for å se om det vil være lønnsomt å selge fryst østerskjøtt til Firmenich. Vi har da tatt utgangspunkt i at tre personer plukker i 8 timer og plukker 8000 stillehavsøsters totalt. Med et utgangspunkt på 6000 kr/kg for det fryste kjøttet ser vi en marginal fortjeneste på 1633,28 kr. Dette vil ikke være lønnsomt om ikke kiloprisen på kjøttet kan økes slik at vi sitter igjen med en større fortjeneste.

### Likviditetsbudsjett

	Kilder	Jan	Feb	Mars	Apr	Mai	Jun
Innbetalinger på salg	Salgsbudsjett					21000	38500
Andre innbetalinger/sponsor				22247		7002,67	
<b>SUM INNBETALINGER</b>		0	0	22247	0	28002,67	38500
Vareleverandører	Innkjøpsbudsjett						
Porto/toll						480	
Reiser				545			
Markedsføring/ Reklame			655	297			
Analyse/testing					7805		
Diverse utbetalinger				100			
Utstyr/inventar				2500	129		
Frakt til rensestasjon						700	700
Rensing						11300	20050
Søknader/dokumentasjon				5000			
<b>SUM UTBETALINGER</b>		0	655	8442	7934	12480	20750
Likviditetsbeholdning ved månedens begynnelse			0	-655	13150	5216	20738,67
Likviditetsendring		0	-655	13805	-7934	15522,67	17750
Likviditetsbeholdning ved månedens slutt		0	-655	13150	5216	20738,67	38488,67

Likviditetsbudsjett oppdatert med reelle tall gjennom året.



## Budsjett

Budsjettet er beregnet fra Januar 2016 frem til avvikling av studentbedriften i Juni 2016

	Jan	Feb	Mars	Apr	Mai	Jun
Salgsinntekter					21000	38500
Andre innbetalinger		4000	30000			
<b>Sum Inntekt</b>	0	4000	30000	0	21000	38500
Vareleverandører					1200	
Lønninger						20000
Kontorrekvisita	200	100	100	100	100	
Reiser			1500	2500	2500	2500
Markedsføring/ Reklame		1500	300	300	300	
Analyse/testing				10000	10000	
Rensing					11300	20050
Frakt til rensestasjon					800	800
Søknader/dokumentasjon			5000			
Utstyr til høsting			2500			
<b>Sum kostnader</b>	200	1600	9400	12900	26200	43350
<b>Resultat per måned</b>	-200	2400	20600	-12900	-5200	-4850
					Resultat ved avikling	-150

## Investorperspektiv/verdi

Vi vil her forsøke å sette et tall på hvor mye bedriften vil være verdt for en investor. Hvis vi ser på år fire i lønnsomhetsanalysen ser vi at vi kan ha nå høye salgstall. Vi har muligheten til å være enerådende i en bransje, og hvis vi evner å fortsette å være det og gjøre det vanskelig for andre aktører å komme på markedet kan bedriften bli verdt mye penger. Med tanke på etterspørselen etter norske råvarer i Europa er mulighetene ubegrenset.

Vi vil se på hvor mye bedriften kan være verdt om fire år. Vi regner ut i fra vårt budsjetterte resultat i år fire på 138 574 kr, med en investor som eier 100% av selskapet og et avkastningskrav på 10%. Vår verdisseting av bedriften blir da:

Verdi=Resultat/avkastningskrav



Verdi= 138 574 kr/10%

Verdi=1 385 740 kr i år 4

Ut i fra et investorperspektiv ser vi dette som et rimelig tall. Vår bedrift har gode muligheter for avkastning og verdien av selskapet reflekterer dette. Hvis vi velger å selge ut 49% av bedriften til en pris på 679013 kr vil vi dekke vårt kapitalbehov. I tillegg må en kunne forvente en engangskostnad på ~12 000,- for en midlertidig B-klassifisering av høsteområdet. Dette omfatter kvalitetstester av vann og skjell og er ikke medberegnet på grunn uforutsette kostnader i et kortsiktig perspektiv.

## **Status og beslutningsgrunnlag**

Etter å jobbet med prosjektet i to semester har vi dannet oss et godt bilde av situasjonen og potensialet til Østersgutta SB. Gruppens kompetanseprofil kombinert med det brede nettverket vi har opprettet gir oss tilstrekkelig med kunnskap for å gjennomføre prosjektet.

Produktet vi vil levere plukkes fra Mefjorden på Østlandet nært sentrale markeder med kort vei til hovedstaden. Vi har gode muligheter for ytterligere utvidelser og ser det derfor som reelt å planlegge fremover i tid.

I markedsstrategien har vi gått for kostnadsledelederskapsstrategi på bakgrunn av at vi er tilnærmet alene på markedet. Vi har god tilgang på råvare og forbrukere eksisterer i både Norge og Europa. Produktet vi ønsker å levere bygger på miljøgunstige verdier da det bidrar med å hindre ytterligere spredning av arten.

Markedsanalysen ble gjort grundig og vi fikk kartlagt hele bredden av markedet. I dybdeintervjuer har aktørene vært over alle forventinger positive og ærlige med egne priser. Enkelte har sagt seg villige til ta inn produktet, kjøre prøvesmaking og eksportere.

I økonomidelen ser vi en relativt rask økning de kommende årene, dette fordi vi kommer til å erobre nye markeder.

Oppsummert er Østersgutta bestående av en faglig kompetent gjeng med stå-på-vilje, og et godt opparbeidet nettverk av støttespillere av relevante aktører i næringen.

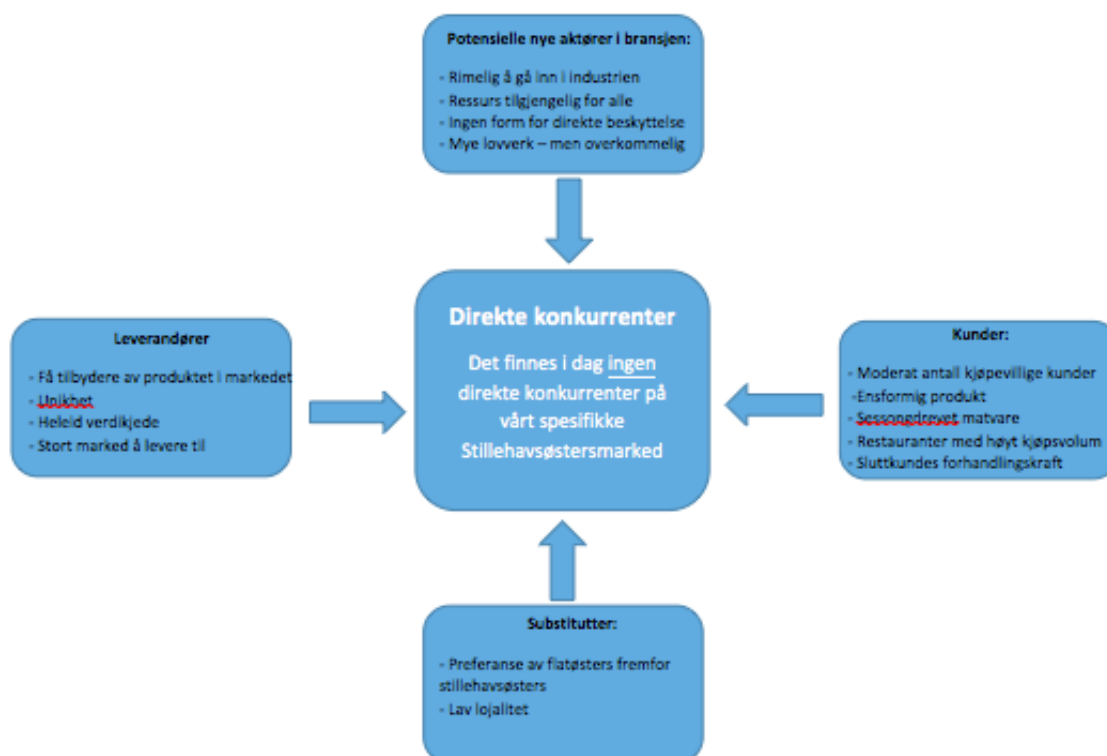
Vi er forut vår tid i et enormt marked. Vår forretningsidé er både bærekraftig, miljøvennlig, med et stort internasjonalt potensiale - samtidig som den er lønnsom!

## Bibliografi

- (2015, 11 19). Hentet fra Sb.no: <http://www.sb.no/jobb/nyheter/fiskeri-og-havbruk/spar-osters-til-ny-milliardindustri-starter-i-lahellefjorden/s/5-73-96721>
- (2015, 11 19). Hentet fra Dn.no:  
<http://www.dn.no/nyheter/politikk/Samfunn/2015/02/02/2200/Havbruk/spr-ny-milliardnrng>
- (2015, 11 22). Hentet fra Skape.no: <http://www.skape.no/dokumentmaler/swot-analyse-mal>
- (2015, 11 19). Hentet fra Imr.no: [http://www.imr.no/filarkiv/2014/12/nr\\_32-2014\\_sluttrapport\\_faggrunnlag\\_stillehavsosters.pdf/nb-no](http://www.imr.no/filarkiv/2014/12/nr_32-2014_sluttrapport_faggrunnlag_stillehavsosters.pdf/nb-no)
- (2015, 11 22). Hentet fra ue.no:  
[www.ue.no/content/download/6945/66525/file/Kompetanseprofil.docx](http://www.ue.no/content/download/6945/66525/file/Kompetanseprofil.docx)
- (2015, 11 22). Hentet fra innovasjon norge.no:  
<http://www.innovasjon norge.no/no/grunder/ideutvikling/slik-lager-du-en-forretningsmodell/#.VIHPNIScK60>
- forskning.no*. (2016, Mai 10). Hentet fra <http://forskning.no/havforskning-sjodyr-skall-og-bunndyr-biologi-okologi/2012/05/spis-den-uonskede-ostersen>
- Løwendahl, B. R. (2010). *Grunnbok i strategi* (Vol. 3. utg). Cappelen Akademisk forlag.
- miljodirektoratet.no*. (2016). Hentet fra  
<http://www.miljodirektoratet.no/no/Publikasjoner/2015/Januar1/Faggrunnlag-stillehavsosters-Crassostrea-gigas/>
- regjeringen.no*. (2015, 11 19). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2010-14/id628603/?ch=8>
- vfk.no*. (2016). Hentet fra <https://www.vfk.no/Aktuelt/Hva-gjor-vi-med-stillehavsostersen/>
- Walde, P. (1996). *Bransjelære for fiskeindustrien*.
- Wwf.no*. (2015, 11 19). Hentet fra  
[http://www.wwf.no/dette\\_jobber\\_med/hav\\_og\\_kyst/sjomatguiden/green/?31472/stillehavsosters](http://www.wwf.no/dette_jobber_med/hav_og_kyst/sjomatguiden/green/?31472/stillehavsosters)

## Vedlegg

### Vedlegg 1: Michael Porters modell for bransjeanalyse



### Vedlegg 2: SWOT-analyse

<p><b>Styrker</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nytt marked</li> <li>• Ny art i Norge</li> <li>• Ingen store konkurrenter</li> <li>• God kjøpekraft</li> <li>• Miljøtiltak</li> <li>• Landbruksrettigheter</li> <li>• Biomarin kompetanse</li> <li>• Utømmelig ressurs</li> </ul>	<p><b>Svakheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Upenetrert marked</li> <li>• Ukjent/eksklusivt produkt</li> <li>• Ofte et sekundæervalg etter Flatøsters</li> <li>• Få distribusjonskanaler</li> <li>• Høstetillatelse</li> <li>• Byråkrati</li> </ul>
<p><b>Muligheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effektive høsteteknikker</li> <li>• Få konkurrenter</li> <li>• Skape volum ved markedsføring</li> <li>• Flere rensesjasjoner</li> </ul>	<p><b>Trusler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dårlig vannkvalitet/klassifisering</li> <li>• Klimaendringer/overgjødning/Algeoppblomstring</li> <li>• Nye konkurrenter i markedet</li> <li>• Liten inntjening v/ lite volum</li> </ul>

### Vedlegg 3: Porters-verdikjede

#### PORTERS VERDIKJEDE



### Vedlegg 4: Risiko

Risiko	Tiltak	Sannsynlighet	Konsekvens	sum
<b>Bedriften</b>				
<b>Problemer med å levere helt fersk østers</b>	<b>Redusert transporttid og bedre emballasje</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
Sykdom eller tap av ansatte	Anskaffe nye medarbeidere	1	2	3
Skade på ansatte ved plukking	Skader ved plukking av stillehavsøsters kan skje. Alle ansatte skal få opplæring	1	2	3
<b>Marked</b>				
Plukke nok østers til etterspørsel	Produktutvikling: Se på muligheter for å høste østersen på en mer effektiv måte. Ansette flere	1	5	6
<b>Kunder skeptisk til norsk stillehavsøsters</b>	<b>Bygge tillit og bygge merkenavn.</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
Vanskelig å tiltrekke kunder	Informere dem om klimaskadene disse skjellene utgjør. Kan ha billigere pris pga. vanlig østers er dobbelt av prisen. Effektivisere markedsføringen	1	5	6
<b>Produkt</b>				
Kunder trekker seg	Vurdere nye kunder. Det finnes flere kunder som kan være av interesse	2	5	7
<b>Problem med sykdom på østersen</b>	<b>Vurdere helseskaden ved inntak. Følge retningslinjer i regelverk. Vi plukker ikke hvis det oppstår sykdom eller høy algeoppblomstring. De sendes til rensing, der de ligger i 3uker.</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>7</b>
Produktet blir vurdert dårlig på smak	Revurdere prosesser i forhold til høsting	2	3	5

**Vedlegg 5: Forretningsmodell** (innovasjonorge.no, 2015)

<b>Partnere</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trond Sveen i Sunnhordland Havbruk</li> <li>• Mattilsynet</li> <li>• Miljødepartementet</li> <li>• Fiskeridepartementet</li> <li>• Berggren fiskehandler</li> <li>• A la carte grossist</li> <li>• Flying Seafood, ved Frode Hoem Gellein</li> </ul>	<b>Kjerneaktiviteter</b> Høste, teste, rensse, og frakte østers til kunder	<b>Kunde verdi</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etterspørsel</li> <li>• Smakfullt</li> <li>• Næringsrikt</li> <li>• Eksklusivt</li> <li>• Norskprodusert</li> </ul>	<b>Kunderelasjon</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nær kunderelasjon</li> <li>• Opprettholde høye forventninger</li> <li>• Personlig kundeoppfølging</li> </ul>	<b>Kundesegment</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sjømat-restauranter</li> <li>• Fiskeforhandlere</li> <li>• Grossister</li> <li>• (Eksklusiv dagligvare)</li> </ul>
	<b>Kjerneressurser</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bærekraftig</li> <li>• Delikatesse</li> <li>• Heleid verdikjede</li> </ul>		<b>Distribusjonskanaler</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frakting i samarbeid med partnere</li> <li>• Egen transportservice</li> </ul>	
<b>Kostnadsstruktur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kostnadsledere</li> <li>• Implementere rutiner på bakgrunn av dette</li> </ul>		<b>Inntektsstrøm</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fast, kontraktbasert levering avhengig av sesong</li> <li>• Inntjening for hver østers solgt</li> </ul>		

## Vedlegg 6: Strategikart

Vi skal bygge opp en verdikjede som kan fylle de behov kundene vil ha hos oss.

Det som vil være viktig for restauranter som vi vil ha som kunder i første omgang er å kunne gi stødige leveranser slik at de alltid har ferske råvarer å servere. I tillegg til det vil det være viktig å kunne gi en god pris samtidig som matkvaliteten er god.



- *Hva slags kompetanse må vi tilegne oss?*

Vi må bygge oss opp større kompetanse på

matvaretrygghet for å sikre

kvalitet i hele verdikjeden. Vi burde også bygge opp kompetanse på logistikk og hvordan vi skal få fraktet produktet fra havet til kunden.

- *Hvilke finansielle mål må vi få til for å nå våre langsiktige mål?*

For å nå våre langsiktige mål må vi skape verdier i bedriften. Det første vi må få til er å tilegne oss kunder som vi kan selge østers til jevnlig over perioder. Vi ser for oss at dette i første omgang skal være restauranter som spesialiserer seg på sjømat. Ved å bygge opp verdi kan vi da investere verdier i markedsføring og nødvendige investeringer som for eksempel eget renseanlegg.

- *Hvilke prosesser må vi implementere for å operere kostnadseffektivt?*

Vi må bygge opp de prosesser som vi har snakket om tidligere. Dette vil være å bygge opp et nettverk av sertifiserte plukkere så vi har jevn tilgang til skjell og bygge opp et logistikksystem som operer kostnadseffektivt. (Løwendahl, 2010)



### 3. IPR-strategi





## Innholdsfortegnelse

<b>Strategi for valg av beskyttelse (IPR)</b> .....	<b>2</b>
Hvordan beskytte ideen vår? .....	2
Design.....	2
Patent .....	2
Varemerke .....	3
Firmanavn.....	3
Domene .....	4
Endelig beskyttelse .....	4
<b>Bibliografi</b> .....	<b>5</b>
<b>Vedlegg 1: «Varemerkesøknad»</b> .....	<b>6</b>



## Strategi for valg av beskyttelse (IPR)

For å beskytte Østersguttas immaterielle rettigheter, har vi vurdert ulike strategier for valg av beskyttelse. Forretningsidéen til Østersgutta er unik i markedet vi ønsker å operere i fordi vi i dag er den eneste aktøren som tilbyr produktet. Dette fremstår som et gigantisk konkurransefortrinn for oss i dag, men på sikt er vi avhengig å drøfte de ulike truslene vi står ovenfor. Videre må vi vurdere tiltak vi kan gjøre for å blokkere konkurrenter, kontrollere verdikjeden og bygge opp et godt omdømme. (innovasjonsnorge.no, 2016)

### ***Hvordan beskytte ideen vår?***

Hvis vi ser på de tre hovedområdene vi kan søke beskyttelse, har vi design, varemerke og patent. I sammenheng med Østersguttas forretningsidé er det prosessen, effektivisering og kostnadsleder som strategi vi fører. Dette gjør at ikke alle beskyttelsesformen er aktuelle for oss i dag. Likeså vil vi videre drøfte ulike muligheter og nedsider med de forskjellige beskyttelsesformer.

### **Design**

For å registrere et design må det skille seg tydelig fra kjente design. Ettersom vi leverer en råvare som produkt, har vi ingen kontroll på utseende eller utforming av østersen, og designbeskyttelse viser seg lite hensiktsmessig for Østersgutta i dag. Det som kan være en mulighet i fremtiden, er å selge supplerende produkt sammen med råvaren. Det vil si at vi for eksempel kan utforme et helt nytt design på en østersåpner som vi kan selge som en tilleggsprodukt. Først da vil en designbeskyttelse visse seg aktuelt. (patentstyret.no, 2016)

### **Patent**

Ved å patentbeskytte, vil vi få enerett til å utnytte oppfinnelsen kommersielt i 20 år. Det gis patent på tekniske løsninger, produkter, fremgangsmåter, apparater og anvendelser. Det samme gjelder som ved design, at vi er nødt til å utvikle noe som er vesentlig nytt. Også her kan det være en mulighet å se en sekundær løsning med for eksempel en helt ny fremgangsmåte å åpne en østers på. Med mer tid, erfaring og innsikt, vil vi kanskje se muligheter for innovering av østersåpning, og patent vil først da vise seg som en mulighet. (innovasjon norge.no, 2016)



## Varemerke

Det vi har muligheten til å gjøre, og det vi også har gjort [Vedlegg 1], er å fylle ut en varemerkesøknad for eneretten til å bruke Østersgutta som et kombinert merke. Det vil si at vi har enerett til å bruke logo som et særpreget kjennetegn for våre varer og tjenester. (patentstyret.no, 2016)

I søknad om registrering av varemerke, har vi søkt kombinert merke med Østersguttas logo. Av varer eller tjenester søknaden gjelder, har vi klassifisert det inn i følgende klasser:

- 20 – Østersskjell
- 29 – Sjømat
- 30 – Smakstilsetning for mat [untatt eteriske oljer]
- 31 – Østers Levende

Vi mener de fire overnevnte klasser dekker Østersguttas forretningsområder tilstrekkelig (patentstyret.no, 2016). Ved en vurdering av en gjennomført IPR-strategi hvor vi på sikt ønsker å utvikle et nytt design på en østerskniv, eller patent på en ny form for østersåpner - kan vi og vurdere å utvide varemerkesøknaden til også å omfatte følgende klasse:

- 08 – Østerskniver

Per i dag ser vi på klassifisering av østersskjell, sjømat, smakstilsetning for mat og levende østers som tilstrekkelig klassifisering. Frem til vi får registrert varemerke, vil vi i mellomtiden kunne ta i bruk TM som symbol i markedsføring av Østersgutta. Dette gir ingen beskyttelse på linje med registrering, men vi kan bruke det som et signal til markedet om at det er å oppfatte som et varemerke. (patentstyret.no, 2016)

## Firmanavn

Østersgutta er et firmanavn vi er meget godt fornøyd med, og mener det gjenspeiler bedriftens verdier på en god måte. Det skal ikke være noe tvil om hva bedriftens virksomhet går ut på når firmanavn er nevnt. På linje med for eksempel «Lakrisgutta» (lakrisgutta.no, 2016), vil vi bygge på det nære, ekte og originale. Vi forventer at også kunden vil med respekt vil anerkjenne dette hos Østersgutta. Vi vil gjøre misjonsarbeid der stillehavsøsters skal være en delikatess og eksklusivt produkt, men samtidig en allmenn matrett som den vanlige mann i gata



skal tørre å prøve seg på. Med Østersgutta som firmanavn håper vi og å senke denne terskelen.

### **Domene**

«ostersgutta.com» er et domene vi så viktigheten av å kjøpe tidlig. For å gjennomsyre en gjennomført profil i all vår aktivitet, var dette en forutsetning. Vi gjorde konsonanten «Ø» om til «O» for å ikke ekskludere internasjonalt vekstpotensiale. Vi gikk også for «.com» som internasjonalt domene. I ettertid, kan en også vurdere om vi vil gjøre klokt i å kjøpe et norsk domene som «ostersgutta.no». Dette fordi norsk sjømat er assosiert som høykvalitets-mat og har allerede godt etablert kvalitetsstempel.

### ***Endelig beskyttelse***

Etter nøye drøftinger innad i bedriften, har vi kommet frem til at den mest nærliggende og hensiktsmessige strategien for Østersgutta, er en beskyttelse gjennom en varemerkesøknad. [Vedlegg 1]. Frem til denne varemerkesøknaden blir godkjent, vil vi kunne ta i bruk TM som symbol der vi gir et signal til markedet at Østersgutta er å oppfatte som et varemerke. Etter hvert som vi utvikler erfaring i bedriften, vil vi med tiden opparbeide oss nyttig lærdom som kan effektivisere prosessen med for eksempel produksjon og høsting. På sikt kan det og være nødvendig med fortrolighetsavtaler for å ikke spre forretningshemmeligheter som pris og produksjon effektivisering.

## Bibliografi

*innovasjon Norge.no.* (2016). Hentet fra <http://www.innovasjon Norge.no/no/Byggen-bedrift/ipr/hva-er-immaterielle-rettigheter/patent/#.VyzBHfmLTIU>

*innovasjon Norge.no.* (2016). Hentet fra <http://www.innovasjon Norge.no/no/Byggen-bedrift/ipr/hva-er-immaterielle-rettigheter/>

*lakrisgutta.no.* (2016). Hentet fra <http://www.lakrisgutta.no/#!om-oss/cfvg>

*patentstyret.no.* (2016). Hentet fra <https://www.patentstyret.no/no/Design/Hva-er-en-design/>

*patentstyret.no.* (2016). Hentet fra <https://www.patentstyret.no/no/Varemerke/Hva-betyr-symbolene/>

*patentstyret.no.* (2016). Hentet fra

<https://www.patentstyret.no/no/Varemerke/Klassifisering/>

*patentstyret.no.* (2016). Hentet fra <https://www.patentstyret.no/no/Varemerke/Hva-er-et-varemerke/>

## Vedlegg 1: «Varemerkesøknad»

### Søknad om registrering av varemerke

patent varemerke design  
**Patentstyret**

Les *veiledningen* nøye før du fyller ut skjemaet. Dette er spesielt viktig hvis du sender oss informasjon om forretningshemmeligheter som du ikke ønsker at vi skal offentliggjøre. Felt merket med \* er obligatoriske og må fylles ut. Du kan fylle ut skjemaet elektronisk eller for hånd med blokkbokstaver. Unngå å hefte sammen arkene, siden de blir lest maskinelt. Skjemaet kan ikke lagres.

Sandakerveien 64  
Pb. 8160 dep 0033 Oslo  
Telefon +47 22 38 73 00  
Infosenter +47 22 38 73 33  
patentstyret.no  
post@patentstyret.no  
Bankkonto 8276 01 00192  
Org.nr. 971526157 MVA

#### ☐ Type søknad

Søknad om registrering av varemerke er det mest vanlige.

**Varemerke** (Gir søkeren(e) enerett til å bruke varemerket som et kjennetegn for sine varer og/eller tjenester).

**Fellesmerke** (Skal brukes av alle medlemmene i en forening (kollektivmerke) eller av et kontrollorgan til merking av produkter som tilfredsstiller visse krav (eksempelvis garanti- eller kontrollmerker)).

#### ☐ Søker

Den som søker om registrering av varemerke blir også innehaver av en eventuell rettighet.

Fornavn/foretaksnavn: Østersgutta SB		Etternavn:
Postadresse: Larsgårdsveien 9		
Postnummer: 6009	Poststed: Ålesund	Land: Norge
Organisasjonsnummer, hvis foretak: 916091087		Ev. kundennummer i Patentstyret:

Kryss av hvis flere søkere er oppført på eget ark (se veiledningen).

#### Kontaktperson

Kontaktperson hos søker eller fullmektig ang. denne søknaden. Oppgi tlf.nr. og ev. referanse.

Navn: Dennis Bogen	Telefon: +47 414 79 558
E-post: bogen@ostersgutta.com	
Referanse (maks. 20 tegn; denne referansen vil vises på fakturaen):	

#### Fullmektig

Hvis du ikke har oppnevnt en fullmektig, kan du gå til neste punkt.

Fornavn/foretaksnavn:		Etternavn:
Postadresse:		
Postnummer:	Poststed:	Land:
Organisasjonsnummer, hvis foretak:		Ev. kundennummer i Patentstyret:

#### Prioritetskrav

Hvis du ikke har søkt om registrering av dette varemerket i utlandet tidligere, går du videre til neste punkt.

#### Jeg krever prioritet for:

Samtlige varer og tjenester med samme prioritet:

Prioritetsdato (åååå-mm-dd):	Landkode/utstillingsnavn:	Søknadsnr./registreringsnr.:
------------------------------	---------------------------	------------------------------

Annet. Spesifiser på eget ark.  
(Kryss av her hvis prioriteten for eksempel bare gjelder enkelte varer og tjenester. For andre eksempler på prioritet som faller inn under dette punktet, se veiledningen.)

## Søknad om registrering av varemerke

patent voremerke design  
Patentstyret 

## ●Varer/tjenester

For hvilke varer/  
tjenester gjelder  
søknaden?  
Se klassifikasjons-  
hjelpere på  
patentstyret.no.

Klasser:

20  
29  
30  
31

Varer/tjenester (Skriv ned alle varer/tjenester nå. Du kan ikke utvide varefortegnelsen senere.)

Østersskjell  
Sjømat  
Smakstilsetning for mat [unntatt eteriske oljer]  
Østers Levende Kryss av hvis eget skjema med angivelse av varer og tjenester er benyttet.

## ●Merket

En søknad kan bare  
gjelde ett merke.

Vare- eller fellesmerket er et (bare ett kryss):

- ordmerke (kan kun registreres i svart-  
hvitt)
- kombinert merke (eks. logo) eller rent  
figurmerke
- tredimensjonalt merke
- rent fargemerke
- lydmerke
- bevegelsesmerke
- annet merke

Felt for angivelse av merket (maks. 8 x 8 cm). Dette feltet skal  
ikke benyttes for ordmerke. For tredimensjonale merker,  
bevegelsesmerker mv, se veiledningen.



Har du krysset av for ordmerke, skriver du  
teksten her. Dette feltet er ikke for merker som  
inneholder bilder, spesielle skrifttyper eller andre  
figurative elementer.

Beskrivelse (av lyden/lydbildet/fargen e.l., se veiledningen):

## ●Annet

 Søknaden er også levert per telefaks/e-post. Oppgi dato: (åååå-mm-dd): Jeg har fått utført forundersøkelse. Oppgi nummer: Årstill: Nummer: Bokstav:  
NB! Forundersøkelsen skal ikke vedlegges søknaden.

## ●Vedlegg

Se veiledningen.

## ●Avsender

Sjekk at du har fylt ut  
alle relevante felt.

Søkerens/fullmektigens navn (i blokkbokstaver):

DENNIS BOGEN

## ●Signatur

Signer søknaden.

Sted:

ÅLESUND

Dato:

29/04-2016

Signatur:



OBS! Vi sender deg en faktura på søknadsgebyret. Du må betale fakturaen innen betalingsfristen som er  
ca. én måned (se faktura).



4. HR





## Innholdsfortegnelse

<b>Personalforvaltning .....</b>	<b>2</b>
<b>Team .....</b>	<b>3</b>
<b>Kompetansekartlegging .....</b>	<b>4</b>
<b>Jungs personlighetstest.....</b>	<b>5</b>
Torstein Leikanger: .....	5
Rolf Oftedal: .....	5
Thomas Bjerke:.....	5
Dennis Bogen .....	6
Arne Kragseth.....	6
Resultater .....	6
<b>Stillinger i bedriften .....</b>	<b>7</b>
<b>Timelister .....</b>	<b>8</b>
<b>Medarbeidersamtaler .....</b>	<b>8</b>
Arne Kragseth .....	9
Dennis Bogen.....	11
Thomas Åkerholm Bjerke .....	13
Torstein Trym Leikanger.....	15
<b>Konflikter og konflikthåndtering.....</b>	<b>17</b>
<b>Teambuilding.....</b>	<b>18</b>
<b>Bibliografi .....</b>	<b>21</b>
<b>Vedlegg 1: Kompetansekartlegging .....</b>	<b>22</b>
<b>Vedlegg 2: Mal på medarbeidersamtale .....</b>	<b>22</b>

## Personalforvaltning

I arbeidet med Østersgutta, har vi hatt stort fokus på å opprettholde et godt arbeidsmiljø, og vi har hatt konkrete planer for å sikre at de ansatte i bedriften kan yte sitt beste. Dette har vært tiltak som har vist seg nyttig for trivsel innad i gruppen, og hatt en positiv effekt på arbeidsinnsatsen hele veien. Vi har og komplementert hverandre med en tverrfaglig gruppesammensetning. Videre vil vi ta for oss teamet bak Østersgutta, kompetansen vi innehar og ulike teambyggingstiltak vi har gjort underveis i prosjektet.

Figur 1: Østersguttas medlemmer på teambuilding ved Alnes-strand.





## Team

Her skal vi skrive litt om de ansatte i bedriften. Og hva slags kompetanse vi kan bidra med.

**Rolf Oftedal** er daglig leder i bedriften, og er på det tredje året i en bachelor i innovasjonsledelse og Entreprenørskap. Dette er et studie som omfatter bla. markedsføring, økonomi og innovasjonsfag, som vi senere bruker i praksis ved å starte en egen bedrift, og videre starte opp et studentforetak i det siste året.

**Dennis Bogen** er markedsansvarlig, og styrets leder i bedriften. Går tredje året innenfor innovasjonsledelse og entreprenørskap. Aktiv i studentorganisasjoner, og representant i universitetsstyret.

**Arne Kragseth** er på det tredje året på en bachelor i Innovasjon og Entreprenørskap. En svært engasjert ansatt som har et talent for å snakke i forsamlinger. Jobber som markedskontakt i bedriften.

**Torstein Trym Leikanger** er også på siste året innenfor Biomarin Innovasjon. Han er vår produkt og logistikkansvarlig. Har god kompetanse på å ernæring og matlaging, og en veldig kreativ person. Også vært utplassert på oppdrettsanlegg.

**Thomas Åkerholm Bjerke** er vår økonomiansvarlig, og studerer Biomarin Innovasjon på siste året. God teknisk kompetanse, samtidig som han har innsikt innenfor det biomarine. aktiviteter.



## Kompetansekartlegging

Her har vi laget en kompetanseprofil på de ansatte i bedriften som viser hva vi er flinke på. **Grønn** betyr god kompetanse. **Blå** betyr tilstrekkelig kompetanse.

**Oransje** viser hva vi må bli bedre på. [Vedlegg 1]

Vi er fem ansatte i vår studentbedrift Østersgutta SB.

**Rolf Oftedal**, daglig leder, er god på finans, prosjektledelse, markedsføring og personalspørsmål. Kan bli flinkere på det faglige i forhold til biomarine aktiviteter.

**Dennis Bogen**, markedsansvarlig, har som sine styrker prosjektledelse, markedsføring, personalspørsmål, sosial kompetanse, initiativ, kommunikasjonsevne, forhandlingsevne og relasjoner. Kan bli bedre på biomarin kompetanse og produksjon.

**Arne Kragseth**, er markedskontakt. Har som sine styrker, Finans, prosjektledelse, markedsføring, sosial kompetanse, initiativ og kommunikasjonsevne. Kan bli bedre på produksjon og biomarin teori.

**Torstein Trym Leikanger** er vår produksjon- og logistikkansvarlig. God kompetanse på det faglige innenfor biomarin, produksjon og personalspørsmål. Kan bli bedre på finans, prosjektledelse, markedsføring, selgeregenskaper og forhandlingsevne.

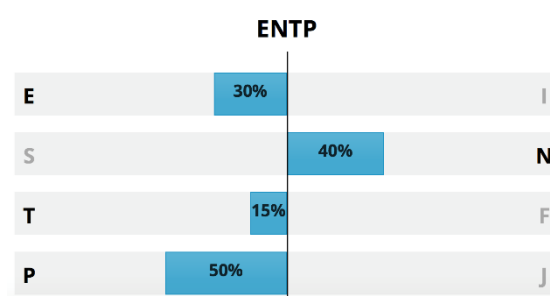
Thomas Bjerke er økonomisk ansvarlig og har som styrke Biomarin, produksjon, slag og markedsføring. Kan bli bedre på prosjektledelse og forhandlingsevne.

## Jungs personlighetstest

Myers – Briggs Type Indikator, MBTI, er en "typeindikator", - og ikke noe evig sannhet eller fullstendig beskrivelse av ens personlighet. MBTI er et verktøy for å analysere hvilke tilpasningsstrategier et menneske foretrekker å bruke. Jungs grunnmodell blir ofte fremstilt som en sirkel med fire "hjørner". Figuren under viser en slik oppstilling. Vi har brukt Jungs personlighet for å kartlegge de ansatte i bedriften for å gi oss et godt utgangspunkt for hvordan vi skal organisere bedriften. (personality-types.org, 2016) (Sivilforsvaret, 2016)

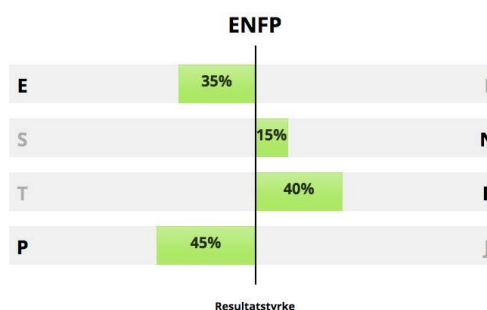
### Torstein Leikanger:

Rask, oppfinnsom, god til mye, både med mennesker og tekniske ting. Stimulerende å være sammen med, våken og frittalende. Dyktig til å løse nye og utfordrende problemer, men kan neglisjere rutineoppdrag. Går fra den ene nye interessen til den andre.



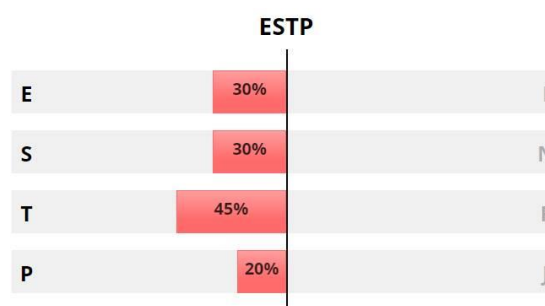
### Rolf Oftedal:

Entusiastisk, livlig og aktiv, oppfinnsom, fantasirik. ENFP er i stand til å gjøre nesten hva som helst hvis det interesserer. Er raskt ute med løsninger på problemer og hjelper gjerne når andre har et problem. Ser livet som et spennende drama. Denne personlighetstypen utgjør bare 5 prosent av befolkningen, men har stor innflytelse på andre.



### Thomas Bjerke:

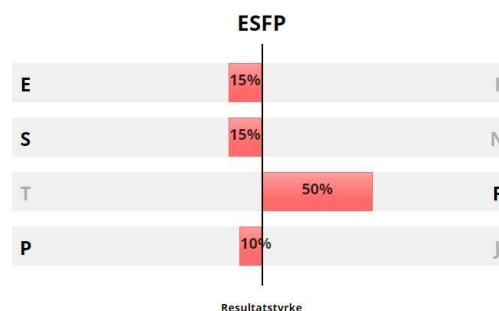
God til å løse problemer på stedet - en typisk "handlingens mann". Der denne personen er, skjer det alltid noe. Bekymringsløs, lekende, vennlig, sosial. Liker sport og teknikk, helst



sammen med andre. Gjerne morsom, flink, godt likt. Er en ypperlig igangsetter, god til å selge en ide eller et prosjekt.

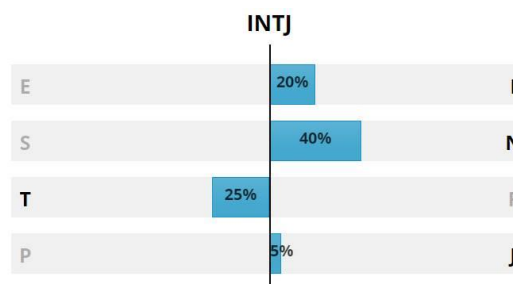
### Dennis Bogen:

Ekstremt sosial, tilpasningsdyktig, utadvendt, omgjengelig, svært underholdende. Elsker alt som er gøy, som oftest i godt humør. Ofte meget taleføre. Unngår å være alene, liker at ting skjer og vet alltid hva som foregår. Foretrekker aktive yrker og å arbeide sammen med andre mennesker, er også flink med mennesker i krisesituasjoner.



### Arne Kragseth:

Originale tanker og ideer. Hvis emnet interesserer, har INTJ stor evne til å organisere og gjennomføre en jobb, med eller uten hjelp. Skeptisk, kritisk, uavhengig, bestemt, av og til sta. Ser fremover, og forstår raskt konsekvensene av nye ideer og posisjoner. Går raskt vekk fra teorier som ikke virker.



### Resultater

Vi fikk alle forskjellige resultater. En slik test kan beskrive personligheter en passer bedre med enn andre. Det viser seg at vi som gruppe har egenskaper som fletter godt inn i hverandre, og kan jobbe uten særlige konflikter.



## Stillinger i bedriften

Vi har fem forskjellige stillinger i bedriften. Her skal vi skrive litt om ansvaret til hver enkelt stilling i bedriften.

**Daglig leder** er ansvarlig for å delegere arbeid til hver enkelt i bedriften, samt følge opp at arbeidet blir gjort. I tillegg til dette ansvarlig for de byråkratiske prosessene rundt klassifisering og høstetillatelse. HR er også en del av ansvaret. Skal være delaktig i alle aspekter av bedriften, og hjelpe til der det trengs.

**Markedsansvarlig** er ansvarlig for alt bedriften foretar seg av markedsføringsaktiviteter. Dette innebærer alt fra sosial media, stands, brosjyrer, rekvisitta og lignende. Er også ansvarlige for den teoretiske delen av markedsføring.

**Markedskontakt** er ansvarlig for direkte kontakt med kunder og samarbeidspartnere. Det er lagt opp til at markedsansvarlig og markedskontakt skal samarbeide tett.

**Produksjons og logistikk-ansvarlig** er ansvarlig for logistikken fra Ålesund til Høstelokasjon Mefjorden til rensestasjon Sunnhordland Havbruk. Er ansvarlig for utstyr til høsting og pakking. I tillegg til dette ansvarlig for prosessen fra høsting til pakking til transport.

**Økonomiansvarlig** har ansvarsområde for alle økonomiske aktiviteter bedriften skal bedrive. Dette går på det praktiske i forhold til å betale regninger, kapitalinnhenting og kontakt med bank Det går også på det teoretiske i forhold til å føre regnskap, lage økonomiske prognoser for fremtiden, og lignende.

## **Timelister**

Vi har valgt å bruke en ukonvensjonell modell for hvordan vi fører timer i bedriften vår. I de fleste andre bedrifter fører man opp når man er på jobb og får lønn for strevet ved utbetaling av lønninger per time man er på jobb. For oss som studentbedrift er dette en god måte å passe på at alle gjør like mye.

Vi har derimot valgt å gå bort fra denne tradisjonelle modellen. Dette er på bakgrunn av alle medarbeiderne i bedriften har et høyt tidsbruk i andre aktiviteter som deltidsjobber, studentorganisasjons-engasjement, andre firmaprojekter og hobbyer/reising. Vi har valgt å gi de ansatte i bedriften en stor mengde frihet i forhold til når og hvor de jobber. Et av kriteriene for at dette kan gjennomføres er at vi ikke har noen forventning til at alle kan jobbe like mye til enhver tid. Hadde vi hatt denne forventningen ville det fort oppstått konflikter innad i bedriften. Det vi derimot forventer, og som er et kriterium for at denne modellen skal fungere, er at alle i bedriften viser et indre motivert engasjement for Østersgutta.

Denne modellen passer kanskje ikke for alle, men den passer svært godt for oss i Østersgutta. Vi har unngått konflikter ved å bruke denne modellen, og vi mener at denne modellen fører til at de ansatte jobber fordi de oppriktig vil jobbe med bedriften, og ikke fordi de føler at de "må".

## **Medarbeidersamtaler**

Vi skal gjennomføre medarbeidersamtaler for hver enkelt ansatt i bedriften. Dette er viktig for å sikre trivsel og produktivitet hos alle ansatte. Vi har tatt utgangspunkt i en mal fra miljøfyrtarn.no, men tilpasset den vår bedrift som er nyoppstartet: (miljøfyrtarn.no, 2016) [Vedlegg 2]



## **Arne Kragseth**

### **Mål og resultat:**

Arnes Mål:

- Gjøre ferdig en markedsplan.
  - Opprettholde kontakt med kunder
  - Skape interesse rundt østersgutta.
1. *Hva syns du om målene du har fått?*

Jeg er fornøyd med målene jeg har fått.

2. *Hvordan syns du resultatet har blitt?*

Jeg syntes resultatet er tilfredsstillende. Enkelte ting gikk svært bra mens andre ting ble passelig bra.

3. *Har du forslag til hvordan dine arbeidsoppgaver kan forbedres?*

Jeg er fornøyd med arbeidsoppgavene og har ingen påpekninger til hvordan de kan forbedres.

### **Arbeidsmetoder og arbeidsmengde**

1. *Syns du dine arbeidsmengder har vært i akseptable?*

Passelig arbeidsmengde

2. *Hvilke endringer foreslår du eventuelt? Flere eller færre oppgaver, andre oppgaver?*

Jeg er fornøyd og ser ikke for meg noen endringer som kunne gjort arbeidsmetodene bedre.

3. *Har du forslag til bedre rutiner for din arbeidshverdag?*

Er generelt sett ikke så glad i rutinearbeid. Kommer ikke på noen rutiner som burde vært på plass.

### **Kompetanseutvikling**

1. *Har du personlige ønsker/behov for læring og utvikling? Hvilken?*

Jeg har store personlige ønsker om å få erfaring og å lære ting som kan gjøre meg til en dyktigere entreprenør

2. *Behøver du mer eller annen kompetanse for å utføre arbeidet?*

Samme som ovenfor

3. *Har vi andre i bedriften behov for mer kompetanse?*



Av hva jeg har sett virker det som at alle er kompetente innenfor sitt felt

*4. Har du forslag til tiltak for kompetansebygging i bedriften?*

Jeg ser ikke noe behov for ekstra tiltak for kompetansebygging i bedriften

### **Arbeidsmiljø**

*1. Hvordan er samarbeidet med kollegene?*

Jeg er fornøyd, jeg har ikke sett noen konflikter og alle oppfører seg respektfullt ovenfor hverandre.

*2. Hvordan er samarbeidet mellom leder og medarbeider?*

Leder har gjort en god jobb. Alle oppgaver har blitt fremlyst og delegert i god tid.

*3. Får du den informasjonen du trenger for å utføre jobben din?*

Jeg har fått all informasjon jeg har trengt

*4. Får du konstruktive tilbakemeldinger fra din leder på arbeidet du utfører?*

Jeg har fått konstruktive tilbakemeldinger

*5. Har du forslag til forbedringer av arbeidsmiljøet?*

Jeg ville ha foreslått å tatt HR på et tidligere tidspunkt.

## **Dennis Bogen**

### **Mål og resultat:**

Dennis Mål:

- Gjøre ferdig en markedsplan.
  - Opprettholde kontakt med kunder
  - Skape interesse rundt østersgutta.
1. *Hva syns du om målene du har fått?*

Gode mål som er oppnåelige. Ut ifra kompetansenivået mitt, føler jeg dette som noe jeg kan mestre.

2. *Hvordan syns du resultatet har blitt?*

Et godt resultat som jeg er stolt av å kunne levere.

3. *Har du forslag til hvordan dine arbeidsoppgaver kan forbedres?*

Det er fint med generaliserte mål slik det er oppsatt, på denne måten skaper det mer frihet og mestring ved utførelse av målene.

### **Arbeidsmetoder og arbeidsmengde**

1. *Syns du dine arbeidsmengder har vært i akseptable?*

Arbeidsmengde har vært akseptable, og det har vært en jevn innsats fra samtlige medlemmer som gjør det rettferdig.

2. *Hvilke endringer foreslår du eventuelt? Flere eller færre oppgaver, andre oppgaver?*

Foreslår ingen endringer.

3. *Har du forslag til bedre rutiner for din arbeidshverdag?*

På sikt for en mer profesjonalisert drift der vi er nødt til å skrive timeslønn for oppdragsgiver, kan det være hensiktsmessig med fast arbeidstid. Men ser ikke nødvendigheten for det per i dag.

### **Kompetanseutvikling**

1. *Har du personlige ønsker/behov for læring og utvikling? Hvilken?*

Et kompetansekurs på sikt i smak og tilberedning av østers kan være relevant.

2. *Behøver du mer eller annen kompetanse for å utføre arbeidet?*

God kompetanse i dag, men kan lære mer om østers og den biotekniske aspektet rundt det.

3. *Har vi andre i bedriften behov for mer kompetanse?*

Optimalt ville vært hvis alle hadde vært på samme kompetansenivå. Men i praksis blir det vanskelig. Jeg mener vi utfyller hverandre på en god måte. Der noen har svake sider, er andre sterke. Og motsatt

4. *Har du forslag til tiltak for kompetansebygging i bedriften?*

Østerskurs, mattilbredningskurs med fokus på østers/sjømat, vinkurs for å komplementere østers med vin – hva passer best? Vært forsvarlig hvis en i bedriften også hadde HMS kurs ettersom det fort kan skje ulykker.

## **Arbeidsmiljø**

1. *Hvordan er samarbeidet med kollegene?*

Godt samarbeid med kolleger. Vi har en fin gruppedynamikk og har respekt og forståelse for hverandre, hverandres begrensninger og styrker. Stemningen er løs og vi samarbeider godt sammen.

2. *Hvordan er samarbeidet mellom leder og medarbeider?*

Daglig leder er flink til å delegere oppgaver og sette klare forventninger og mål. En linjeformet ledelsesstil som passer medarbeiderne i bedriften godt. Godt samarbeid med leder og medarbeider.

3. *Får du den informasjonen du trenger for å utføre jobben din?*

God kommunikasjon og informasjonsflyt innad i bedriften. Bruker kanaler som sprer informasjon godt, og vi har et åpent arbeidsmiljø.

4. *Får du konstruktive tilbakemeldinger fra din leder på arbeidet du utfører?*

Klare tilbakemeldinger på arbeid gjort. Lite kritisk og positive tilbakemeldinger.

5. *Har du forslag til forbedringer av arbeidsmiljøet?*

Gode HR-tiltak i det siste, og mener dette har vært viktig for å styrke arbeidsmiljøet i bedriften, gjør gjerne mer av det i fremtiden. Innovative arbeidsplasser kan også være en idé for å komme vekk fra det statiske kontorlandskapet.

## **Thomas Åkerholm Bjerke**

### **Mål og resultat:**

Thomas Mål:

- Styre bedriften økonomiske anliggende
- Holde kontakt med bank
- 1. *Hva syns du om målene du har fått?*

Jeg synes målene jeg har fått har vært realistiske, men det har vært tøft å komme seg gjennom.

- 2. *Hvordan syns du resultatet har blitt?*

Jeg føler at jeg har klart meg bra og at resultatet har blitt bedre enn forventet.

- 3. *Har du forslag til hvordan dine arbeidsoppgaver kan forbedres?*

Som økonomiskansvarlig føler jeg at jeg kunne hatt bedre oversikt selv da det jeg som skal styre oppgavene mine selv.

### **Arbeidsmetoder og arbeidsmengde**

- 1. *Syns du dine arbeidsmengder har vært i akseptable?*

Jeg føler ikke at jeg har hatt for mye å gjøre selv om det har vært tøft til tider.

- 2. *Hvilke endringer foreslår du eventuelt? Flere eller færre oppgaver, andre oppgaver?*

Eventuelle endringer må komme fra min side, så jeg mener at jeg burde kanskje tatt tak tidligere i prosessen.

- 3. *Har du forslag til bedre rutiner for din arbeidshverdag?*

Faste arbeidstider.

### **Kompetanseutvikling**

- 1. *Har du personlige ønsker/behov for læring og utvikling? Hvilken?*

Jeg skulle ønske bedriften hadde vært med på mer kurs rettet mot oppstart og drift av bedrifter.

- 2. *Behøver du mer eller annen kompetanse for å utføre arbeidet?*

Jeg har behov for mer kompetanse innen økonomi for å være egnet til jobben som økonomiskansvarlig.

- 3. *Har vi andre i bedriften behov for mer kompetanse?*

Ja, jeg mener alle kunne hatt mer kompetanse for de rollene hver enkelt har hatt.

4. *Har du forslag til tiltak for kompetansebygging i bedriften?*

Kurs der alle deltar uansett hvilket fagområde/roller som kurses.

### **Arbeidsmiljø**

1. *Hvordan er samarbeidet med kollegene?*

Jeg synes samarbeidet er bra selv om det finnes uenigheter i gruppen.

2. *Hvordan er samarbeidet mellom leder og medarbeider?*

Leder er ingen typisk ledertype, men jeg synes samarbeidet har vært bra.

3. *Får du den informasjonen du trenger for å utføre jobben din?*

Ja det mener jeg. Jeg skal i utgangspunktet ha full oversikt over mine egne oppgaver.

4. *Får du konstruktive tilbakemeldinger fra din leder på arbeidet du utfører?*

Ja, daglig leder gir både kritikk og ros.

5. *Har du forslag til forbedringer av arbeidsmiljøet?*

Flere turer hvor vi koser oss og ikke bare tenker jobb.

## **Torstein Trym Leikanger**

### **Mål og resultat:**

Torsteins Mål:

- Være med å detaljplanlegge produksjon
  - Planlegge logistikk
1. *Hva syns du om målene du har fått?*

Fornøyd med oppgavene jeg har fått tildelt.

2. *Hvordan syns du resultatet har blitt?*

Føler resultatet ser bra ut, har fått hjelp fra daglig leder i fremgangen av produksjonen.

3. *Har du forslag til hvordan dine arbeidsoppgaver kan forbedres?*

Jeg kan jobbe bedre. Lære av andre.

### **Arbeidsmetoder og arbeidsmengde**

1. *Syns du dine arbeidsmengder har vært i akseptable?*

Ja det synes jeg. Det har verken vært for mye eller for lite.

2. *Hvilke endringer foreslår du eventuelt? Flere eller færre oppgaver, andre oppgaver?*

Nei, det var perfekt!

3. *Har du forslag til bedre rutiner for din arbeidshverdag?*

Jeg kunne godt vært mer i rutine når det gjelder jobbingen. Et eksempel kan være at jeg er på skolen fra 9-15 hver dag i ukedagene. Få det til å føles mer ut som jeg drar på jobb.

### **Kompetanseutvikling**

1. *Har du personlige ønsker/behov for læring og utvikling? Hvilken?*

Selvutvikling. Jeg kunne godt tenkt meg å bli bedre i å skrive (oppgaveskriving).

Jeg vil også utvide ordforrådet mitt, så jeg kan bruke flere ord og forklare ting bedre.

2. *Behøver du mer eller annen kompetanse for å utføre arbeidet?*

Mer kunnskap innenfor produksjonsflyt, og et logistikk kurs hadde hjulpet meg mye i oppgaven.

3. *Har vi andre i bedriften behov for mer kompetanse?*

Kanskje økonomiansvarlig kunne lært mer i økonomisk drift.

4. *Har du forslag til tiltak for kompetansebygging i bedriften?*

Logistikk-kurs, Lære å åpne en østers raskere.

### **Arbeidsmiljø**

1. *Hvordan er samarbeidet med kollegene?*

Jeg føler vi har samarbeidet bra, det har vært lite eller ingen konflikter. Daglig leder og styreleder har vært flinke til å delegere oppgaver i bedriften.

2. *Hvordan er samarbeidet mellom leder og medarbeider?*

Veldig bra, selv er jeg god venn med leder! Surfer sammen flere ganger i uken. Vi har planlagt å ha studentbedrift sammen en stund før vi startet. Han er helt rå!

3. *Får du den informasjonen du trenger for å utføre jobben din?*

Spør jeg om en oppgave å jobbe med så blir jeg tildelt en med en gang!

4. *Får du konstruktive tilbakemeldinger fra din leder på arbeidet du utfører?*

Vel, jeg er ikke den beste til å jobbe. Som sagt kunne jeg vært bedre. Men de oppgavene jeg har utført har jeg fått positiv tilbakemeldinger og konstruktiv kritikk til hva jeg kan gjøre annerledes.

5. *Har du forslag til forbedringer av arbeidsmiljøet?*

Nei, dette fungerer godt. Kanskje fjerne alle Vartdal-kassene på kontoret, de er irriterende.



## Konflikter og konflikthåndtering

Per i dag har vi ikke hatt noen konflikter i vår bedrift. Vi ser på dette som et tegn på at vi har et godt arbeidsmiljø hvor alle bidrar med det de har av arbeidsvilje og kompetanse. Men, vi burde ha et system for konflikthåndtering. Vi har brukt pensum fra Arbeidspsykologi og ledelse for å hjelpe oss å forstå hva en konflikt er og hvordan vi best kan håndtere den (Kaufmann, 2009).

Definisjon på konflikt: *"Når vi snakker om en konflikt i fagspråklig forstand, mener vi helt grunnleggende at det foreligger en uoverensstemmelse, en tilstand hvor det eksisterer motsetninger som er vanskelige å forene. "*

*Årsaker til en konflikt kan være mellommenneskelige problemer eller følelser av urettferdighet. Vi skiller mellom konstruktive og destruktive konflikter.*

*I noen situasjoner kan det også være gunstig å unngå konflikten. For eksempel i en situasjon hvor en medarbeider er under hardt press, eller preget av en personlig krise/sykdom.*

I det store og hele velger vi å se på alle konflikter som måtte komme i bedriften vår som en drivkraft. En konflikt kan være et tegn på at det er noe vi gjør feil i bedriften. Konflikter er ofte nødvendige for utvikling, og kan være en kilde til læring, økt ytelse, kreativitet og selvutvikling. Det er svært viktig å finne kilden til en konflikt ved å erkjenne konflikter med en gang den starter. Vi vil være flinke til å avklare konflikter i felleskap, slik at i unngår baksnakking og lignende. (Kaufmann, 2009)

## Teambuilding

Vi i gruppen kjenner hverandre godt, men det er for det meste gjennom jobbing med studentbedriften. Teambuilding eller lagbygging på norsk, kan være et godt verktøy for oss i bedriften for å danne et godt samspill mellom de ansatte.

Aktuelle aktiviteter som vi vil utføre foregår i en fremmede omgivelser, der vi møtes på en annen arena og i andre omgivelser enn på kontoret. Dette kan gjøre samspillet mellom oss som kollegaer bedre med både fysiske og psykiske utfordringer.

Tre av de fem ansatte i bedriften er allerede veldig engasjert i surfing, dette ser på som en unik mulighet der vi drar på en tur til vårt nærområdet, Alnes.

Vi reiser ut på Alnes, på Godøya, hvor vi har med surfeutstyr, grill og fiskestenger. Alnes byr på surfing, med gode bølger.

Vi i bedriften som kan surfe fra før, holder lynkurs på hvordan det gjøres før vi hopper i vannet. Etter surfing prøver vi fiskelykken og griller fangsten. Aktiviteter i form av forskjellige leker, der samarbeid spiller inn er en veldig artig måte å bli bedre kjent med hverandre.

Det ble laget en tidsplan med aktiviteter som ett ledd i teambygging i gruppen:

**Dagstur til Alnes:**

10.00: Felles biltur ut til Alnes fra Ålesund.

10.30: Surfeleksjoner felles, der vi som kan surfe gir gode tips til hvordan å stå opp på brettet første gang!

12.30: Våtdrakter av, mens vi prater om hvordan surfing gikk.

12.45: Vi finner frem fiskestengene og prøver fiskelykken.

13.15: Grillen tennes og vi griller dagens fangst og ikke minst stillhavsøsters.

For flere på gruppen blir det første gang de smaker østers.

14.15: Vi avslutter dagen med en aktivitet: Hjemmelaget kubb, vi bruker det vi finner.

Vi dro til Alnes fordi vi så viktighet i det å komme seg ut av kontoret og ut av komfortsonen. Å være litt utenfor sin egen komfortsone kan hjelpe til å stimulere hjernen til nyskapning og kreativitet. Surfing var noe nytt for flere av oss og vi fant opp et spill med elementer som lå på stranden.

Dennis var kokk og lagde i stand en nydelig rett med grillet stillehavsøsters og stekte grønnsaker ved siden av. Vi spilte også en egen versjon av kubb, med stein og trekubber. Dette var et morsomt dag som jeg tror alle i bedriften satte pris på.

Bilder fra Teambuilding 07.05.2016 på Alnes



## Bibliografi

Kaufmann, K. o. (2009). *Psykologi i organisasjon og ledelse* . Fagbokforlaget.

*miljofyrtern.no*. (2016, Mai 9). Hentet fra  
[http://www.miljofyrtern.no/component/docman/doc\\_download/102-skjemaer-for-medarbeidersamtaler-forslag-til-mal%3FItemid%3D+mal+medarbeidersamtaler](http://www.miljofyrtern.no/component/docman/doc_download/102-skjemaer-for-medarbeidersamtaler-forslag-til-mal%3FItemid%3D+mal+medarbeidersamtaler)

*personality-types.org*. (2016, Mai 8). Hentet Mai 8, 2016 fra  
<http://www.personality-types.org/no/test.php>

Sivilforsvaret. (2016, 05 08). *sivilforsvaret.no*. Hentet 05 08, 2016 fra  
[sivilforsvaret.no: http://www.sivilforsvaret.no/Global/SFD-distrikter/Nord-Trondelag/dokumenter/Tester%20-%20Myers\\_Briggs.pdf](http://www.sivilforsvaret.no/Global/SFD-distrikter/Nord-Trondelag/dokumenter/Tester%20-%20Myers_Briggs.pdf)

## Vedlegg 1: Kompetansekartlegging

	Harde faktorer					
	Finans	Biomarin	Prosjektledelse	Produksjon	Markedsføring/salg	Personalspørsmål
Rolf Oftedal	Green	Orange	Green	Blue	Green	Green
Dennis Bogen	Blue	Orange	Green	Orange	Green	Green
Arne Kragseth	Green	Orange	Green	Green	Green	Blue
Torstein Trym Leikanger	Orange	Green	Orange	Green	Orange	Green
Thomas Bjerke	Blue	Green	Orange	Green	Green	Blue

	Myke faktorer					
	Sosial kompetanse	Initiativ	Kommunikasjonsevne	Selgeregenskaper	Forhandlingssevne	Relasjoner
Rolf Oftedal	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
Dennis Bogen	Green	Green	Green	Blue	Green	Green
Arne Kragseth	Green	Green	Green	Blue	Blue	Green
Torstein Trym Leikanger	Blue	Blue	Blue	Orange	Orange	Blue
Thomas Bjerke	Blue	Blue	Blue	Green	Orange	Blue

## Vedlegg 2: Mal på medarbeidersamtale

### SKJEMAER FOR MEDARBEIDERSAMTALER

Spørsmålene er i hovedsak ment for medarbeideren, men leder skal også uttale seg om temaene under samtalen.

Tema	(miljofyrarn.no, 2016) Før samtalen (notater)	Under samtalen (notater)
<u>Oppfølging av forrige samtales handlingsplan.</u>  <input type="checkbox"/> Hva er gjennomført? <input type="checkbox"/> Hva er ikke gjennomført? Hvorfor?		

<input type="checkbox"/> Skal tiltak som ikke er gjennomført overføres til neste års plan eller slettes?		
<p><u>Mål og resultat.</u> <i>Dokumentasjon: Handlingsplaner. Årsrapporter, virksomhetsplan. Stillingsbeskrivelse.</i></p> <input type="checkbox"/> Hvilke er de viktigste målene for din stilling, og hvilke resultater er oppnådd? <input type="checkbox"/> Drøfting av de viktigste målene for enheten/etaten, sektoren og kommunen, og i hvilken grad disse er nådd. <input type="checkbox"/> Bidrar målene for din stilling til oppnåelse av målene for kommunen for øvrig? Hvordan? <input type="checkbox"/> Vurder resultatene, sett i forhold til mål og forventninger. Bør resultatene få lønnsmessige konsekvenser? <input type="checkbox"/> Har du forslag til forbedringstiltak, eller endrede mål, for din stilling, enheten/etaten, sektoren eller kommunen?		
<p><u>Arbeidsmetoder og arbeidsmengde.</u></p> <input type="checkbox"/> Synes du at du har innflytelse på din egen arbeidssituasjon? <input type="checkbox"/> Har du ønske om endringer i din		

<p>egen arbeidssituasjon: Flere eller færre oppgaver? Annen type oppgaver? Annet?</p> <p><input type="checkbox"/> Har du forslag til bedrede rutiner, kvalitetssikring e.l.</p>		
<b>Tema</b>	<b>Før samtalen (notater)</b>	<b>Under samtalen (notater)</b>
<p><u>Kompetanseutvikling/ faglig utvikling.</u>  <i>Grunnlag: Kompetanse-kartlegging, karriereplan, CV m.m.</i></p> <p><b>Leder tar med medarbeiderens CV som de sammen går gjennom</b></p> <p><input type="checkbox"/> Har du personlige ønsker/behov for læring og utvikling? Hvilke?</p> <p><input type="checkbox"/> Har du behov for mer, eller annen kompetanse for å utføre arbeidet? Hvilken?</p> <p><input type="checkbox"/> Fører endrede arbeidsoppgaver/omstilling til behov for annen kompetanse? Hvilken?</p> <p><input type="checkbox"/> Har arbeidsgiver behov for mer eller annen kompetanse? Hvilken?</p> <p><input type="checkbox"/> Forslag til tiltak for å imøtekomme behov for kompetanseheving. For eksempel: Kurs, studier, kollegaveiledning, hospitering, jobbrotasjon m.m.</p> <p><input type="checkbox"/> Kan noe av dette gjennomføres i</p>		



løpet av perioden til neste samtale. Hva og hvordan.		
<u>Arbeidsmiljøet</u>  <input type="checkbox"/> Hvordan er samarbeidet med kollegene? <input type="checkbox"/> Hvordan er samarbeidet mellom leder og medarbeider? <input type="checkbox"/> Får du den informasjonen som er nødvendig for å fungere i jobben? <input type="checkbox"/> Får du konstruktive tilbakemeldinger fra din leder på arbeidet du utfører? <input type="checkbox"/> Har du kommentarer eller forslag til forbedringer av arbeidsmiljøet?		
<u>Andre tema som ønskes tatt opp i medarbeidersamtalen.</u>		



## 5. Økonomi



## Innholdsfortegnelse

<b>Resultatrapport .....</b>	<b>2</b>
<b>Balanserapport.....</b>	<b>3</b>
<b>Budsjett.....</b>	<b>4</b>
<b>Likviditetsbudsjett .....</b>	<b>5</b>
<b>System for håndtering av bilag.....</b>	<b>6</b>
<b>Vedlegg.....</b>	<b>9</b>
Vedlegg 1: Utleggskjema - Østerskniv .....	9
Vedlegg 2: Utleggskjema – T-skjorter med profilering .....	10
Vedlegg 3: Utleggskjema – Visitkort.....	11

# Økonomi

I denne delen, vil vi redegjøre for hvordan Østersgutta sin økonomi og regnskap har vært forvaltet og hvordan system for bilag og kontering har foregått. I tillegg til å gi utfyllende informasjon vedrørende resultatregnskapet, balanse og budsjettet til Østersgutta frem til skrivende stund (10.05.2016).

## Resultatrapport

I resultatrapport nedenfor ser vi Østersgutta SB sitt resultat for perioden 01.01.16 til 30.06.16. Her har vi en enkel oversikt over hvordan Østersguttas pengeflyt har vært i perioden. Hele driftsresultatet innebærer kostnader som utlegg for diverse artikler vi ansatte har gått til innkjøp av til bedriften, leverandørkostnader og analysekostnader. Inntekter vi har i perioden er kun innbetalinger i form av sponsorpenger og premiepenger. Ut fra resultatet i rapporten kan vi se at vi sitter igjen med et godt overskudd.

## Resultatrapport

Østersgutta Studentbedrift  
916091087

Regnskapsår: 01.01.2016 - 31.12.2016

Gjelder periode: 01.01.2016 - 31.12.2016

	Periode	Akkumulert
Driftskostnader	-10 637,50	-10 637,50
<b>Driftsresultat</b>	<b>-10 637,50</b>	<b>-10 637,50</b>
<b>Ordinært resultat før skatt</b>	<b>-10 637,50</b>	<b>-10 637,50</b>
<b>Ordinært resultat</b>	<b>-10 637,50</b>	<b>-10 637,50</b>
Ekstraordinaere poster	29 247,00	29 247,00
<b>Årsresultat</b>	<b>18 609,50</b>	<b>18 609,50</b>

## Balanserapport

I balanserapport for perioden 01.01.16 til 30.06.16 kan vi se at vi er i balanse ved periodens slutt ved at det ikke kommer fram noen avvik i rapporten. Vi har ingen varebeholdning på dette tidspunktet. Alle liggende utgifter fra leverandører er betalt og alle midlene vi sitter på per i dag inngår i bedriftens egenkapital.

9.5.2016 Printing Masterpage

### Balanserapport

Østersgutta Studentbedrift  
916091087  
Regnskapsår 01.01.2016 - 31.12.2016  
Gjelder periode: 01.01.2016 - 31.12.2016

	Ved periodens begynnelse	Endring	Ved periodens slutt
<b>EIENDELER</b>			
Omløpsmidler	0,00	18 609,50	18 609,50
<b>SUM EIENDELER</b>	<b>0,00</b>	<b>18 609,50</b>	<b>18 609,50</b>
<b>EGENKAPITAL OG GJELD</b>			
<b>Egenkapital</b>			
Udisponert resultat	0,00	-18 609,50	-18 609,50
Udisponert resultat	0,00	-18 609,50	-18 609,50
<b>Sum egenkapital (inkl. udisp. resultat)</b>	<b>0,00</b>	<b>-18 609,50</b>	<b>-18 609,50</b>
<b>Gjeld</b>			
<b>Sum gjeld</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>SUM EGENKAPITAL OG GJELD</b>	<b>0,00</b>	<b>-18 609,50</b>	<b>-18 609,50</b>
<b>Avvik</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Utskrevet av Thomas Åkerholm Bjerke 09.05.2016 20:08:56 Visma eAccounting

## Budsjett

Her har vi lagt opp et budsjett som gir oss en innsikt i periodens plan for hva vi skal bruke penger på. I tillegg sier det oss hvordan vi skal tjene penger. Under posten «Andre innbetalinger» har vi budsjettert i Februar kr 4 000 fra Sparebanken Møre, og under samme post har vi i Mars budsjettert kr 30 000 fra Prototypefondet. Vi har også budsjettert salgsinntekter på kr 21 000 i Mai og kr 38 500 i Juni. Hele budsjettet er lagt opp til å være realistiske etter hva vi har forventet i den gitte perioden. Med tanke på at vi er en studentbedrift har vi her kun tatt med de faktiske utgiftene vi så for oss at vi kom til å ha i perioden Vi har også foretatt en detaljert finansieringsplan og utfyllende salgsbudsjett det er skrevet om tidligere i oppgaven under *Seksjon 2: Forretningsplan* ved kapittel for Økonomisk Analyse.

BUDSJETT	Jan	Feb	Mars	Apr	Mai	Jun
Salgsinntekter					21000	38500
Andre innbetalinger		4000	30000			
<b>Sum Inntekt</b>	0	4000	30000	0	21000	38500
Vareleverandører					1200	
Lønninger						20000
Kontorrekvisita	200	100	100	100	100	
Reiser			1500	2500	2500	2500
Markedsføring/ Reklame		1500	300	300	300	
Analyse/testing				10000	10000	
Rensing					11300	20050
Frakt til rensestasjon					800	800
Søknader/dokumentasjon			5000			
Utstyr til høsting			2500			
<b>Sum kostnader</b>	200	1600	9400	12900	26200	43350
<b>Resultat per måned</b>	-200	2400	20600	-12900	-5200	-4850
					Resultat ved avikling	-150

## Likviditetsbudsjett

(Her er tall oppdatert med faktiske tall for å holde likviditetsbildet mest mulig realistisk).

Ved slutten av Februar kom vi ut med en negativ likviditetsbeholdning, dette er av den grunn at vi ikke hadde anskaffet oss noen form for kapital, mens vi derimot hadde startet med innkjøp av diverse artikler. Påfølgende måned har vi en positiv likviditetsbeholdning, dette fordi vi fikk utbetaling fra Prototypefondet (sponsingen fra Prototypefondet ble ikke på kr 30 000 som vi budsjetterte med i starten av året, men er oppdatert med den faktiske summen på kr 22 247). Videre har vi en positiv likviditetsbeholdning da vi ikke har hatt høyere utgifter de neste månedene enn saldoen på bedriftskontoen.

Det kan også nevnes at under posten «Andre innbetalinger/sponsor» for Mai har vi en utbetaling fra Sparebanken Møre på kr 4 000, kr 3 000 i form av premiepenger fra fylkesmessa og kr 2,67 som renteinntekt. Ved utførte salg som ført i budsjettene vil vi ha en svært positiv likviditetsbeholdning ved avvikling av studentbedriften.

	Kilder	Jan	Feb	Mars	Apr	Mai	Jun
Innbetalinger på salg	Salgsbudsjett					21000	38500
Andre innbetalinger/sponsor				22247		7002,67	
<b>SUM INNBETALINGER</b>		0	0	22247	0	28002,67	38500
Vareleverandører	Innkjøpsbudsjett						
Porto/toll						480	
Reiser				545			
Markedsføring/ Reklame			655	297			
Analyse/testing					7805		
Diverse utbetalinger				100			
Utstyr/innventar				2500	129		
Frakt til rensestasjon						700	700
Rensing						11300	20050
Søknader/dokumentasjon				5000			
<b>SUM UTBETALINGER</b>		0	655	8442	7934	12480	20750
Likviditetsbeholdning ved månedens begynnelse			0	-655	13150	5216	20738,67
Likviditetsendring		0	-655	13805	-7934	15522,67	17750
Likviditetsbeholdning ved månedens slutt		0	-655	13150	5216	20738,67	38488,67

## System for håndtering av bilag

Østersgutta har valgt å benytte seg av en digital form for bilagshåndtering. Vi har brukt Visma sitt regnskapsprogram e-accounting. Dette er et program som gjør det enkelt å håndtere bilag på en oversiktlig måte samt at det automatisk regner ut resultat og balanse. Metoden som er brukt for utlegg er utleggsskjema, der den som har stått for utlegget fyller inn informasjon om hva som er kjøpt, hvor det kjøpt og legger ved kvittering. Disse skjemaene blir så brukt for å bokføre utleggene i e-accounting slik at vi får full oversikt over alle utleggsbilag.

Der det har vært nødvendig for de ansatte i bedriften å foreta kjøp på vegne av bedriften, har vi opprettet et system for utlegg gjort av de ansatte. Der de den ansatte som har gjort utlegg fyller ut et utleggsskjema med nødvendig informasjon om å bli tilbakebetalt beløpet. [Vedlegg 1,2,3] Alle bilag for kjøp og salg er lagt i egen bilagsperm slik at vi har full oversikt selv om vi sitter uten strøm og internett. Se billagsliste.

### Bilagsliste

Østersgutta Studentbedrift  
916091087

Regnskapsår: 01.01.2016 - 31.12.2016

Gjelder periode: 01.01.2016 - 31.12.2016

Bilag	Dato	Beskrivelse / Konto	Type	Debet	Kredit
<b>A 1</b>	<b>12.04.2016</b>	<b>Prototypefond</b>	<b>Øvrig innskudd</b>		
		1920 Bankinnskudd		22 247,00	
		8400 Ekstraordinær inntekt			22 247,00
<b>A 2</b>	<b>04.05.2016</b>	<b>Sparebanken Møre</b>	<b>Øvrig innskudd</b>		
		1920 Bankinnskudd		4 000,00	
		8400 Ekstraordinær inntekt			4 000,00
<b>A 3</b>	<b>03.05.2016</b>	<b>Møre og Romsdal fylksekommune</b>	<b>Øvrig innskudd</b>		
		1920 Bankinnskudd		3 000,00	
		8400 Ekstraordinær inntekt			3 000,00
<b>A 4</b>	<b>05.04.2016</b>	<b>Leverandørfaktura fra 2 UPS Norway AS, 24521901</b>	<b>Leverandørfaktura</b>		
		2400 Leverandørgjeld			480,00
		6110 Toll og spedisjonskostnader		480,00	
<b>A 5</b>	<b>12.04.2016</b>	<b>Leverandørfaktura fra 1 Eurofins, 44016001304</b>	<b>Leverandørfaktura</b>		
		2400 Leverandørgjeld			7 805,00
		6730 Analyse av råvarer		7 805,00	



<b>A 6</b>	<b>15.04.2016</b>	<b>Utlegg østerskniv (korrigert av bilag A16 av Thomas Åkerholm Bjerke, 09.05.2016)</b>	<b>Innkjøpskvit.</b>
		1920 Bankinnskudd	129,00
		1270 Verktøy	129,00
<b>A 7</b>	<b>25.02.2016</b>	<b>Utlegg Østersgutta t-skjorter</b>	<b>Innkjøpskvit.</b>
		1920 Bankinnskudd	334,00
		6570 Arbeidsklær og utstyr	334,00
<b>A 8</b>	<b>26.02.2016</b>	<b>Utlegg visitkort til Østersgutta</b>	<b>Innkjøpskvit.</b>
		1920 Bankinnskudd	312,00
		6800 Kontorrekvisita (Res)	312,00
<b>A 9</b>	<b>18.03.2016</b>	<b>Utlegg opprettelse av nettside</b>	<b>Innkjøpskvit.</b>
		1920 Bankinnskudd	297,00
		6810 Datakostnad	297,00
<b>A 10</b>	<b>09.05.2016</b>	<b>Reise, tilbakebetaling (korrigert av bilag A11 av Thomas Åkerholm Bjerke, 09.05.2016)</b>	<b>Øvrig uttak</b>
		1920 Bankinnskudd	732,50
		7090 Annen kostnad transportmidler	732,50
<b>A 11</b>	<b>09.05.2016</b>	<b>Korrigerig av bilagsnr. A10, Reise, tilbakebetaling</b>	<b>Øvrig uttak</b>
		1920 Bankinnskudd	732,50
		7090 Annen kostnad transportmidler	732,50

<b>A 12</b>	<b>09.05.2016</b>	<b>Utlegg for reise</b>	<b>Øvrig uttak</b>
		1920 Bankinnskudd	732,50
		7090 Annen kostnad transportmidler	732,50
<b>A 13</b>	<b>09.05.2016</b>	<b>Utlegg reise</b>	<b>Øvrig uttak</b>
		1920 Bankinnskudd	548,00
		7090 Annen kostnad transportmidler	548,00
<b>A 14</b>	<b>27.04.2016</b>	<b>Betaling til 1 Eurofins, 44016001304</b>	<b>Utbetaling</b>
		2400 Leverandørgjeld	7 805,00
		1920 Bankinnskudd	7 805,00
<b>A 15</b>	<b>02.05.2016</b>	<b>Betaling til 2 UPS Norway AS, 24521901</b>	<b>Utbetaling</b>
		2400 Leverandørgjeld	480,00
		1920 Bankinnskudd	480,00
<b>A 16</b>	<b>15.04.2016</b>	<b>Korrigerering av bilagsnr. A6, Utlegg østerskniv</b>	<b>Innkjøpsvit.</b>
		1920 Bankinnskudd	129,00
		1270 Verktøy	129,00
<b>A 17</b>	<b>15.04.2016</b>	<b>Utlegg østerskniv</b>	<b>Innkjøpsvit.</b>
		1920 Bankinnskudd	129,00
		6510 Håndverktøy	129,00

# Vedlegg

## Vedlegg 1: Utleggskjema - Østerskniv



-Smak med omtanke

Betalt

Betalt

Bilag ved refusjon ved utlegg for Østersgutta SB.  
Fyll ut rubrikkene og stift kvitteringsbilag(ene) til arket.

Navn

DENNIS BOGEN

Kontonummer 1201 05 14469

Adresse

Sted/dato Ålesund 15/4-16

Signatur

Dennis Bogen

**TRAKTØREN**  
KJØKKENUTSTYR

KONGENSGATE 14 - 6002 ÅLESUND  
Telefon: 70 13 38 00  
Org.nr: 987 079 568 mva

REG CAROLA 15-04-2016 11:40 057446  
CAROLA

1 MATVERKTØY	129.00
TOTALT	129.00
BANKKORT	129.00

MOMSGR. LAG 25%	103.20
MOMS 25%	25.80

TAKK FOR HANDELEN - VELKOMMEN IGJEN!  
Ordinære varer kan byttes til andre  
varer eller til tilgodelapp.  
Dep. etter avtale. Salgsvarer byttes ikke  
BAX: 227498-71017564  
15/04/2016 11:40

BankAxept  
\*\*\*\*\*44691-6  
AID: D5780000021010  
TVR: 8000048000  
TSI: 6800  
REF: 426 083898036955  
RESP: 00 GODKJENT

NOK= 129,00

nr:

kr 129,-

st. Vedleg

kr 129,-

budsjettkonto

Anvist

**Vedlegg 2: Utleggskjema – T-skjorter med profilering**

-Smak med omtanke

Betalt

betalt

Bilag ved refusjon ved utlegg for Østersgutta SB.  
Fyll ut rubrikkene og stift kvitteringsbilag(ene) til arket.

Navn

DENNIS BOGEN

Kontonummer 1201 05 14469

Adresse


APOTEKERGT 4

Sted/dato 25/02-16 Ålesund

Postadresse

6004, ÅLESUND

Signatur



Oversikt over utlegg beskrives her:

Utlegg for 5 stk T-skjorter m/logo "Østersgutta"

fil kr 334,- totalt

Totalt beløp som skal refunderes ihht. Vedleg

kr 334,-

Beløpet føres og trekkes Østersgutta budsjettkonto

Sted/dato

Anvist

### Vedlegg 3: Utleggskjema – Visitkort



-Smak med omtanke

Bokført  
betalt

Bilag ved refusjon ved utlegg for Østersgutta SB.  
Fyll ut rubrikkene og stift kvitteringsbilag(ene) til arket.

Navn

Thomas A. Bjørke

Adresse

Øvregata 20

Postadresse

6004 ÅLESUND

Oversikt over utlegg beskrives her:

Utlegg for visitkort til alle ansatte

Totalt beløp som skal refunderes ihht. Vedleg

kr 312,-

Beløpet føres og trekkes Østersgutta budsjettkonto

Sted/dato

Anvist

Jon  
Kjø  
602  
NO

**JONS KONTOR AS**  
KJØPMANNSGAT  
ÅLESUND

Dat:  
Op:  
Kvit

Bax: 13688974-485087

Kop  
1

BankAxept \*\*\*\*\*96860-2 2,00  
AID: D5780000021010  
TVR: 8000048000

Ante  
Sur 9,60  
Tota 2,00

26/02/2016 14:34  
Ref.: 316893 441560 IA1

Mva Resp.: 00 utto

25 KJØP 312,00  
NOK

Bank GODKJENT 2,00

Kontonumm TAKK FOR BESØKET  
VELKOMMEN IGJEN

Sted/dato Ålesund, 26.02.16

Signatur *de*

Thomas A. Bjørke



## 6. Produksjon og kvalitetssikring



## Innholdsfortegnelse

<b>Proessen frem mot høstetillatelse .....</b>	<b>2</b>
Relevant lovgivning .....	2
<b>Oppsummering regelverk .....</b>	<b>2</b>
Forskrifter .....	3
Merking.....	3
Formalia .....	3
Innhøsting.....	3
Levering.....	4
<b>Registrering hos mattilsynet .....</b>	<b>4</b>
<b>Klassifisering av området .....</b>	<b>4</b>
<b>Midlertidig høstetillatelse.....</b>	<b>5</b>
<b>Prøvetaking av stillehavsøsters .....</b>	<b>6</b>
<b>Kartlegging av høstelokasjon.....</b>	<b>7</b>
Punktkilder, pumpestasjoner og overløp .....	7
Bebyggelse.....	9
Landbruk.....	9
Bekker, elver, utløp, våtmark.....	9
Strømforhold, sirkulasjonsmønster.....	9
Båttrafikk/bading .....	10
<b>Kart.....</b>	<b>11</b>
<b>Fiskemottak .....</b>	<b>11</b>
<b>Rensestasjon.....</b>	<b>12</b>
<b>Ekspedisjonssentral .....</b>	<b>13</b>
<b>Distribusjon .....</b>	<b>13</b>
<b>Prøveresultater.....</b>	<b>14</b>
<b>Produksjon .....</b>	<b>16</b>
<b>Lokasjon: Mefjorden.....</b>	<b>16</b>
<b>Høstemetoder .....</b>	<b>17</b>
<b>Nødvendig utstyr .....</b>	<b>18</b>
<b>Isoporkasser fra Vartdal Plast .....</b>	<b>19</b>
<b>HMS under høsting .....</b>	<b>19</b>
<b>Testing av skjell under høsting .....</b>	<b>20</b>
<b>Kvalitetssikring .....</b>	<b>21</b>
<b>Internkontroll.....</b>	<b>21</b>
Steg 1: Klassifisering av område for høsting av stillehavsøsters.....	22
Steg 2: Søknad om høstetillatelse. ....	23
Steg 3: Høsting av stillehavsøsters.....	23
Steg 4: Pakking av stillehavsøsters før frakt til rensestasjon.....	24
Steg 5: Frakt til rensestasjonen.....	25
Steg 6: Rensing ved godkjent rensestasjon.....	25
Steg 7: Frakt fra rensesentral.....	26
Steg 8: Levering hos kunde .....	26
Andre rutiner.....	26
<b>Prosesstyringsprosedyre etter ISO 9002 .....</b>	<b>29</b>
<b>Bibliografi .....</b>	<b>34</b>
<b>Vedlegg .....</b>	<b>35</b>
Vedlegg 1: Rapport om miljøgifter fra Sandefjord Kommune.....	35
Vedlegg 2: Bekreftelse fra Skagerakfisk .....	36
Vedlegg 3: Kontrakt med Sunnhordland Havbruk .....	37
Vedlegg 4: Prøveresultater fra Eurofins .....	38
Vedlegg 5: Relevant lovgivning for Østersgutta, (Lovdata, 2016).....	44
Vedlegg 6: Godkjenning av Vartdal-kasser .....	55

# Produksjon og Kvalitetssikring

## **Proessen frem mot høstetillatelse**

I denne seksjonen skal vi forklare i detalj alle de aktiviteter vi måtte gjennom for å oppnå tillatelse for å høste opp Stillehavsøstersen. Dette var en langtekkelig prosess som vi har lært mye av.

Vi startet med å lese oss grundig gjennom regelverket, og dra ut det som var relevant for oss. Ingen av oss har noe juridisk erfaring, og uten hjelp fra Mattilsynet hadde vi slitt med å finne frem i et hav av forskrifter, lover og regler.

## ***Relevant lovgivning***

Fra Mattilsynet fikk vi klar beskjed: For kunne drive vår bedrift måtte vi sette oss grundig inn i lovverket som er relevant for oss. Dette har vi gjort, og dette avsnittet skal vi trekke ut hva slags lovverk som er relevant for oss som næringsmiddelprodusent. Se vedlegg 5 for utdypet regelverk.

## **Oppsummering regelverk**

For oss er dette lovgivning som styrer hvordan vi skal drive vår bedrift. Hvis vi ikke følger dette kan vi motta bøter og straff. Vi har plikt til å varsle myndighetene i en situasjon hvor vi tror at våre varer kan være helseskadelige, og samme ved en eventuell sykdom blant våre østers. I en slik situasjon må vi sette i gang strakstiltak for å hindre skadevirkninger.

All vår drift skal være hygienisk forsvarlig. Alle våre ansatte skal ha den nødvendige kompetanse for å jobbe i næringen. Samtidig må vår merking og markedsføring av produktene ikke være villedende. Mattilsynet kan når som helst dukke opp hos oss og passe på at våre rutiner er forsvarlige. Det er forbudt å omsette et næringsmiddel som ikke anses for å være trygt.

Vi har plikt til å drive en internkontroll av vår drift. Vår internkontroll skal inneholde





alle punkter nevnt ovenfor i forskriften om internkontroll.

### **Forskrifter**

Forskrift om næringsmiddelhygiene stiller krav til vår produksjon, oppbevaring og frakt. I tillegg til dette kommer frakt og særskilte bestemmelser for lett bedervelige næringsmidler som østers. Den tilhørende forordningen stiller krav til prøvetaking og matsikkerhet, samt viser til HAACP-prinsippene. Dette reglementet innebefatter også regler for eksport, som kan bli viktige for oss i fremtiden.

### **Merking**

Vi har krav til å merke våre varer. Fiskerivarer som transporteres i bulk trenger ikke spesifikk merking så lenge den medfølgende dokumentasjonen følger reglementet. Merket skal være lett leselig og ikke kunne slettes, og bestå av tydelige tegn. Det skal være godt synlig for vedkommende myndigheter. Merket skal angi staten der virksomheten ligger, samt virksomhetens godkjeningsnummer. Etiketten skal være vannfast, og inneholde artsnavn på både vitenskapelig navn og landets språk. Holdbarhetsdatoen skal merkes «*Disse dyrene skal være levende på salgstidspunktet*»

### **Formalia**

Regelverket for levende muslinger sier oss en hel del ting som vi må være observante på. All stillehavsøsters må gjennom en ekspedisjonssentral, som i vårt tilfelle vil være Trond Sveens rensesentral. Et registreringsdokument skal sendes med fra produksjon til ekspedisjonssentral, og skal inneholde produsentens navn og adresse, innhøstingsdatoen, produksjonsområdets beliggenhet, produksjonsområdets helsetilstand, art og mengde, samt partiets bestemmelsessted. Registreringsdokumentet skal oppbevares i minst 12 måneder.

Vi kan bare høste fra lokasjoner hvor myndighetene har klassifisert området. Bare A-klassifisering kan selges direkte til konsum. Klassifisering B eller C kan bare selges etter å ha gått gjennom en rensesentral.

### **Innhøsting**

Innhøstingsmetoder skal ikke føre til videre forurensing eller skade av skjellet som kan påvirke skjellets egnethet til å renses og selges videre. Vi har plikt til å



beskytte skjellene mot knusing, skraping eller vibrasjoner eller utsette dem for ekstreme temperaturer.

Levende muslinger skal oppfylle visse helsestandarder. De skal være friske og levedyktige. Skallene skal være rene, reagerer normalt på banking og har normal mengde kappevann. De skal også ikke inneholde marine biotoksiner, i tillegg til å opprettholde de mikrobiologiske kriteriene.

### **Levering**

Det finnes krav også til innpakking. De skal innpakkes med det konkave skallet ned. Alle kolli som forlater ekspedisjonssentral skal være lukket og forbli lukket til sluttforbruker mottar varen. Levende muslinger skal ikke sprøytes eller senkes ned i vann etter de er sendt fra ekspedisjonssentralen. (Lovdata, 2016)

### **Registrering hos mattilsynet**

Alle virksomheter som skal drive med omsetning av næringsmidler må registreres i mattilsynets database. Dette var en utfordring for oss, fordi en studentbedrifts organisasjonsnummer ikke er godkjent for å registreres via Altinn i slike databaser.

Vi måtte ringe mye rundt for å få endret våre roller i Altinn, og etter mye om og men fikk vi til slutt tak i riktig person hos Altinn som fikk endret Daglig leders rolle i Altinn fra kontaktperson til daglig leder for virksomhet.

### **Klassifisering av området**

Den første utfordringen vi hadde for å få til en høstetillatelse er å klassifisere området vi skulle høste i. En slik klassifisering er aldri før blitt gjort i området vi skal høste i.

Mattilsynet kan gi oss en permanent klassifisering av et område. Dette krever prøvetaking tatt hver måned i 12 måneder for å få frem årsvariasjoner. Denne typen klassifisering er uegnet for oss fordi vi som studentbedrift ikke har den nødvendige tid eller kapital for å gjennomført en slik prosess.



Mattilsynet kan gi oss tre typer klassifiseringer. En A-klassifisering av området krever svært gode verdier av både E.coli og tungmetaller gjennom et helt år. I et område som kan A-klassifiseres skal det ikke forekomme noe fekal forurensning. Stillehavsøsters høstet i et A-klassifisert område kan selges direkte til konsum. Ingen av lokasjonene hvor det finnes store mengder Stillehavsøsters i Norge har egenskapene til en A-klassifisering. I et A-klassifisert område vil det være svært få punktutslipp og nesten ingen bebyggelse og landbruk.

En B- klassifisering har akseptable nivåer av algetoksiner, E.coli og tungmetaller. Stillehavsøsters høstet i et B-klassifisert område skal sendes til rensestasjon hvor det skal ligge i UV-filtrert vann i opptil tre uker. Dette er klassifiseringen vi mest sannsynlig får i området vi skal høste i.

En C-klassifisering forekommer bare i svært sjeldne tilfeller, og må leveres til rensing i svært lang tid eller gjøres om til hermetikk. Svært få områder i Norge vil kunne få denne klassifiseringen. Dette er områder med mange punktutslipp og dårlige verdier av E.coli og tungmetaller.

### **Midlertidig høstetillatelse**

Mattilsynet kan også gi en midlertidig klassifisering og høstetillatelse, som vil gi oss mulighet for å høste opp så mange østers som mulig i en to ukers periode. Dette er tillatelsen vi vil få til. Dette på bakgrunn av at dette vil være et optimalt prøveprosjekt for oss, hvor vi kan se om våre rutiner og teknikker gir et tilfredsstillende resultat. I tillegg til dette er det kostnadsbesparende og gir oss en god plattform og jobbe videre fra senere.

For å oppnå den midlertidige klassifiseringen er det en del ting vi må gjennomføre. For det første må vi kartlegge området vi har sett oss ut å høste i. Det må tas prøver av skjellene for å vise om det er E. Coli , algetoksiner og eventuelle tungmetaller i dem. Vi kommer tilbake til dette i senere avsnitt.

## Prøvetaking av stillehavsøsters

For å få denne midlertidige høstetillatelsen må vi ta stillehavsøstersen gjennom flere tester. Vi har valgt å gjøre dette via et firma kalt Eurofins. Eurofins har lokaler både i Ålesund og i Moss, noe som er perfekt for oss. Det er kort avstand fra både høstelokasjon og NTNU i Ålesund.

Den ene testen vi må gjøre er en E.coli test. E.coli kan spre seg ut i vannet via landbruk og punktutslipp fra kloakk og lignende. Denne testen skal gjøres to ganger for å klassifisere området. For analysering av E.coli er det Donovan-metoden ISO TS 16649-3 som skal brukes.

- En A-klassifisering krever e.coli nivåer på under 230 MPN (most probable number) per 100 gram kjøtt og kappevann.
- En B-klassifisering krever 90% av prøvene er under 4600 MPN per 100g kjøtt og kappevann og at 10% av prøvene er under 46000 MPN per 100 gram kjøtt og kappevann.
- En C-klassifisering krever under 46000 MPN per 100 gram kjøtt og kappevann

Den andre testen vi må gjennomføre er av tungmetaller i kjøttet. Her kreves det at vi er under riktige nivåer av kvikksølv, kadmium, bly og polyaromatiske hydrokarboner (diverse giftige og kreftfremkallende stoffer). Dette kreves for klassifiseringen av området. Verdiene som kreves er som følger:

- Kadmium, Cd: 1,0 mg/kg skjellmat
- Kvikksølv, Hg: 0,50 mg/kg skjellmat
- Bly, Pb: 1,5 mg/kg skjellmat
- PAH: 10 µg/kg skjellmat

Dette er dessverre ganske kostbare tester, men vi har fått gode priser av Eurofins. Både mattilsynet og Eurofins har gjort denne prosessen lettere for oss ved god veiledning.

## Kartlegging av høstelokasjon

Et krav fra mattilsynet er at vi må kartlegge området vi skal høste i. Dette kreves for å klassifisere området. Bakgrunnen for at en kartlegging trengs er at man burde være klar over all potensiell forurensing. Det som skal være med i kartleggingen er:

- Punktkilder, pumpestasjoner, overløp
- Bebyggelse
- Landbruk
- Bekker, elver, utløp, våtmark
- Strømforhold, sirkulasjonsmønster
- Båttrafikk
- Bading

Vi har vært i kontakt med teknisk avdeling hos Sandefjord kommune for å få hjelp til denne kartleggingen. De ga oss mye informasjon som vi kunne bruke. Noen av ressursene vi har brukt for å kartlegge området er:

- [www.vannmiljo.miljodirektoratet.no](http://www.vannmiljo.miljodirektoratet.no). Dette er en karttjeneste som miljødirektoratet har. Her finnes blant annet oversikt over vannovervåkingslokaliteter og miljøpåvirkninger som avløpsanlegg, industribedrifter, samt mye annen nyttig informasjon.
- [www.gardskart.skogoglandskap.no](http://www.gardskart.skogoglandskap.no). Dette er en side som gir en oversikt over landbrukslokaliteter i hele Norge.
- Miljørapporter fra Sandefjord Kommune.
- I tillegg til denne informasjonen har vi stor lokalkunnskap i området.

### ***Punktkilder, pumpestasjoner og overløp***

Her brukte vi vannmiljøkartet fra miljødirektoratet samt en gjennomgang av rapporter fra Sandefjord Kommune.

Den største miljøtrusselen for oss er Kastet miljøstasjon som vi i senere avsnitt vil redegjøre ytterligere. Dette er det eneste punktutslippet som er av stor betydning,

og også det eneste industrianlegget i hele fjorden.

(www.vannmiljo.miljodirektoratet.no, n.d.) Sandefjord kommune hadde sin siste testing av miljøstasjonen i 2005. Dette ble gjort på bakgrunn av å være sikker på at Miljøstasjonen hadde akseptable nivåer av diverse giftstoffer. Det viste seg ved analyser at Kastet miljøstasjon hadde akseptable nivåer av alle giftstoffer som ble analysert. [Vedlegg 2]

I den samme rapporten fra 2005 står det klart og tydelig :

*“Det er ikke noe renseanlegg tilknyttet Mefjorden, utslippene av avløpsvann til Mefjorden skyldes derfor overløpssituasjoner på avløpsnett og i pumpestasjoner, og utslipp fra private avløpsanlegg med utilfredsstillende løsninger. Det er heller ikke kjente utslipp fra bedrifter i Mefjorden*

Haslebekken renner ut i Mefjorden helt inne ved kastet. Det er et stort overløp som er tilknyttet denne bekken hvor over 4000 personer var tilkoblet inntil nylig. Deler av avløpsnett er imidlertid nå i ferd med å bli sanert, utslippene vil derfor bli lavere i fremtiden.” (Sandefjord Kommune, 2005)

Fortsettes:

*”Fra Kastet, Gjekstad og Ormestadvika er det også overløpssituasjoner på avløpsnett som under visse forhold vil føre avløpsvann ut i Mefjorden. Det er trolig i situasjoner med mye nedbør at de største utslippene forekommer”*  
(Sandefjord Kommune, 2005)

Dette er en trussel vi burde være klar over, og i perioder med mye nedbør kan det være en fordel med ekstraordinære prøver av E.coli.

Angående andre punktutslipp i området har vi fått bekreftet av teknisk avdeling i Sandefjord Kommune at kastet miljøstasjon er eneste punktutslipp av betydning i fjorden. Det kan finnes noen få sanitærløsninger brukt av private som ikke er tilfredsstillende, men ifølge teknisk avdeling er dette såpass lite at vi kan se bort fra det.

## **Bebyggelse**

Her har vi laget en oversikt over all bebyggelse i området, både fastboende eiendommer og hyttebebyggelse. (Se grønt areal kart)

I kontakt med teknisk avdeling hos Sandefjord Kommune har vi fått opplyst at overløpssituasjoner fra bebyggelse er svært uvanlig. Det kan som nevnt ovenfor være i perioder med mye nedbør.

## **Landbruk**

Alt landbruksareal har vi markert med rød farge i kartet vi har laget. Vi har brukt data fra [gardskart.skogoglandskap.no](http://gardskart.skogoglandskap.no). (Gårdskart, 2016) Tilførsel av næringsmidler/giftstoffer, samt at overløp fra gårdsdyr fra landbruk kan være en trussel for oss. Teknisk avdeling hos Sandefjord Kommune mente at dette ikke burde være noe problem og vi har også fått det bekreftet fra rapporten som ble gjort i 2005:

*"Nedbørsfeltet til Mefjorden er i størrelse under halvparten av Sandefjordsfjorden nedbørsfelt, og består av en blanding av dyrket mark, skog og harde flater som veier og bygninger. Tilførsel av næringsstoffer som avrenning fra dyrket mark er derfor en god del mindre enn for Sandefjordsfjorden"* (Sandefjord Kommune, 2005)

## **Bekker, elver, utløp, våtmark**

Det er en stor bekk som renner ut i Mefjorden, og tre små bekker. Disse er markert med blå streker i kartet. Det er ingen store elver i området, og heller ingen våtmark. ([www.vannmiljo.miljodirektoratet.no](http://www.vannmiljo.miljodirektoratet.no), n.d.)

## **Strømforhold, sirkulasjonsmønster**

Her finnes det lite data i Mefjorden. Vi har fått vite av Teknisk avdeling hos Sandefjord Kommune at det med stor sannsynlighet er såpass enkelt som dette:

- Fra lavvann til høyvann vil vannmassene trekke seg innover i fjorden.
- Fra høyvann til lavvann vil vannmassene trekke seg ut av fjorden.



Dette blir underbygget av rapporten fra 2005: "Vannutskiftningen er trolig god i begge fjordene"(Mefjorden og Sandefjordsfjorden) (Sandefjord Kommune, 2005)

### ***Båttrafikk/bading***

I Mefjorden er det for det meste privat båttrafikk som foregår i sommerhalvåret. Det er flere båt plasser for private båter. Ormestadvika, Djupsund og Strand leirsted er de mest aktuelle.

Det er også noen få fiskebåter som opererer i området, men dette er svært begrenset.

Vi har markert de lokale bade plassene som blir hyppig brukt i sommerhalvåret. De er markert med blå punkter i kartet. Eksempler på populære bade plasser er Ormestadvika, Storholmen og Strand leirsted.





All høsting og salg skal registreres hos Skagerak Fisk og hos Fiskeridirektoratet. Vi skal oppgi mengde og vekt av produktet som skal selges. Se vedlegg 2 for bekreftelse fra Skagerakfisk.

## **Rensestasjon**

For å få godkjent vår høstetillatelse kreves det en skriftlig kontrakt med en godkjent rensestasjon. Det vil si at filtrert og UV-behandlet sjøvann strømmer igjennom en rekke kar som inneholder Stillehavsøsters. Skjellene filtrerer dette rene vannet og renses derfor effektivt så lenge miljøet den oppbevares i er tilfredsstillende. Denne mellomlagringen skal vare i minimum 72 timer. Ved mistanken om norovirus er kravet 3 uker. Dette er ifølge regelverket. Trond Sveen hos Sunnhordland Havbruk er en av landets fremste eksperter innenfor temaet, og han har gjennom eksperimentering funnet ut at Stillehavsøstersene burde uansett ligge i rensestasjonen i minimum to uker.

Her har vi flere alternativer. Det første alternativet vi har er å bruke Sunnhordland Havbruks rensestasjon. Den er lokalisert utenfor Haugesund. Rensestasjonen er den eneste godkjente i Norge. Det positive med denne rensestasjonen er at Trond Sveen har svært god kompetanse innenfor temaet, samt god kontakt med mattilsynet. Sunnhordland Havbruk har også svært gunstig distribusjon og pakking fra rensestasjonen. Det negative med denne rensestasjonen er avstanden fra lokasjonen, samt en høy pris per østers.

Det andre er et alternativ som Frode Hoem Gellein i Flying Seafood har foreslått for oss. Via hans nettverk i Europa har han vært i kontakt med en Rensestasjon lokalisert i Belgia. Han har også sagt seg villig til å hjelpe oss med distribusjon fra lokasjon til rensestasjon. Det positive med denne rensestasjonen er at den gir et svært godt utgangspunkt for eksport til Europa, og en billigere pris enn hva Trond Sveen kan gi oss. Det negative er at denne avtalen kan føre til at Flying Seafood gjerne ville at vi skulle selge østersene direkte til rensestasjonen. Dette vil føre til at vi kan miste kontroll over mye av verdikjeden vår.



Vi har veid disse alternativene opp mot hverandre, og kommet frem til at Sunnhordland Havbruks rensestasjon er det beste alternativet for oss i prøveprosjektet vårt. Ved en fremtidig eksportsituasjon velger vi å ha den belgiske rensestasjonen i bakhodet.

Vi har inngått kontrakt med Sunnhordland Havbruk. Se vedlegg 3 for skriftlig kontrakt.

## **Ekspedisjonssentral**

En høstetillatelse krever også skriftlig avtale med en ekspedisjonssentral. Her har vi også flere muligheter.

Flying Seafood har gitt oss muligheten til å frakte østersene over hele Europa via deres kontaktnettverk. Dette er en gyllen mulighet for oss med tanke på fremtidig eksport.

Sunnhordland Havbruk har også en distribusjonsavtale fra deres renseanlegg inn til deres kunder i Oslo. De har gitt oss muligheten til å benytte oss av denne. I prøveprosjektet har vi kommet frem til at dette er den beste muligheten for oss.

## **Distribusjon**

Vi har skrevet en del om pakking og distribusjon tidligere, men her skal vi vise hvordan produktet vårt skal bli distribuert rundt i Norge.

Som vi kan se på kartet vi har laget skal produktet først transporteres fra høstelokasjon Mefjorden til Sunnhordland Havbruk nord for Haugesund. Her skal Sunnhordland havbruk sende produktet ferdig pakket til Oslo hvor våre grossistkunder vil ta det imot stillehavsøsters. Grossistene vil deretter sende produktet videre til deres kunder i Norge og Europa. Vi vil også ha mulighet for å

få sendt produktet til våre lokale kunder i Ålesundregionen.



Figur 2: Distribusjonskart (Scribblemaps.com, 2016)

Figuren over viser høstelokasjon (A), rensestasjon (B), eksportmulighet (C) og vårt kontor og eurofins (D)

### Prøveresultater

I samarbeid med Eurofins fikk vi tatt prøver av stillehavsøstersene den 28. Mars og den 12.april. Dette ble gjort i følge regelverket med to ukers mellomrom. I kommunikasjon over mail med Eurofins spesifiserte vi at vi skulle teste e.coli etter Donovan-metoden og de fire tungmetallene som er nevnt ovenfor.



Dessverre gikk ikke alt som det skulle. Den 25. April mottok vi rapporter fra Eurofins. Vi gjennomgikk prøvene med våre mentor i Møreforskning og hennes kolleger, og fikk vite at verdiene vi fikk var svært gode, men selv etter nøye instruksjon fra oss hadde de ikke brukt riktig metode for E.coli og manglet testing av PAH-tungmetallene. Vi fikk som forklaring av Eurofins at dette var gjort feil på grunn av dårlig kommunikasjon internt i bedriften. Se vedlegg 4 for prøvene vi fikk tilsendt.

Dette er et stort problem fordi at i dette regelverket er det ingen gråsoner. Ting må gjøres etter regelverket, hvis ikke får vi ikke klassifisert område eller skaffet høstetillatelse.

Eurofins var hele tiden klare på at de hadde gjort en feil, og ikke vi. De fortalte oss at de kunne ta de prøvene vi trengte på nytt, det eneste de trengte var mer prøvemateriale. Dette ble en utfordring for oss fordi høstelokasjonen er på andre siden av landet og vi hadde ikke planlagt å måtte ta dra ned for å ta flere prøver. Etter dugnadsarbeid fra familie og venner på Østlandet fikk vi sendt opp ferske stillehavsøsters til Ålesund den 5. Mai som vi skal gi videre til Eurofins avdeling i Ålesund den 9. Mai for testing. Vi håper på at denne utfordringen ikke skal stoppe oss, og at vi fortsatt skal få til å få en høstetillatelse før den muntlige eksamen 30. Mai.

## Produksjon

I denne delen av oppgaven skal vi gå litt nærmere inn på lokasjonen vi skal høste i og metodene vi skal bruke for å høste opp Stillehavsøstersen, samt rutineene vi skal lage for å sikre kvalitet i alle ledd i verdikjeden vår.

## Lokasjon: Mefjorden

Vi har valgt å bruke Mefjorden i Sandefjord for vår høstelokasjon. Hovedgrunnen til dette er at all Stillehavsøsters ligger på dyp inntil to meter, og dette betyr at all fangst av Stillehavsøsters må godkjennes av grunneier.



Figur 3: Utsikt Høstelokasjon

Heldigvis for oss har daglig leders familie landbruksrettigheter for en øy innerst i Mefjorden. Øyen heter Ormestadholmen og her kryr det av stillehavsøsters. Mefjorden er den fjorden i Norge med høyest antall Stillehavsøsters pr m<sup>2</sup>. Vi har også i kontakt med andre grunneiere i fjorden fått vite at vi når som helst kan komme og plukke hos dem også, dette er et problem de helst vil bli kvitt.



Som vi var inne på tidligere i oppgaven er også Mefjorden en fjord med svært lite forurensing. Det er ingen industri, relativt lite bebyggelse og landbruk, lite båttrafikk og gode sanitetsløsninger.

## Høstemetoder

I dette avsnittet skal vi skrive litt om hvordan vi skal høste opp østersene.

Høstingen vil foregå manuelt. Det vil si at vi som er med i gruppen går i strandkanten og plukker Østers. Vi skal ha et nett rundt livet så vi kan høste opp østersene og fortsatt holde de levende i vannet mens vi arbeider. Etter ferdig plukking/fullt nett skal østersene flyttes over i isoporkasser med lufting i bunn. I kassene vil det være fuktig treull og gel-ice som vil holde østersene i live i opptil flere uker. Østersene skal pakkes med den konkave siden ned. Deretter kan østersene føres over i egnet transportmiddel og fraktes til rensestasjonen.

En ting vi må være smertelig klar over er et hvis en stillehavsøsters er landsatt, kan den ikke legges tilbake i havet på bakgrunn av at dette er en invaderende art. Derfor må vi være ekstremt selektive i hva slags østers vi plukker. En død østers eller en østers som er for liten til å bli spist må ikke bli plukket opp under noen omstendighet. Det samme gjelder for alle østers vi ikke kan få solgt. Hvis vi ender opp med mange østers vi ikke får solgt kan det være kostbart og destruere dem.

Alle østers må rengjøres før de sendes til rensestasjon. Dette betyr at vi må børste av all skitt og biologisk materiale som har satt seg på østersen. Vi burde ha som mål at alle østers skal være delikate før de pakkes ned i Isoporkasser.

Som nevnt tidligere i oppgaven, all førstehånds omsetning av stillehavsøsters må gå gjennom Skagerakfisk og fiskeridirektoratet. Derfor er det svært viktig at vi teller hvor mange østers vi plukker opp og hvor mye de veier. Dette må noteres hver gang vi tar østers over i isoporkasser, og når isoporkassen er full skal den merkes med antall østers og vekt.

## Nødvendig utstyr

Alle i gruppen som skal delta på selve høstingen må ha våtdrakt, med tilhørende sko og hansker. Hvis vi høster i Mai er vanntemperaturen sjelden på over 10 grader, så dette er nødvendig. Våtdraktskoene bør være av god kvalitet med sterk såle, Stillehavsøstersene er svært skarpe og kan gi dype kutt. Hanskene bør også gi en viss beskyttelse, men samtidig gi god nok bevegelse til å selektere østersen effektivt. Vi trenger også nett som kan brukes til plukking. Dette kan vi lage selv eller kjøpe spesiallagde til fridykking.



Figur 4: Eksempel på godkjent utstyr

Vi trenger også en vekt vi kan bruke til å veie østersene. I tillegg til dette er det isoporkasser som ikke er lufttette, gel-ice og treull.

Når vi har pakket østersene i forsvarlig pakning, skal de fraktes over i egnet transportmiddel. Her skulle vi gjerne hatt en varebil som var eid av Østersgutta. Det har vi dessverre ikke kapital til så til prøveprosjektet vårt bruker vi en varebil eid av en av personene i gruppen. Ved god pakking av skjellene trengs det ikke å gjøres noen modifiseringer på denne bilen. Is



## Isoporkasser fra Vartdal Plast

Stillehavsøstersen vi høster skal fraktes videre i isoporkasser. Vi har fått sponset 50 stykk isoporkasser fra Ålesunds-firmaet Vartdal Plast av god kvalitet. Vartdal plast er et firma som spesialiserer seg på emballasje til blant annet fisk.

Kassene er av type ekspanderbar polystyren(EPS) som er et allsidig, lett materiale. Kassene er utstyrt med dreneringshull i bunnen som gjør at østersen holder seg i live lenger. Dette på bakgrunn av at østersen får oksygen gjennom hullene, og vannet som renner av treullen renner ut gjennom hullene. Kassene fra Vartdal Plast er i tråd med emballasjekonvensjonens regler om helsemessig sikker næringsmiddelemballasje. (Se vedlegg 6)

## HMS under høsting

Vi har gjort en HMS-analyse for å undersøke hvilke faremomenter det er under høstingen. Gjennom denne HMS-analysen ønsker vi å belyse hendelser som kan oppstå og tiltak for redusere risikoen.

Hendelse	Risikonivå	Tiltak
Kutt fra skarpe Stillehavsøsters	Høy	Bruke beskyttelsesutstyr samt ha førstehjelpsskrin tilgjengelig.
Kutt fra verktøy	Middels	Bruke beskyttelsesutstyr samt ha førstehjelpsskrin tilgjengelig.
Forfrysning	Høy	Bruke egnet utstyr
Drukning	Lav	Ha redningsvester tilgjengelig
Ryggskader fra bæring av kasser	Middels	Bruke god løfteteknikk og samarbeide

Som vi har nevnt under nødvendig utstyr, er stillehavsøstersene svært skarpe og kan fort gi dype kutt. Alle ansatte som deltar i høsting skal ha sko som er egnet med tykk såle for beskyttelse. Av samme grunn er hansker også nødvendig. Alle som høster skal ha egnete vådrakthansker med beskyttelse. Under pakking og veiing er gode arbeidshansker nødvendig. Risikonivået blir vurdert som høyt.

Vannet er svært kaldt i perioden vi kan høste og tykk vådrakt eller tørrdrakt er en nødvendighet. I verste fall kan man få frostskaader med feil utstyr. Drukning er også et faremoment. Risikonivået er vurdert som høyt. En drukningsulykke kan også oppstå. Vi vurderer derimot risikonivået som lavt, men vi vil ha redningsvester tilgjengelig.



Under lossing av østersen ser vi det som nødvendig at alle bruker god løfteteknikk, og at vi deler på arbeidet. Det er lett å overbelaste rygg ved feil lossing. Utstyr som jekketralle, vogn og lignende kan brukes hvis nødvendig. Vi ser på risikonivået som middels.

### **Testing av skjell under høsting**

Under høstingen stilles det også krav til oss at vi må teste østersene for algetoksiner og miljøgifter. Disse skulle vi gjerne ha testet i forkant, men nivåer av algetoksiner i havet kan skifte svært raskt. Dette er grenseverdiene for algetoksiner:

- Skjelltoksiner/algetoksiner:
  - DSP & ASP toksin
  - PSP toksin
- Miljøgifter::
  - PCDD/F (17)
  - PCB (12+6)
- Mikrobiologiske tester
  - Koliforme prøver



## Kvalitetssikring

For å sikre kvalitet i alle ledd i høsteprosessen har vi laget en internkontroll. Dette er vi pålagt å gjøre i forhold til regelverket, men er også et godt redskap for oss.

## Internkontroll

Som leverandør av næringsmidler er vi innebefattet forskrift om internkontroll nr. 1187. Denne forskriften omfatter alle som produserer, pakker, lagrer eller omsetter næringsmidler.

Vi har en del rutiner som vi må følge for å kunne følge lovgivningen og opprettholde matvaretrygghet.

Vi kommer her til å forklare våre rutiner fra start til slutt. Dette er vårt kvalitetssikringssystem og skal gi en fullstendig oversikt over hvordan man høster stillehavsøsters for kommersielt salg. Målet med dette dokumentet er å gi en "oppskrift" på forsvarlig innhøsting av stillehavsøsters, og vil også være et godt hjelpemiddel for oss i fremtiden hvis vi skal utvide produksjonen i fremtiden og må gjennom prosessen på nytt. I denne delen av oppgaven vil vi mest sannsynlig repetere mye vi har skrevet tidligere, men dette dokumentet skal forklare hele prosessen i en helhet. Alt vi gjør i bedriften skal være underbygget i det gjeldene lovverket samt god skikk for produksjon av østers.

I fremtiden ved innhenting av nok kapital og kompetanse kan dette dokumentet videreutvikles til en godkjent ISO 9001-sertifisering. Dette er noe vi ser for oss at kan være gunstig å ha i fremtiden for å vise våre kunder at vår drift er forsvarlig med en internasjonalt anerkjent sertifisering.

## Oversikt over de krav i næringsmiddelovgivningen som gjelder for virksomheten.

Dette er alle lover og forskrifter som vår bedrift skal følge. Her er de viktigste lovgivningene for vår bedrift:

- Lov om matproduksjon og mattrygghet, matloven nr. 124
- Forskrift om internkontroll nr. 1187
- Forskrift om næringsmiddelhygiene nr. 1323. Tilhørende forordning 852/2004.



- Forskrift om særlige hygieneregler for næringsmidler av animalsk opprinnelse nr. 1624, tilhørende forordninger 853/2004 og forordning 2074/2005
- Forskrift om matinformasjon til forbruker nr. 1790

### **Oversikt over hvordan bedriften er organisert**

Vi har en ryddig oversikt av bedriftens medlemmer i «seksjon 4: HR». Her beskriver vi de offisielle stillingene i bedriften. I tillegg til ansvarsområdene vi har i de offisielle stillingene skal alle ansatte i bedriften også være “grovarbeidere”. Vi skal alle være deltagende i høsteprosessen.

### **Rutiner virksomheten følger for å sikre overholdelse av næringsmiddelovgivningens krav. Ansvar og myndighet for utførelse skal fastlegges,**

#### **Steg 1: Klassifisering av område for høsting av stillehavsøsters.**

I en prosess for å høste opp Stillehavsøsters er dette det første som må gjøres. Alle områder hvor det skal høstes opp skjell, østers, muslinger eller lignende skal klassifiseres av mattilsynet, og man kan enten få en A, B eller C-klassifisering avhengig av testverdiene. En klassifisering krever kartlegging av området, tester av E.coli og tungmetaller. Det er her svært viktig å bruke de riktige testene ettersom det finnes flere måter og teste E.coli på, men bare Donovan-metoden er gyldig hos mattilsynet. Tungmetallene som skal testes er Kadmium, kvikksølv, bly og polyaromatiske hydrokarboner(PAH). Kartleggingen av området krever kartlegging av punktkilder, pumpestasjoner, overløp, bebyggelse, landbruk, bekker, elver, utløp, våtmark, strømforhold, sirkulasjonsmønster, båttrafikk og bading.

Det er to typer klassifiseringer, en midlertidig og en permanent. En permanent høstetillatelse krever to tungmetallsprøver tatt med 2 ukers mellomrom og e.coli-tester tatt hver måned gjennom et helt år for å se variasjoner gjennom hele året. En midlertidig klassifisering på to uker kan også gis dersom dette er egnet. Da kreves 2 tungmetallsprøver samt 2 prøver av e.coli tatt med to ukers mellomrom. Søknad om klassifisering sendes gjennom mattilsynets skjematjenester på



mattilsynets nettsider, og for å gjøre dette må virksomheten registreres hos mattilsynets nettsider. Ansvarlig for klassifisering i vår bedrift er Rolf Oftedal.

### **Steg 2: Søknad om høstetillatelse.**

Når man har fått en klassifisering av området kan man søke om høstetillatelse. For å få en høstetillatelse kreves det også dokumentasjon. Det kreves en skriftlig avtale med rensestasjon og ekspedisjonssentral. Samtidig må man også rapportere all fangst til et fiskemottak, og må ha en skriftlig avtale med fiskemottaket i forkant av høstetillatelsen. I tillegg må man kunne dokumentere avtale med grunneier. En høstetillatelse gis vanligvis for to uker av gangen. Søknad om høstetillatelse sendes gjennom mattilsynets skjematjenester. Ansvarlig for høstetillatelse er Rolf Oftedal.

### **Steg 3: Høsting av stillehavsøsters**

Etter en klassifisering fra mattilsynet og godkjent søknad om høstetillatelse er det lovlig å høste opp stillehavsøstersen. Vi skal også under høsting ta en prøve av algetoksiner for å være sikre på at østersene vi plukker er trygge for konsum. Algetoksinene som det skal testes for er PSP (paralyserende skjellgift), ASP (hukommelsestap-toksin), okadasyreekvivalenter, yessotoksiner og azapirsyrer. Ansvarlig for prøvetaking av algetoksiner er Rolf Oftedal.

Er det mistanke om fare for helseskadelige næringsmidler og/eller smittsom dyresykdom har vi plikt til å varsle myndighetene. Ved skadevirkninger skal vi umiddelbart iverksette tiltak for å forebygge/reducere/eliminere skadevirkningene. Ansvarlig for å se etter tegn på helseskadelige næringsmidler vil være alle ansatte med hovedansvar hos produksjonsansvarlig Torstein Leikanger. Dette gjøres ved å bruke lukte, smak og synssanser for å se etter døde østers blant de vi høster, samt omfattende tester som beskrevet tidligere. Østersene skal ha egenskaper som viser at de er friske og levedyktige. Skallene skal være rene, reagere normalt på banking samt ha normal mengde kappevann.



Stillehavsøstersen skal plukkes for hånd. Det er viktig å være selektiv ved plukking på bakgrunn av at døde eller ikke egnede skjell ikke kan kastes ut i havet igjen etter at de er tatt opp på land. Av denne grunn skal østers legges i et nett som vi har rundt livet, og deretter godkjennes før de tas opp på land. Ansvarlig for høstingen er Torstein Trym Leikanger.

Stillehavsøsters er svært skarpe og vannet under høsting er svært kaldt så våre rutiner burde også innebefatte HMS for høstingen. Første punkt i HMS er at alle som deltar i høstingen skal ha egnet våt- eller tørrdraktutstyr. Våtdraktene vi bruker fra april-november skal være minst fire millimeter tykke for å unngå frostskafer. Skulle vi plukke midt på vinteren (desember-mars) skal draktene være minst seks millimeter tykke. Sko og hansker skal være gode og varme samt ha en tykk såle for å unngå kutt fra stillehavsøstersene.

Vår virksomhet er ansvarlig for at plassering, utforming og drift av aktiviteter er hygienisk forsvarlig. Vi skal være svært nøye med håndvask og hygiene ved behandling av østers. Samtidig skal ingen fremmedelementer være i kontakt med østersene på noe tidspunkt. Rutinene våre skal være slik at østersene går rett fra plukking til pakking i isoporkasser. Ansvarlig for rutiner for hygiene er Torstein Trym Leikanger.

#### **Steg 4: Pakking av stillehavsøsters før frakt til rensestasjon.**

Etter ferdig plukking/fullt nett skal østersene flyttes over i isoporkasser med lufting i bunn. Her skal gode arbeidshansker brukes for å hindre kutt fra de skarpe skjellene. I kassene vil det være fuktig treull og gel-ice som vil holde østersene i live i opptil flere uker. I følge lovverket skal Østersene skal pakkes med den konkave siden ned. Deretter kan østersene føres over i egnet transportmiddel og fraktes til rensestasjonen.

All østers som vi pakker skal nøye telles, veies og merkes. Merking skal inneholde produsentens identitet og adresse, innhøstingsdato, produksjonsområdets beliggenhet, produksjonsområdets helsetilstand (A, B, eller C-klassifisering), østersens art og mengde samt partiets bestemmelsessted. Merkene skal være



vannfaste. Vi er også underbestemt særskilte bestemmelser om lett bederlige næringsmidler. Her må vi også implementere rutiner så produktene våre ikke dør. Østersene skal til enhver tid holde riktig temperatur via gel-ice.

Vi er også ansvarlig for at innhøstingsmetodene og håndtering av østersene ikke fører til ytterligere forurensing eller skade på skall/vev hos levende østers, eller fører til endringer som i vesentlig grad påvirker egnetheten til rensing. Vi skal beskytte østersene mot vibrasjoner/knusing og ikke utsette østersene for ekstreme temperaturer. Torstein Trym Leikanger er ansvarlig for at pakkingen utføres på lovlig måte.

### **Steg 5: Frakt til rensestasjonen**

Transportmidlene skal ha egnet avløp og være utstyrt for å sikre best mulige overlevelsesvilkår og gi effektiv beskyttelse mot forurensing. Vår pakkemetode vil beskytte østersene på en tilstrekkelig god måte.

Ansvarlig for disse rutinene er Torstein Trym Leikanger.

Et fraktbrev skal fylles ut med informasjon om art, mengde og bestemmelsessted. Det skal også inneholde staten hvor virksomheten ligger, samt virksomhetens godkjeningsnummer. Holdbarhetsdato skal merkes:

*"Disse dyrene skal være levende på salgstidspunktet".*

Ansvarlig for dette er Torstein Trym Leikanger.

### **Steg 6: Rensing ved godkjent rensesstasjon**

Etter frakt til rensestasjonen skal skjellene settes rett i filtrert og UV-behandlet sjøvann som strømmer igjennom en rekke kar som inneholder Stillehavsøsters. Skjellene filtrerer dette rene vannet og renses. Skjellene skal ligge i to uker for å være sikker på at de er renses. Vi sender våre skjell per i dag til Sunnhordland Havbruk som har god kunnskap om stillehavsøsters og vi stoler på at dette blir gjort på lovlig vis. Rolf Oftedal er ansvarlig for å følge opp Sunnhordland Havbruk og kontrollere at de følger lovgivningen.



## **Steg 7: Frakt fra rensesentral**

Her har vi per i dag inngått avtale om frakt fra rensestasjon til kunde via det eksisterende distribusjonsnettverket til Sunnhordland Havbruk. De skal også pakke våre ferdige rensede østers for oss, samt hjelpe oss med å skrive medfølgende dokumenter. Ansvarlig for å følge opp at dette blir gjort på en korrekt måte er Rolf Oftedal.

## **Steg 8: Levering hos kunde**

Etter frakt fra rensestasjonen kan partiet østers levers til grossist. Her overtar grossisten ansvaret for partiet østers.

## **Andre rutiner**

Under høsting, pakking og frakting skal alt vi gjør dokumenteres. Dette skal føres i et eget dokument som skal oppbevares i tilfelle det skulle bli noen tvil om at vi har fulgt våre egne rutiner.

## **Rutiner virksomheten følger dersom avvik oppstår og opplysninger om hvem som er ansvarlig**

Vi mener at våre rutiner er gode nok for å unngå avvik. Vi har planlagt nøye hvordan prosessen skal foregå. Skulle derimot avvik oppstå er daglig leder samt produksjonsansvarlig, ansvarlig for å rette opp i dette. En evalueringsprosess skal bli gjort etter hver eneste innhøsting av stillehavsøsters for å være sikre på at vi har gjort alt etter regelverket.

Ved avvik på rutiner angående matvaretrygghet skal gjeldene myndighet varsles. For hver høsting skal kapital til ekstraordinær testing av partiet med østers være tilgjengelig. Ved funn av døde østers i våre parti skal østersene tas ut med en gang og destrueres slik at resten av partiet ikke også dør.

## **2: Rutiner virksomheten følger for å hindre gjentakelse av avvik og opplysninger om hvem som er ansvarlig,**

Ved et eventuelt avvik på rutinene skal vi nøye evaluere dette avviket. Vi vil stille oss selv disse spørsmålene for å få en fullstendig forståelse.



1. Hva innebefatter dette avviket?
2. Hva betyr dette avviket for vårt produkt?
3. Hvorfor har dette avviket oppstått?
4. Hvem er ansvarlig for at dette avviket oppsto?
5. Hvilke tiltak kan vi gjøre for at dette ikke skjer igjen?

Vi ser på det som svært viktig for vår bedrift at vi lærer av de feil vi gjør. Hvis vi gjør dette kan vi utvikle oss i en positiv retning fra en negativ hendelse.

Det er mange dokumenter vi må oppbevare hvis tilsynsmyndigheten skal gjennomgå vår produksjon. Vi ser ingen grunn til å destruere viktige dokumenter og vil bevare de i digital form og papirform. De dokumenter vi ser at er nyttige å bevare er:

- Klassifiseringsdokument
- Høstetillatelse
- Alle resultater fra prøvetaking av østers
- Dokument som viser vår høsteprosess og viser at vi gjennomfører de rutiner vi er pålagt å gjennomføre.
- Dokument som viser eventuelle avvik i våre rutiner.
- Fraktedokumenter
- Registreringsdokument for rensestasjon
- Dokument fra ekspedisjonsentral
- Dokumentering av salg

### **Rutine for hvordan virksomheten systematisk og regelmessig gjennomgår sin internkontroll, for å kontrollere at aktivitetene og resultatene av dem stemmer overens med det system virksomheten har fastlagt, og om det medfører oppfyllelse av næringsmiddelovgivningen**

Vi skal hele tiden være oppdatert på lovgivningen som er relevant for stillehavsøsters. Dette vil bli gjort ved at vi hver tredje måned skal vi gjennomgå lovgivningen for å se etter eventuelle endringer. Dette vil vi gjøre via vårt nettverk i mattilsynet og miljødepartementet, samt gjennomgang av forskriftene på lovdata.no.

Ved eventuelle endringer i lovgivningen skal vi endre våre rutiner fortløpende. Dette er en bransje som kan utvikle seg raskt og deretter lovgivningen.

Vi vil også ha en systematisk gjennomgang av våre rutiner etter hver gang vi høster stillehavsøsters. Her kan vi i fellesskap finne ut hva vi kan gjøre bedre.

### **Rutine for hvordan virksomheten sikrer seg at alle aktuelle og kun gjeldende rutiner blir benyttet**



Alle våre rutiner skal til enhver tid være kjent blant alle ansatte i bedriften. Det skal være krav hos alle ansatte at de skal være kjent med lovene som omfatter våre drift samt våre interne rutiner. Enhver endring som gjøres i våre rutiner skal informeres skriftlig via mail til alle ansatte i bedriften.

**Rutiner for hvordan virksomheten sikrer at de ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å overholde forskriftens krav.**

Enhver som deltar i våre aktiviteter skal ha nødvendig kompetanse. Vi mener at alle i vår gruppe har den nødvendige kompetansen for å plukke østers forsvarlig. Likevel vil vi ha en opplæring dagen før vi skal høste østers. Dette er for at alle i gruppen skal være enige om hvordan høstingen skal foregå og hvordan vi skal gjøre dette på best mulig måte i fellesskap. Ansvarlig for opplæringen er daglig leder Rolf Oftedal. Våre rutiner skal også leses av alle ansatte før påbegynt østershøsting.



## **Prosesstyringsprosedyre etter ISO 9002**

Vi har laget et utkast til en prosedyre etter ISO 9002. I fremtiden skal vi ta kontakt med et konsultasjonsfirma for hjelp til utarbeiding av dette dokumentet. Dette er måten vi kan være sikre på at dokumentet inneholder den nødvendige dokumentasjonen og planleggingen, samtidig som at den er skrevet på et passende språk.

### **1. Formål**

Prosedyre har som formål å sikre at produksjonsprosessen blir planlagt og styrt for å oppnå en effektiv og verdiskapende produksjon.

### **2. Omfang**

Prosedyren omfatter all produksjon i Østersgutta inklusiv anskaffelse av høstetillatelse, distribusjon og rensesstasjon. Gjelder for alle ansatte.

### **3. Ansvar og fullmakter**

Daglig leder har det overordnede ansvaret for at prosedyren blir gjennomført. Produksjonsansvarlig er ansvarlig for at prosedyren blir gjennomført under høstetillatelse.

### **4. Definisjon**

Med prosesyning forstår vi en overordnet styring av alle aktiviteter som skal til for å produsere i overensstemmelse med eksterne og interne krav.

### **5. Gjennomføring**

#### **5.1 Generelt**

Vi er alle i bedriften ansvarlige for at produksjonen blir gjennomført på en tilfredsstillende måte. Dette gjelder for prosessen med å anskaffe høstetillatelse, høste, frakte og renses. Alle i bedriften er ansvarlige for å anskaffe nok kunnskap



for å sikre at prosessen blir gjort på en riktig måte. Daglig leder og produksjonssjef er ansvarlige for at ansatte blir lært opp til å ta gode avgjørelser.

Daglig leder og produksjonsansvarlig skal detaljplanlegge prosessen og tilrettelegge med dokumentasjon, utstyr og frakkasser.

## **6. Produksjonsdokumentasjon**

### **6.1 Arbeidsordre**

Styringsdokumentet for produksjonsprosessene er arbeidsordre.

Denne skal følge produktet gjennom hele prosessen fra høsting til ferdig rensing.

Når produktet er klart til salg kan dokumentet skilles fra produktet.

Der det er behov skal det henvises i dokumentet til prosedyrer som beskriver hvordan arbeidsoppgaver skal utføres. Arbeidsordren skal dokumentere alle egenkontroller, kontroller fra myndigheter, vise status på kontroll samt dokumentere utført sluttkontroll.

Deretter skal arbeidsordren sendes tilbake til hovedkontoret som vil kontrollere dokumentet samt arkivere det. Retningslinjer i dokumentet skal alltid følges.

### **6.2 Testing av østers**

Det skal alltid benyttes rett testing ved riktig metode for østers. Ved klassifisering vil dette være Donovan-metode for e.coli og riktige tungmetaller; Kadmium, Kvikksølv, Bly, PAH. All testing skal utføres av Eurofins.

### **6.3 Dokumentasjon av klassifisering og høstetillatelse**

All dokumentasjon fra testing skal sendes til mattilsynet gjennom mattilsynets skjematjenester. Dokumentasjonen skal også sendes til hovedkontor for arkivering. Produksjonsansvarlig og daglig leder er ansvarlig for gjennomføringen av dette.

## **6.4 Kontroll fra mattilsynet**

Ved eventuell kontroll av vår produksjon fra mattilsynet skal vi vise dem vår produksjon fra start til slutt for å vise at vår produksjon tilfredsstiller de krav som er blitt satt til oss. I forkant skal egenkontroll gjennomføres.

## **6.5 Dokumentasjon til skagerakfisk**

All omsatt østers skal registreres hos skagerakfisk. Art, mengde og vekt. Ansvarlig for dette er daglig leder i bedriften.

## **6.6 Oppbevaring av dokumentasjon**

All dokumentasjon skal oppbevares i minst 12 måneder med back-up digitalt og i papirform.

## **7. Høsting av østers**

### **7.1 Høsteutstyr**

Alt utstyr til plukking skal legges til rette og utskrives av daglig leder samt produksjonsansvarlig. Utstyr til plukking skal tilfredsstille spesielle krav, se Internkontroll.

### **7.2 Høsting av østers**

Ved høsting av østers skal alle krav satt i internkontroll være tilfredsstilt. All plukking skal gjøres for hånd, og vi skal bare plukke østers som tilfredsstiller våre krav.

### **7.3 Testing av østers under høsting**

Vi skal utføre tester av algetoksiner under høsting. Ansvarlig for dette er produksjonsansvarlig. Testresultater følger produktet frem til salg og skal sendes til hovedkontor.

### **7.4 Pakking av østers**



All pakking av østers skal gjennomføres med krav satt i internkontroll. All østers skal pakkes med det konkave skallet ned, i luftåpne kasser med gel-ice og fuktig treull.

### **7.5 Transport av østers**

Transportmidler skal være egnet i forhold til krav satt i regelverk og internkontroll. Fraktbrev skal utfylles med informasjon om art, mengde og bestemmelsessted. Det skal også inneholde staten hvor virksomheten ligger, samt virksomhetens godkjenningsnummer. Holdbarhetsdato skal merkes: "disse dyrene skal være levende på salgstidspunktet". Fraktbrev følger østersene helt til de er fremme hos kunde.

### **7.6 Stopp i produksjon**

Skulle det bli stopp i produksjonen ved for eksempel sykdom på østers eller at krav fra mattilsynet ikke er tilfredsstillt skal dette meldes fra til hovedkontor slik at stopp i produksjon blir så kortvarig som mulig.

## **8. Rensing av Østers**

### **8.1 Vannkar**

Alle østers skal senkes ned i kar med UV-filtrert vann. Karene skal ha god vanngjennomstrømning, og rensestasjonen skal være lokalisert ved A-klassifisert vann.

### **8.2 Varighet**

Alle østers skal ligge i rensestasjon i minimum to uker.

### **8.3 Dokumentasjon**

Alle østers skal registreres i eget dokument hos rensestasjon som registrerer at alle østers skal ligge i rensestasjon i to uker. Dokumentet skal inneholde vekt, mengde og datoer for nedsenking og uttak.

### **8.4 Pakking av østers hos rensestasjon**



Pakking skal utføres ved rensestasjon for å bli gjort klar til salg. Her gjelder de samme retningslinjene som ved pakking ved lokasjon.

### **9. Etterkontroll**

Sluttkontroll på prosedyre skal gjennomføres etter ferdig salg. Denne skal dokumenteres og rapporteres til hovedkontor.

### **10. Opplæring**

Opplæring vil bli gitt før høsteprosess. Daglig leder og produksjonsansvarlig skal holde kurs før hver høstetillatelse.

### **11. Avvikshåndtering**

Alle som oppdager avvik i produksjonen skal umiddelbart melde fra til hovedkontor. Alle avvik skal bli gjennomgått ved å finne ut hva som har skjedd, hvorfor det har skjedd og hvilke tiltak vi kan sette i gang for at det ikke skjer igjen. (Ndla.no, 2016)



## **Bibliografi**

*Gårdskart.* (2016, April). Hentet fra [www.gardskart.skogoglandskap.no](http://www.gardskart.skogoglandskap.no).

*Lovdata.* (2016, April). Hentet fra [www.lovdata.no](http://www.lovdata.no)

*Ndla.no.* (2016, Mai 8). Hentet fra <http://ndla.no/nb/node/58280>

Sandefjord Kommune. (2005). *Miljørapporter Mefjorden 2005*. Sandefjord Kommune.

*Scribblemaps.com.* (2016, April). Hentet fra [scribblemaps.com](http://scribblemaps.com)

*www.vannmiljo.miljodirektoratet.no.* (u.d.). Hentet April 2016 fra Vannmiljø:  
[www.vannmiljo.miljodirektoratet.no](http://www.vannmiljo.miljodirektoratet.no)



## Vedlegg

### Vedlegg 1: Rapport om miljøgifter fra Sandefjord Kommune

Stoffgruppe	Undergruppe	Mistanke om forurensning	Bekreftet ved analyse	Fjernet ved tiltak
Andre	Cyanid			
Aromatiske hydrokarboner, BTEX	Benzen		✓	
Aromatiske hydrokarboner, BTEX	Etylbenzen		✓	
Aromatiske hydrokarboner, PAH	PAH-16		✓	
Klororganiske forbindelser, PCB	PCB-7			
Metallforbindelser	Cd-forbindelser		✓	
Metallforbindelser	Cu-forbindelser		✓	
Metallforbindelser	Hg-forbindelser		✓	
Metallforbindelser	Ni-forbindelser		✓	
Metallforbindelser	Pb-forbindelser		✓	
Metallforbindelser	Zn-forbindelser		✓	



## Vedlegg 2: Bekreftelse fra Skagerakfisk



Rolf Oftedal  
Att: Østersgutta SB  
Serviceboks 17

6025 ÅLESUND

rolf.oftedal@outlook.com

Vår saksbehandler JEL

Vår dato 22. mars 2016

Vår referanse 2016.175

### HØSTE OG SELGE STILLEHAVSØSTERS TIL GROSSIST

Viser til din e-post datert 18/3.

Vi forstår det slik at bedriften skal høste stillehavsosters i kystsonen utenfor Sandefjord og at østersen skal omsettes til oppgitte grossister.

Vi ber om at De er oppmerksom på følgende:

- Mattilsynet har klassifisert området som B-område. Det medfører at østersen etter høsting må oppbevares i rensesentral mens prøver blir analysert. Kontakt Mattilsynet i Vestfold for nærmere fremgangsmåte og regelverk.
- Stillehavsosters ligger på dyp inntil 2 m. Grunneier har enerett på viltlevende marine ressurser på dybde inntil 2 m. Med andre ord må høstingen avtales med grunneier.

Når ovennevnte er formalisert og godkjent, vil bedriften kunne registreres av oss. Østers fra nevnte område skal omsettes på førstehånd gjennom Skagerakfisk.

Kjøperne må registreres av Fiskeridirektoratet. Mer informasjon om dette finnes hos [www.fiskeridir.no](http://www.fiskeridir.no)

Vi ønsker lykke til og hører nærmere fra Dem når høstingen skal starte.

Med vennlig hilsen  
SKAGERAKFISK SA

  
Kjell Arild G. Tøfte  
Direktør

Skagerakfisk SA  
Postboks 401  
4664 Kristiansand

Kontoradresse  
Lagmannsholmen 1  
4610 Kristiansand

Org.nr  
946 768 871 MVA

Telefon 38 12 42 00  
Telefax 38 02 34 53

Bank: 3060.07.93000  
[firmapost@skagerakfisk.no](mailto:firmapost@skagerakfisk.no)  
[www.skagerakfisk.no](http://www.skagerakfisk.no)

### Vedlegg 3: Kontrakt med Sunnhordland Havbruk



#### Bekreftelse på mottak av stillehavsøsters til rensesentral

Sunnhordland Havbruk vil med dette bekrefte at de vil ta i mot et parti med stillehavsøsters fra Østersgutta til vårt pakkeri H-90. Østersen vil følge samme prosedyre ved mottak, mellomlagring (rensing), pakking og forsendelse som er innfelt i vårt kvalitetssikringssystem.

Mølstrevåg 10/4-2016

Trond Sveen  
Sunnhordland Havbruk

**Vedlegg 4: Prøveresultater fra Eurofins**

Prøve 1:

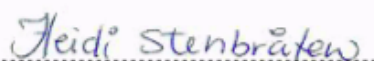
**eurofins****Eurofins Food & Feed Testing Norway  
(Moss)**F. reg. 982 571 146 MVA  
Mellebakken 50  
NO-1538 MossTlf: +47 09450  
Fax: +47 21 00 51 10**AR-16-MN-004131-01****EUNOOS2-00128820**Prøvemottak: 30.03.2016  
Temperatur:  
Analyseperiode: 30.03.2016-04.04.2016  
Referanse: Analyse 1Østersgutta studentbedrift  
Serviceboks 17  
6025 Ålesund  
Attn: Rolf Oftedal**ANALYSERAPPORT****Merknader prøveserie:**

E.coli er tatt som en samleprøve av 3 skjell, total vekt på dette er ca. 50 gram.

Prøvenr.:	<b>437-2016-0330-107</b>	Prøvetakingsdato:	28.03.2016		
Prøvetype:	Østers	Prøvetaker:	Rolf Oftedal		
Prøvemerkning:	Analyse 1	Analysestartdato:	30.03.2016		
Analyse	Resultat	Enhet	LOQ	MU	Metode
UMG18 Aerobe mikroorganismer 20°C	2400	cfu/g			NMKL 184
UME63 E. coli	1	cfu/g			AFNOR 3M 01/08-06/01

**Kopi til:**

Thomas Bjerke (bjerke@ostersgutta.com)

**Moss 04.04.2016**

Heidi Stenbråten

Mikrobiolog

Analyse	Resultat	Enhhet	LOQ	MU	Metode
b) SL402 Arsen (As)	1.7	mg/kg	0.05	15%	NMKL No 161 1998 mod
b) SL403 Bly (Pb)	0.11	mg/kg	0.02	20%	NMKL No 161 1998 mod
<b>b) Kadmium</b>					
b) SL404 Kadmium (Cd)	0.39	mg/kg	0.01	20%	NMKL No 161 1998 mod
b) SL399 Kvikksølv (Hg)	<0.020	mg/kg	0.02		EN 16277:2012
<b>a) Analysis of DSP-toxins with hydrolysis</b>					
a) LW042 DST-total	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-total	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 PTX-total	<30	µg PTX eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 YTX-total	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Okadaic acid	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX-1	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX-2	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 OA-acyl	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX1-acyl	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX2-acyl	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-1	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-2	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-3	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 PTX-1	<30	µg PTX eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 PTX-2	<30	µg PTX eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 45-OH-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Homo-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 45-OH-homo-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Carboxy-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 45-OH-carboxy-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 SPX-1	<30	µg/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Amnesic Shellfish Poison, Domoic acid	<3	µg/g	3		SLV K1-f5-m602.1

				2009
<b>a) PSP screening</b>				
a)	LW0ED	PSP-total	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	STX	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	STX	<42 µg STXdihHCL eq/kg	42 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	dcSTX	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	dcSTX	<41 µg STXdihHCL eq/kg	41 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	dcGTX2/3	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	dcGTX2/3	<125 µg STXdihHCL eq/kg	125 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	C1/2	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	C1/2	<40 µg STXdihHCL eq/kg	40 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	GTX2/3	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	GTX2/3	<80 µg STXdihHCL eq/kg	80 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	GTX5	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	GTX5	<8.0 µg STXdihHCL eq/kg	8 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	NEO	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	NEO	<167 µg STXdihHCL eq/kg	167 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	GTX1/4	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	GTX1/4	<330 µg STXdihHCL eq/kg	330 AOAC 2005.06
a)	LW0ED	dcNEO	ikke påvist	AOAC 2005.06
a)	LW0ED	dcNEO	<160 µg STXdihHCL eq/kg	160 AOAC 2005.06

Prøve 2:



Østersgutta studentbedrift  
Serviceboks 17  
6025 Ålesund  
Attn: Rolf Oftedal

**Eurofins Food & Feed Testing Norway  
(Moss)**  
F. reg. 982 571 146 MVA  
Møllebakken 50  
NO-1538 Moss

Tlf: +47 09450  
Fax: +47 21 00 51 10

**AR-16-MN-004715-01****EUNOOS2-00129837**

Prøvemottak: 13.04.2016  
Temperatur:  
Analyseperiode: 13.04.2016-14.04.2016  
Referanse:

## ANALYSERAPPORT

Merknader prøveserie:  
Samleprøve av 3 skjell

Prøvenr.: 437-2016-0413-216	Prøvetakingsdato:				
Prøvetype: Østers	Prøvetaker:				
Prøvemerkning:	Analysestartdato: 13.04.2016				
Analyse	Resultat	Enhet	LOQ	MU	Metode
UMB10 Koliforme 37°C	<1	cfu/g			AFNOR 3M 01/02-09/B9A
UME63 E. coli	<1	cfu/g			AFNOR 3M 01/08-06/01

**Kopi til:**

Thomas Bjerke (bjerke@ostersgutta.com)

**Moss 14.04.2016**

Heidi Stenbråten

Mikrobiolog

Analyse	Resultat	Enhet	LOQ	MU	Metode
b) SL402 Arsen (As)	2.2	mg/kg	0.05	15%	NMKL No 161 1998 mod
b) SL403 Bly (Pb)	0.10	mg/kg	0.02	20%	NMKL No 161 1998 mod
<b>b) Kadmium</b>					
b) SL404 Kadmium (Cd)	0.44	mg/kg	0.01	20%	NMKL No 161 1998 mod
b)* SL399 Kvikksølv (Hg)	<0.020	mg/kg	0.02		EN 16277:2012
<b>a) Analysis of DSP-toxins with hydrolysis</b>					
a) LW042 DST-total	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-total	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 PTX-total	<30	µg PTX eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 YTX-total	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Okadaic acid	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX-1	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX-2	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 OA-acyl	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX1-acyl	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 DTX2-acyl	<30	µg OA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-1	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-2	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 AZA-3	<30	µg AZA eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 PTX-1	<30	µg PTX eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 PTX-2	<30	µg PTX eq/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 45-OH-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Homo-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 45-OH-homo-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Carboxy-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 45-OH-carboxy-YTX	<0.10	mg YTX eq/kg	0.1		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 SPX-1	<30	µg/kg	30		SLV K1-f5-m602.1 2009
a) LW042 Amnesic Shellfish Poison, Domoic acid	<3	µg/g	3		SLV K1-f5-m602.1



				2009
<b>a) PSP screening</b>				
a) LW0ED PSP-total	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED STX	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED STX	<42 µg STXdihHCL eq/kg	42		AOAC 2005.06
a) LW0ED dcSTX	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED dcSTX	<41 µg STXdihHCL eq/kg	41		AOAC 2005.06
a) LW0ED dcGTX2/3	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED dcGTX2/3	<125 µg STXdihHCL eq/kg	125		AOAC 2005.06
a) LW0ED C1/2	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED C1/2	<40 µg STXdihHCL eq/kg	40		AOAC 2005.06
a) LW0ED GTX2/3	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED GTX2/3	<80 µg STXdihHCL eq/kg	80		AOAC 2005.06
a) LW0ED GTX5	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED GTX5	<8.0 µg STXdihHCL eq/kg	8		AOAC 2005.06
a) LW0ED NEO	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED NEO	<167 µg STXdihHCL eq/kg	167		AOAC 2005.06
a) LW0ED GTX1/4	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED GTX1/4	<330 µg STXdihHCL eq/kg	330		AOAC 2005.06
a) LW0ED dcNEO	ikke påvist			AOAC 2005.06
a) LW0ED dcNEO	<160 µg STXdihHCL eq/kg	160		AOAC 2005.06

## Vedlegg 5: Relevant lovgivning for Østersgutta, (Lovdata, 2016)

### Lov om matproduksjon og mattrygghet: Matloven nr. 124

Dette er en generell lov for alle som driver med produksjon av mat. Formålet med loven er:

- Formålet med loven er å sikre helsemessig trygge næringsmidler og fremme helse, kvalitet og forbrukerhensyn langs hele produksjonskjeden, samt ivareta miljøvennlig produksjon.
- Loven skal videre fremme god plante- og dyrehelse.
- Loven skal også ivareta hensynet til aktørene langs hele produksjonskjeden, herunder markedsadgang i utlandet.

Ut I fra denne loven kan vi lese følgende. Vi har valgt å plukke ut det som er mest relevant for oss:

- Er det mistanke om fare for helseskadelige næringsmidler har vi plikt til å varsle myndighetene.
- Ved mistanke om smittsom dyre-eller plantesykdom har vi plikt til å varsle myndighetene
- Ved eventuelle skadevirkninger skal vi umiddelbart iverksette nødvendige tiltak for å forebygge/reducere/eliminere skadevirkningene.
- Vår virksomhet er ansvarlig for at plassering, utforming og drift av aktiviteter er hygienisk forsvarlig. Myndighetene kan stille krav til oss for å ivareta dette
- Enhver som deltar i våre aktiviteter skal ha nødvendig kompetanse.
- Vår virksomhet skal sørge for at merking, presentasjon, reklame og markedsføring er korrekt, gir mottaker tilstrekkelig informasjon og ikke er egnet til å villedde.
- Virksomheten skal gi tilsynsmyndigheten uhindret adgang til sted eller lokale der det foregår aktivitet omfattet av loven, slik at tilsynsmyndigheten kan foreta nødvendige undersøkelser. Dette vil si at mattilsynet kan når som helst komme på inspeksjon hos oss.
- Virksomheten skal når tilsynsmyndigheten krever det, gi eller sende inn nødvendige opplysninger og prøvemateriale. Enhver kan bli pålagt å

fremlegge eller sende inn opplysninger og prøvemateriale når dette er nødvendig av hensyn til kontroll med import eller av hensyn til smitteovervåkning.

- Det er forbudt å omsette næringsmiddel som ikke er trygt. Et næringsmiddel skal anses for ikke å være trygt dersom det betraktes som helseskadelig eller uegnet for konsum.

### **Internkontroll: Forskrift om internkontroll nr. 1187**

Denne forskriften styrer kravet om interne driftsrutiner. Formålet med loven er:

- Denne forskrift skal sikre en systematisert gjennomføring av tiltak for å oppfylle næringsmiddelovgivningen.

Denne forskriften fører et krav om etablering av internkontroll. Nærmere definert: "Krav om etablering av internkontroll omfatter alle næringsmiddelvirksomheter som produserer, pakker, lagrer eller omsetter næringsmidler. Kravet gjelder også første mottakssted ved import av næringsmidler. Kravet gjelder ikke primærprodusenter.

### **Definisjoner:**

En internkontroll er systematiske tiltak som skal sikre at virksomhetens aktiviteter planlegges, organiseres, utføres og vedlikeholdes i samsvar med krav fastsatt i næringsmiddelovgivningen. En rutine er en alminnelig akseptert måte å utføre en aktivitet på. Et avvik er manglende oppfyllelse av krav fastsatt i lov og forskrift.

### **Plikt til internkontroll:**

- Den som er ansvarlig for virksomheten skal sørge for at det innføres og utøves internkontroll.
- Enhver som driver eller deltar i aktivitet som omfattes av denne forskriften plikter å påse at internkontrollen etterleves.
- Internkontrollen skal dokumenteres i den form og i det omfang som er nødvendig på bakgrunn av virksomhetens art, aktiviteter, risikoforhold og størrelse.
- Skriftlig dokumentasjon etter denne forskriften skal minst omfatte § 5 nr. 4, 5, 7 og 8. Tilsynsmyndigheten kan gi pålegg om skriftlig dokumentasjon

utover dette, dersom det anses påkrevet.

### **Hva skal internkontrollen inneholde?**

Internkontrollen skal tilpasses virksomhetens art, aktivitet, risikoforhold og størrelse i det omfang som er nødvendig for å overholde krav i næringsmiddelovgivingen. Internkontrollen skal inneholde:

1. oversikt over de krav i næringsmiddelovgivingen som gjelder for virksomheten,
2. oversikt over hvordan virksomheten er organisert,
3. rutiner virksomheten følger, for å sikre overholdelse av næringsmiddelovgivingens krav. Ansvar og myndighet for utførelse skal fastlegges,
4. rutiner virksomheten følger dersom avvik oppstår og opplysninger om hvem som er ansvarlig,
5. rutiner virksomheten følger for å hindre gjentakelse av avvik og opplysninger om hvem som er ansvarlig,
6. registreringer virksomheten finner nødvendig å oppbevare og opplysning om hvor lenge de skal være tilgjengelig for tilsynsmyndigheten,
7. rutine for hvordan virksomheten systematisk og regelmessig gjennomgår sin internkontroll, for å kontrollere at aktivitetene og resultatene av dem stemmer overens med det system virksomheten har fastlagt, og om det medfører oppfyllelse av næringsmiddelovgivingen,
8. rutine for hvordan virksomheten sikrer seg at alle aktuelle og kun gjeldende rutiner blir benyttet, og
9. rutiner for hvordan virksomheten sikrer at de ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å overholde forskriftens krav.

### **Forskrift om næringsmiddelhygiene nr. 1623**

**Dette er generelle krav som gjelder all håndtering av næringsmidler.**

Vi er innebefattet kapittel III: utfyllende nasjonale bestemmelser om direkte levering av små mengder råvarer fra primærproduksjon. Dette kapittelet stiller følgende krav til oss:

- **Virkeområde:** Med lokal detaljist forstås detaljist i det naturlige salgsområdet rundt produsenten. For viltlevende vilt i form av råvare eller kjøtt anses hele landet som det naturlige salgsområdet.

- **Produksjon:** Råvarer fra primærproduksjon kan kun omsettes dersom kravene til primærproduksjon i forordning (EF) nr. 852/2004 vedlegg I er overholdt. For visse råvarer av animalsk opprinnelse fra primærproduksjon stilles det ytterligere krav til produksjonen i forskrift 22. desember 2008 nr. 1624 om særlige hygieneregler for næringsmidler av animalsk opprinnelse kapittel II.
- **Krav til lagring og transport:** Råvarer fra primærproduksjon skal lagres og transporteres slik at de er beskyttet mot forurensning, ikke forringes unødige og slik at deres naturlige kvalitet er tilstrekkelig ivaretatt.
- **Krav til registrering:** Primærprodusenter og jegere som omfattes av dette kapitlet, skal på forhånd melde fra om aktiviteten til Mattilsynet på skjema fastsatt av Mattilsynet
- **Særskilte bestemmelser om lett bederlige næringsmidler:** Med lett bederlige næringsmidler forstås næringsmidler som på grunn av mikrobiologisk eller enzymatisk aktivitet kan bli helseskadelige eller få vesentlig nedsatt hygienisk kvalitet allerede ved kortvarig lagring i romtemperatur.

Når det i lett bederlige næringsmidlers merking er angitt oppbevaringstemperatur, skal denne temperaturen overholdes.

Dersom merking etter annet ledd ikke foreligger eller oppbevaringstemperatur ikke er fastsatt i nasjonale retningslinjer utarbeidet i henhold til forordning (EF) nr. 852/2004 artikkel 8, skal lett bederlige næringsmidler oppbevares, transporteres og omsettes ved 4 °C eller lavere.

### **Konsolidert forordning (EF) nr. 852/2004**

Dette er en forordning fra EU. Her står det om eksportkrav, definisjoner av de ulike begrepene som brukes, krav til lokaler og krav til HACCP.

### **Artikkel 3 Almennelige forpliktelser**

Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal sikre at alle ledd i produksjonen, bearbeidningen og distribusjonen av næringsmidler som de har ansvar for, er i samsvar med de relevante hygienekravene som er fastsatt i denne forordning.

## Artikkel 4 Allmenne og særlige hygienekrav

Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak som utfører et ledd i produksjonen, bearbeidingen og distribusjonen av næringsmidler etter de leddene som nr. 1 får anvendelse på, skal overholde de allmenne hygienekravene fastsatt i vedlegg II, og alle særlige krav i forordning (EF) nr. 853/2004.

Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal, når det er hensiktsmessig, treffe følgende særlige hygienetiltak:

- a) oppfylle mikrobiologiske kriterier for næringsmidler,
- b) innføre framgangsmåter som er nødvendige for å nå målsettingene som er satt for å oppnå målene i denne forordning,
- c) overholde krav til temperaturstyring for næringsmidler,
- d) opprettholde kjølekjeden,
- e) prøvetaking og analyse.

4. Kriteriene, kravene og målsettingene nevnt i nr. 3, skal vedtas etter framgangsmåten fastsatt i artikkel 14 nr. 2.

Prøvetakings- og analysemetoder i tilknytning til dette skal fastsettes etter samme framgangsmåte.

5. Når det i denne forordning, i forordning (EF) nr. 853/2004 og i gjennomføringstiltakene for disse forordningene ikke er angitt prøvetakings- eller analysemetoder, kan driftsansvarlige for næringsmiddelforetak anvende hensiktsmessige metoder fastsatt i andre deler av *EØS-regelverket* eller i nasjonal lovgivning, eller, i fravær av slike metoder, metoder som gir resultater som er likeverdige med dem som oppnås ved bruk av referansemetoden, dersom metodene er vitenskapelig validert i samsvar med internasjonalt anerkjente regler eller protokoller.

## Artikkel 5: Fareanalyse og kritiske styringspunkter

1. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal innføre, gjennomføre og opprettholde én eller flere permanente framgangsmåter

som er basert på HACCP-prinsippene.

2. HACCP-prinsippene nevnt i nr. 1, består av følgende:

- a) identifisere alle farer som må forebygges, fjernes eller reduseres til et akseptabelt nivå,
- b) identifisere de kritiske styringspunktene på det trinnet eller de trinnene der styring er viktig for å forebygge eller fjerne en fare eller for å redusere den til et akseptabelt nivå,
- c) fastsette kritiske grenser for kritiske styringspunkter som skiller et som kan aksepteres, fra det som ikke kan aksepteres, for å forebygge, fjerne eller redusere identifiserte farer,
- d) fastsette og gjennomføre effektive framgangsmåter for overvåking av kritiske styringspunkter,
- e) fastsette korrigerende tiltak når overvåkingen viser at et kritisk styringspunkt ikke er under kontroll,
- f) fastsette framgangsmåter som skal utføres regelmessig, for å verifisere at tiltakene som er skissert i bokstav a)-e), fungerer effektivt,
- g) innføre dokumenter og registrering som er tilpasset næringsmiddelforetakets art og størrelse, for å vise at tiltakene som er skissert i bokstav a)-f), anvendes effektivt.

### **Artikkel 11 Eksport**

Når det gjelder hygiene i forbindelse med eksporterte eller gjeneksporterte næringsmidler, skal de relevante kravene i næringsmiddelregelverket nevnt i artikkel 12 i forordning (EF) nr. 178/2002, omfatte kravene som er fastsatt i artikkel 3-6 i denne forordning.

### **Forordning 853/2004**

#### **Vedlegg II: Merking**

1. Når det kreves i samsvar med artikkel 5 eller 6, og med forbehold for bestemmelsene i vedlegg III, skal driftsansvarlige for næringsmiddelforetak sikre at produkter av animalsk opprinnelse er påført et identifikasjonsmerke i samsvar med følgende bestemmelser.

2. Når emballasjen og/eller innpakningen fjernes fra et produkt, eller det foredles videre på en annen virksomhet, skal imidlertid produktet påføres et nytt merke. I slike tilfeller skal det nye merket angi godkjeningsnummeret til den virksomheten der disse arbeidsoperasjonene finner sted.
3. Merket skal være lett leselig og ikke kunne slettes, og bestå av tydelige tegn. Det skal være godt synlig for vedkommende myndigheter
4. Merket skal angi navnet på den staten der virksomheten ligger, enten skrevet helt ut eller vist som en kode på to bokstaver i samsvar med den relevante ISO-standard.
5. Merket skal angi virksomhetens godkjeningsnummer. Dersom en virksomhet framstiller både næringsmidler som omfattes av denne forordning, og næringsmidler som ikke omfattes av den, kan den driftsansvarlige for næringsmiddelforetaket benytte samme identifikasjonsmerke på begge typer næringsmidler.
6. Ved fiskerivarer som transporteres i bulk, er det ikke nødvendig med et identifikasjonsmerke dersom ledsagende dokumentasjon inneholder opplysningene som er angitt i nr. 3, 4 og eventuelt 5.

### **Levende muslinger: Vedlegg III, avsnitt VII:**

Dette er det generelle lovverket for levende muslinger, og er det viktigste regelverket for oss. Dette lovverket skal leses og forstås av alle i gruppen! Vi har tatt med alt som innebærer vår virksomhet

#### **Kapittel I**

1. Levende muslinger kan ikke omsettes for detaljsalg på annen måte enn gjennom en ekspedisjonssentral, der et identifikasjonsmerke skal påføres i samsvar med kapittel VII.
2. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak kan motta partier av levende muslinger bare dersom kravene til dokumentasjon fastsatt i punkt 3-7, er oppfylt.
3. Dersom en driftsansvarlig for et næringsmiddelforetak flytter et parti levende muslinger mellom virksomheter, skal partiet til og med ankomsten på en ekspedisjonssentral eller en foredlingsvirksomhet følges av et registreringsdokument.



4. Registreringsdokumentet skal foreligge på minst ett av de offisielle språkene i medlemsstaten der den mottakende virksomheten ligger, og det skal minst inneholde opplysningene angitt nedenfor.
  - a. Dersom et parti levende muslinger sendes fra et produksjonsområde, skal registreringsdokumentet inneholde minst følgende opplysninger:
    - i. produsentens identitet og adresse,
    - ii. innhøstingsdatoen
    - iii. produksjonsområdets beliggenhet, beskrevet så detaljert som mulig eller angitt ved hjelp av et kodennummer,
    - iv. produksjonsområdets helsetilstand,
    - v. muslingenes art og mengde,
    - vi. partiets bestemmelsessted
5. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak som sender partier med levende muslinger, skal fylle ut de relevante avsnittene i registreringsdokumentet slik at de er lette å lese og ikke kan endres. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak som mottar partier, skal datostemple dokumentet når de mottar partiet, eller registrere mottaksdatoen på annen måte.
6. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal oppbevare en kopi av registreringsdokumentet for hvert parti som er sendt og mottatt, i minst 12 måneder etter at partiet ble sendt eller mottatt (eller i et lengre tidsrom som vedkommende myndighet eventuelt kan fastsette).

## **Kapittel II**

### **Krav til produksjonsområder**

1. Produsentene kan høste levende muslinger bare fra produksjonsområder med fast beliggenhet og faste grenser som vedkommende myndighet - når det er hensiktsmessig i samarbeid med driftsansvarlige for næringsmiddelforetak - har klassifisert som klasse A-, B- eller C-områder i samsvar med forordning (EF) nr. 854/2004.
2. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak kan omsette levende muslinger innsamlet fra produksjonsområder i klasse A, til direkte konsum bare dersom de oppfyller kravene i kapittel V.

3. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak kan omsette levende muslinger innsamlet fra produksjonsområder i klasse B, til konsum bare etter at de er behandlet i en rensesentral eller etter gjenutlegging
4. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak kan omsette levende muslinger innsamlet fra produksjonsområder i klasse C, til konsum bare etter gjenutlegging i et langt tidsrom i samsvar med del C i dette kapittel.
5. Etter rensing eller gjenutlegging skal levende muslinger fra produksjonsområder i klasse B eller C oppfylle alle krav i kapittel V. Levende muslinger fra slike områder som ikke er blitt rensset eller gjenutlagt, kan imidlertid sendes til en foredlingsvirksomhet der de skal behandles for å fjerne patogene mikroorganismer (eventuelt etter at sand, mudder eller slim er fjernet i samme eller i en annen virksomhet). Følgende behandlingsmetoder er tillatt:
  - a. Sterilisering i hermetisk lukkede beholdere
  - b. Varmebehandling
6. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal ikke produsere levende muslinger i, eller høste dem fra, områder som vedkommende myndighet ikke har klassifisert, eller som er uegnet av helsemessige grunner. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal ta hensyn til alle relevante opplysninger om områdenes egnethet til produksjon og innhøsting, herunder opplysninger som er innhentet ved egenkontroll og fra vedkommende myndighet. De skal bruke disse opplysningene, særlig opplysninger om miljø- og værforhold, til å fastslå hvilken behandling som er mest hensiktsmessig å bruke på de høstede partiene.

### **Krav til innhøsting og håndtering etter innhøsting**

1. Innhøstingsmetoder og videre håndtering skal ikke føre til ytterligere forurensning eller omfattende skade på skall eller vev hos levende muslinger, eller føre til endringer som i vesentlig grad påvirker deres egnethet til behandling ved rensing, foredling eller gjenutlegging. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak skal særlig:
  - a. beskytte levende muslinger på egnet måte mot knusing, skraping eller vibrasjoner,
  - b. ikke utsette levende muslinger for ekstreme temperature

- c. ikke sette de levende muslingene ut igjen i vann som kan føre til ytterligere forurensning,
  - d. dersom de utfører kondisjoneringen i naturlige miljøer, bruke bare områder som er klassifisert som klasse A av vedkommende myndighet.
2. Transportmidlene skal ha egnet avløp, være utstyrt for å sikre best mulige overlevelsesvilkår og gi effektiv beskyttelse mot forurensning.

### **Krav til helsestandarder for levende muslinger**

I tillegg til å sikre at de mikrobiologiske kriteriene som er vedtatt i samsvar med forordning (EF) nr. 852/2004, oppfylles, skal driftsansvarlige for næringsmiddelforetak sikre at levende muslinger som omsettes til konsum, oppfyller standardene fastsatt i dette kapittel.

1. De skal ha organoleptiske egenskaper som viser at de er friske og levedyktige, herunder at skallene er rene, at de reagerer normalt på banking og har normal mengde kappevann.
2. De skal ikke inneholde marine biotoksiner i samlede mengder (målt i hele kroppen eller i hver spiselig del for seg) som overstiger følgende grenseverdier:
  - a. paralyserende skjellgift (PSP), 800 mikrogram per kilogram,
  - b. hukommelsestap-toksin (ASP), 20 milligram domoinsyre per kilogram,
  - c. samlet innhold av okadasyre, dinofysistoksiner og pectenotoksiner, 160 mikrogram okadasyreekvivalenter per kilogram,
  - d. yessotoksiner, 3,75 milligram yessotoksinekvivalenter per kilogram
  - e. azaspirsyrer, 160 mikrogram azaspirsyreekvivalenter per kilogram.

### **Krav til innpakking og emballering av levende muslinger**

1. Østers skal innpakkes eller emballeres med det konkave skallet ned.
2. Alle kolli med levende muslinger som forlater ekspedisjonssentraler eller som skal sendes til en annen ekspedisjonssentral, skal være lukket. Kolli med levende muslinger som er beregnet på direkte detalj salg, skal forbli lukket til de er framlagt for salg til sluttforbrukeren.



### Identifikasjonsmerking og merking

1. Etiketten, herunder identifikasjonsmerket, skal være vannfast.
2. I tillegg til de allmenne kravene til identifikasjonsmerker i vedlegg II avsnitt I, skal følgende opplysninger finnes på etiketten:
  - a. de levende muslingenes art (vanlig navn og vitenskapelig navn)
  - b. emballeringsdato, med angivelse av minst dag og måned

Som unntak fra direktiv 2000/13/EF kan holdbarhetsdatoen erstattes med angivelsen: «Disse dyrene skal være levende på salgstidspunktet»

3. Etiketten som er festet på emballasjen med levende muslinger som ikke er i forbrukerforpakninger, skal oppbevares av detaljisten i minst 60 dager etter at innholdet i emballasjen er delt opp.

### Andre krav



1. Driftsansvarlige for næringsmiddelforetak som lagrer og transporterer levende muslinger, skal sikre at de lagres ved en temperatur som ikke er til skade for næringsmiddeltryggheten eller varenes levedyktighet.
2. Levende muslinger skal ikke senkes ned igjen i eller sprøytes med vann etter at de er emballert for detaljsalg og sendt fra ekspedisjonssentralen.

## Vedlegg 6: Godkjenning av Vartdal-kasser




2015

**EK-SERTIFIKAT**

Reg. nr.: **2552** Gyldig til: **02.05.2018**

**EMBALLASJEKONVENSJONENS SAMSVARERKLÆRING  
OM HELSEMESSIG SIKKER NÆRINGSMIDDELEMBALLASJE**

2	Firma:	<b>Vartdal Plastindustri AS</b>
2	Adresse:	6170 VARTDAL
3	Emballasjetype:	EPS kasser (fra 5kg-kasser)
3	Handelsnavn/art. nr.:	Vartdal kassen / Vartdal Airbox
3	Materiale/sammensetn.:	EPS
Angitte emballasje/materiale er i samsvar med krav i "matkontaktforskriften" og EUs rammeforordning (EC) No 1935/2004 med unntak av sensorisk evaluering som ikke er utført (se pkt 9 under). Følgende bestemmelser er oppfylt, og følgende spesifikasjoner og opplysninger gjelder:		
5	Regelverkshenvisninger:	Forordningene (EC): No 1935/2004, No 2023/2006, No 10/2011, No 1282/2011 No 1183/2012, No 202/2014 og No 174/2015
7	Relevante opplysninger <sup>1</sup> :	Total migrasjonsgrense (OML) er overholdt Spesifikk migrasjonsgrense (SML) er overholdt for de stoffer i materialet som har en fastsatt SML Kan inneholde DUA (Dual Used Additives): E551 og E471. Alle råstoffer er ihht Regulation 10/2011 (med oppdateringer)
8	Anvendelsesområde/ spesifikasjoner <sup>1</sup> :	Alle typer næringsmidler, unntatt sure og alkoholholdige. Ubegrenset lagring ved max 5°C
9	Andre opplysninger <sup>1</sup>	Egne undersøkelser må gjennomføres for å sikre at emballasjen ikke forringer det aktuelle næringsmiddelets sensoriske egenskaper
Vi forplikter, jf matkontaktforskriftens § 10, å informere bruker og Emballasjekonvensjonen når vesentlige endringer i produksjonen forårsaker endringer i migrasjon eller nye vitenskapelige data foreligger. Dokumentasjonen fornyes fortløpende i egen virksomhet og sendes EK i forbindelse med oppdatering av sertifikatet.		
4	Dato: <u>02.05.16</u>	Firmastempel:  underskrift: <u>Sindre Vartdal</u> (driftsansvarlig) <sup>2</sup>
1	Emballasjekonvensjonens stempel:	
1	Dokumentasjon er kontrollert av: Isabell Lien 	Dato: 02.05.2016
Sertifikatet er kun gyldig med Emballasjekonvensjonens stempel og registreringsnummer.		
1	<b>EMBALLASJEKONVENSJONEN, c/o Nofima AS, Osloveien 1, N – 1430 Ås, Norge</b>	

1) Se baksiden, tredje avsnitt: "Opplysninger ...."; 2) Den/de i bedriften som har ansvaret for å sikre at matkontaktforskriften er oppfylt

**EK-sertifikatet inneholder opplysninger som matkontaktforskriften krever av en samsvarerklæring for ferdig materiale/emballasje**

**Hvis sertifikatet skal benyttes som samsvarerklæring for en del av et ferdig materiale/emballasje må det gis tilleggsopplysninger om restriksjoner (SML) i hht til forskriftens forordning (EC) No 10/2011. pkt 6**

**Opplysninger under pkt 7, 8 og 9 på sertifikatforsiden – NB! Dette er viktige opplysninger til den som emballerer**

7. gir opplysninger om eventuelle stoffer i materialet som inngår i stofflistene til næringsmiddelindustrien (Dual Use Additives) med lav grenseverdi – vedlegg kan benyttes
8. gir aktuelle næringsmidler, lagringstider og -temperaturer, samt eventuelle areal/volum forhold som dekkes av sertifikatet
9. viser at analyser av emballasjen alene ikke kan utelukke sensorisk forringelse av næringsmiddelet, eller at visse undersøkelser er gjennomført – under pkt 9 skal også eventuell bruk av funksjonell barriere angis

**Sertifiseringsrutine - sertifikatsøknad**

Sertifikatsøker/emballasjeleverandør skal fremskaffe dokumentasjon av ny dato fra emballasjeprodusenter, råvareprodusenter og analyselaboratorier avhengig av hvordan de ulike ledd i produksjonskjeden berøres av kravene i forskriften. Nye bestemmelser gjøres gjeldende for søknader senest seks mnd etter at de er vedtatt i EU. Etter nærmere retningslinjer skal sertifikatet og dokumentasjons-oversikten fylles ut (egne skjemaer) og sendes sammen med dokumentasjonen til EK-sekretariatet, Nofima Mat AS. Sekretariatet utsteder sertifikatet etter å ha gjennomgått dokumentasjon. En sjekkliste (på engelsk) beskriver dokumentasjonsgrunnlaget mer detaljert.

**Utdrag fra Emballasjekonvensjonens vedtekter**

**§ 1 Formål (første avsnitt)**

Emballasjekonvensjonen har som formål å bistå medlemmene med å sikre emballerte næringsmidler mot overføring av komponenter fra emballasjematerialet i mengder som kan:

- føre til helseskade,
- forårsake uakseptable forandringer i næringsmiddelets sammensetning eller forringelse av næringsmiddelets lukt- og smakegenskaper.

**§ 5 Konvensjonens sertifikatorføring**

Emballasjekonvensjonens sertifikat, EK-sertifikatet, utstedes på bakgrunn av dokumentasjon fra råvareprodusenter og emballasjeprodusenter som er kontrollert av EKs sekretariat. Sertifikat utstedes med to års gyldighet.

**§ 8 Konvensjonens dokumentasjonskrav**

Konvensjonens dokumentasjonskrav i fhm EK-sertifikatet er egen-erklæringer og analysebevis om overensstemmelse med alle punktene i konvensjonens sikkerhetskrav.

EK-sertifikatet kan utstedes etter:

- kontroll av underliggende dokumentasjon fra råvareprodusenter og emballasjeprodusenter eller,
- fremvisning av gyldige erklæringer/sertifikater fra andre kjente nøytrale institusjoner

Krav om skriftlig dokumentasjon er en del av matemballasjeforskriften. Detaljerte dokumentasjonskrav utformes på grunnlag av matemballasjeforskriften og veiledninger fra Mattilsynet.

**Sikkerhetskrav – felleseuropeiske, nasjonale og andre bestemmelser for matkontaktmaterialer – ikke alle materialer er tatt med**

**FOR ALLE MATERIALER:** Forordningene (EC) No 1935/2004 og (EC) No 2023/2006. Kravet i forordning (EC) No 1935/2004 om at materialet ikke skal forringe matens sensoriske egenskaper, kan kun sikres ved egne undersøkelser med det aktuelle næringsmiddelet

**PLAST:** Forordning (EC) No 10/2011, forordning (EC) No 1282/2011, forordning (EC) No 1183/2012, forordning (EC) No 202/2014, forordning (EC) No 174/2015. NB! Det må informeres om stoffer med grenseverdi i matvareregelverket (dual use additives, DUA). Der EU-bestemmelser ikke er fastsatt kan BFR-anbefalingene I - LIII (eller Warenwet eller FDA) benyttes for å dekke helheten.

**PAPIR:** BfR-anbefaling XXXVI (eller Warenwet/FDA)

**PLASTBELAGT PAPIR:** For plastdelen, se PLAST; for papirdelen se PAPIR

**ABSORBENTER** basert på polyacrylater: BfR-anbefaling LIII + migrasjonsgrenser som gjelder for plast

**METALLER:** Warenwet Kap. IV

**GLASS:** Warenwet Kap. V

**LAMINERINGSGLIM:** BfR-anbefaling XXVIII - og deler av plastforordningen

**FARGER** (ved innfarging): BfR-anbefaling IX - og deler av plastforordningen

**TRYKKFARGER:** EuPIA Guideline on Printing Inks - og deler av plastforordningen

**LAKK/BELEGG:** Forordning (EC) No 1895/2005 - og deler av plastforordningen – samt FDA §§ 175.210 til 175.390

**Dokumentasjonskrav**

Samsvar med sikkerhetskravene skal dokumenteres skriftlig.

- Krav knyttet til positivlistene (utgangsstoff og tilsetningsstoff), skal dokumenteres med skriftlige egen-erklæringer fra produsentene av emballasjen/materialet og råvarene
- Krav knyttet til grenseverdier (totalmigrasjon, spesifikk migrasjon, restmengde og ekstraksjon), skal dokumenteres med erklæringer og rapporter fra råvareprodusenter, emballasjeprodusenter eller analyselaboratorier
- Andre krav, i bl a EU-forordninger, skal dokumenteres ved oppstilling av de aktuelle forordningene. Som andre krav regnes: sporbarhet, merking, kvalitetssikring og kvalitetskontroll. I en erklæring skal det bekreftes at disse kravene er oppfylt. Oversikt over krav som skal være dokumentert er tilgjengelig hos EK-sekretariatet.

Analysene skal være utført i hht de referansene som er oppgitt i forbindelse med kravene, eller anbefalte CEN-metoder. Analysebetingelser som temperatur, tid og simulanter er beskrevet i Forordning (EC) No 10/2011 og EU-direktivene 82/711/EEC, 85/572/EEC, 93/8/EEC og 97/48/EC.

EMBALLASJEKONVENSJONEN, c/o Nofima AS, Postboks 210, NO-1431 Ås - Telefon: 64 97 01 00  
www.emballasjekonvensjonen.no

For andre materialer enn plast: Se også Kapittel 9 i matkontaktveilederen fra Mattilsynet. Gå inn på <http://www.mattilsynet.no/regelverk/veiledere/mat>



**7. Marked**

## Innholdsfortegnelse

<b>Markedsundersøkelse</b> .....	<b>2</b>
Bakgrunn.....	2
Hovedaktivitet.....	2
Sidemål .....	2
Intervjuobjekt: 1 (P1) .....	3
Intervjuobjekt: Meny .....	4
Intervjuobjekt: 2 (P2) .....	5
Intervjuobjekt: 3 (P3) .....	6
Sammendrag av undersøkelsen .....	7
Konklusjon av undersøkelsen.....	8
<b>Metode i markedsundersøkelse</b> .....	<b>8</b>
<b>Strategi for markedsføring</b> .....	<b>11</b>
Helhetlig strategi for markedskommunikasjon .....	11
Steg 1 .....	11
Steg 2.....	12
Steg 3.....	12
Grafisk profil .....	13
Logo.....	13
Gjennomført profil.....	13
Salgs- og markedsføringsmateriell .....	14
Brosjyre.....	14
Supplementerende salgsmateriell .....	14
Fylkesmessa 2016.....	15
Webside .....	16
Bruk av media .....	16
Facebook.....	17
Instagram.....	18
Media sin rolle.....	18
<b>Vedlegg</b> .....	<b>20</b>
Vedlegg 1: Østersgutta logo .....	20
Vedlegg 2: Bilde av stand fra Fylkesmessa .....	21
Vedlegg 3: Lyst på en smaksopplevelse? .....	21
Vedlegg 4: Brosjyre .....	22
Vedlegg 5: Hvordan åpne østers? .....	23
Vedlegg 6: Østersguttas utvalgte oppskrifter .....	24
Vedlegg 7: Diplom: Beste studentbedrift.....	25
Vedlegg 8: T-skjorte Østersgutta.....	26
Vedlegg 9: Visittkort Østersgutta.....	27
Vedlegg 10: Nettverkskart.....	28
Vedlegg 11: Webside .....	28
Vedlegg 12: Sandefjords Blad avisartikkel .....	30
Vedlegg 13: Østersgutta på NRK MR Radio .....	30
Vedlegg 14: Facebook innsikt.....	31
Vedlegg 15: Facebook videoposter .....	32
Vedlegg 16: Instagram profil.....	33





# Marked

## Markedsundersøkelse

### ***Bakgrunn***

Vi kom frem til at vi skulle velge en kvalitativ undersøkelse for å skaffe oss innsikt og forståelse over markedet for østers, og da spesielt for hjemme-levering er vårt beste alternativ i startfasen for å opprettholde tilstrekkelige profittmarginer.

Grunnen til at dette er at det er et såpass spesielt produkt i Norge til at vi tror spesifikke personer kan gi oss den riktige informasjonen om markedet bedre enn et avkrysnings skjema. En annen grunn til at vi valgte kvalitativ undersøkelse er at det er vanskelig å finne frem et stort antall potensielle kunder for storleveranse av østers for sosiale arrangementer. Det å ha en kvantitativ undersøkelse er ikke like relevant for den situasjonen vi befinner oss i ettersom at vi gjennom

handelsnettverket vårt har langt større etterspørsel enn vi er i stand til å levere.

Det interessante for oss nå i første omgang er å finne ut hvordan vi kan skape en tilstrekkelig profittmargin. Derfor er denne undersøkelsen lagt opp for en spesielt definert fokusgruppe av individer i 40-60 års alderen som vi vet er glad i østers og som holder regelmessige store middager med eksklusiv mat.

### ***Hovedaktivitet***

Hovedmålet med denne undersøkelsen er å lære i det store og i det hele om attraktiviteten av å få stillehavsøsters levert og hva som må til for at de skal være villig til å betale 20-25 kroner østersen i volum på rundt 125 østers per enhet.

### ***Sidemål***

Sidemålene med denne undersøkelsen er å danne nettverk og å få markedskunnskap til at vi kan ta bedre strategiske avgjørelser i bedriften.

Gjennom å spørre rundt får vi god innsikt og informasjon som kan lede til videre salg, og for at vi kan posisjonere oss på en måte der vi kan selge større antall østers til høyere profittmarginer. Undersøkelsene er også lagt opp indirekte til å pitche et salg til de bestemte personene som er et utvalg individer vi allerede vet holder middagsarrangementer for et stort antall gjester regelmessig og som vi vet

er glad i østers. I denne undersøkelsen har vi kalt personene P1, P2 og P3 i tillegg til Meny som vi også hadde en lengre samtale med.

### ***Intervjuobjekt: 1 (P1)***

#### **Samtalen**

For at P1 skulle kjøpe østers av oss var det enkelte viktige forutsetninger som måtte være på plass. Enten måtte han bli overbevist om at østersen vår er bedre, eller så måtte østersen vår være billigere enn det han kan få den på matvarebutikken. Det at den kan leveres på døren eller hytten i en kasse er positivt. Men han så seg litt skeptisk til at neste kasse koster 1000,- mindre og at dette kunne bli misforstått til at vi tar 1000,- i transportkostnad.

Vi bør heller spesifisere hvor mye av prisen er frakt og hvor mye av den som er tilbud på neste kasse. Han mente også at 3 østers per person er altfor lite og at han ikke ville bestilt en kasse til 40 personer, vi bør heller regne 6 østers per hode. Han hadde likt å hatt muligheten til å kjøpe andre produkter sammen med østersen som forkle, oppskriftsbok, østerskniv og matvaretilbehør. At vi tilbyr å åpne østers mot betaling er også positivt. Han mente også at det kunne være verdifullt at vi setter sammen tilbudene våre i «pakker» der man for en engangsbetaling kan f.eks. få østers levert og åpnet på stedet sammen med servietter, tilbehør og pynt. Han likte ikke tanken på at østersen skulle bli levert til hytten en eller flere dager før selskapet skulle finne sted til tross for at han var klar over at den holdt seg levende og fersk i kassen.

P1 var veldig opphengt i at det skulle være en kul måte å kjøpe det på som for eksempel en app. Han sa også at han ikke var villig til å kjøpe østers til mer enn 25 kr stykket og at han ønsker å vite det nøyaktige antallet østers i esken og betale etter ant østers og ikke etter kilopris. Dette gjelder også åpning av østers og mener at 5kr per østers vi åpner er bedre enn timebetaling eller kassebetaling. Han så seg også positivt innstilt på at å gi ut smaksprøver og prøvepakker kunne være svært positiv markedsføring og vil i mange tilfeller resultere i lojalitet og salg. Han anbefalte oss videre at vi skulle oppsøke Meny fordi han hadde sett at de hadde en kampanje på skalldyr og at Menykjeden var de eneste han kjente til som solgte østers annet enn spesialforhandlere.

## ***Intervjuobjekt: Meny***

### **Samtalen**

Vi tok turen innom Meny for å forhøre oss om østersmarkedet og for å lære mer om østerssalg fra en dagligvarebutikk sitt perspektiv. Meny er en av de få butikkjedene i Norge hvor man kan kjøpe rå østers fra frysedisken. Det første vi så var at østersen kostet 10,50 på tilbud og at standardpris var 14,-. Det andre vi la merke til var at østersen de solgte var betydelig mye mindre enn den vi driver høsting av, så vi forhørte oss med dem om det var stillehavsøsters de solgte. Om dette var tilfelle fant de ikke ut, men det var i hvert fall oppdrettsøsters fra Frankrike, og den eneste østersarten Menykjeden solgte.

Vi hadde videre en samtale over 20 minutter hvor de la ut i detalj alt fra hvordan man tilbereder østers til når og hvem østersen blir solgt til. Vi fikk vite at det segmentet som kjøpte mest østers var spredt over alle aldersgrupper og segmenter. Dette var en overraskende opplysning ettersom at vi hadde forventet at menn i 50 års alderen ville være den største kundegruppen.

Vi spurte videre om østersen var sesongbasert og da ble vi også overrasket over at de solgte jevnt gjennom hele året. Vi hadde forventet at det var høysesongene som sommer og nyttår som dominerte salget. De fortalte oss også at mange bruker østers som ingrediens i andre middagsretter som gratenger og gryteretter.

Vi fikk deretter mange gode tips og råd til hvordan vi kan tilberede østersen. Denne informasjonen bruker vi senere til å gi bort til kunder som kommer til å kjøpe østers av oss på døren. De fortalte oss at de fleste personer som regel kjøper små kvantum av østers omgangen, da 6-12 er det vanligste. Etter dette forhørte vi oss om de mer logistiske aspektene av østers. Det viste seg at Meny får dem fra renseanlegg i Frankrike og klarer å sette dem i frysedisken 3 dager etter rensing. De lar dem stå i disken kun et døgn før de kastes. Vi fikk også vite at de selger langt mer blåskjell enn de selger østers.

## **Intervjuobjekt: 2 (P2)**

### **Samtalen**

P2 hadde en rekke interessante synsvinkler å komme med. Over en 30 minutter lang telefonsamtale la han ut over alt som måtte være på plass for at vi skulle kunne selge østersen vår dyrere enn på Meny. P2 har et bredt nettverk av østerselskere og har tilbudt oss å spre ordet blant sine venner.

I samtalen la P2 spesielt vekt på viktigheten av innpakning og eksklusivitet og hvordan vi vedlikeholder et image. Han fortalte oss mye om at han likte konseptet og at det absolutt er mulig å selge østers i kasser med rundt 100-150 østers i til 25,- per østers. Likevel så gjaldt det samme som med P1, at vi nemlig måtte levere noe konkret eller emosjonelt som gjør at østersen vår er verdt mer. Han mente det var et stort pluss at østersen vår var håndplukket og av ville forekomster i Norge. Han mente vi måtte spille på dette at det er norsk og kortreist mat, og at vi gjerne burde visualisere dette gjennom bilder eller videoer.

Det å unngå et industrielt image, som er vår direkte konkurranse med fransk oppdrettsøsters, kan ha veldig stor verdi for oss. Større østers som er annerledes enn den man får på butikken er også et stort pluss, og dette kan potensielt gjøre østersen vår veldig eksklusiv om vi spiller kortene våres riktig. Dersom vi klarer å få frem at det er begrensede forekomster av vår østers på markedet og at ikke alle vil få muligheten til å kjøpe vår østers, vil vi vekke sterke følelser av eksklusivitet blant markedssegmentet vårt.

For å kunne gjøre dette er det veldig viktig å holde strenge krav til at vi alltid fremstår på vårt beste og at vi unnlater å møte opp i dårlig bekledning eller med en skitten varebil. Innpakningen er en essensiell del av et eksklusivt image og han mente at vi burde finne oss noen trekasser med autentisk hav-stil framfor å levere østersen i isoporkasser. Selv om vi ikke trenger å gi fra oss trekassene, er det et pluss at den blir levert i dem og heller lasset av på stedet.

P2 presiserte viktigheten av simplisitet, og mente at vi ikke burde ha for mange eller for kompliserte pakkelsninger eller tjenester. Han mente det var nok å ha østers levert på døren med tre følgende ting:

- 1 – med-eller-uten østersåpning*
- 2 – med-eller-uten tilbehør*
- 3 – med-eller-uten dandering*

Tilbehøret burde vi selv stelle i stand, men vi kan spørre dem i forkant om de har noen preferanser og heller ta samtalen videre om hva vi kan tilby.

Når det gjaldt markedsføringskanaler mente P2 at vi burde være varsom. Han mente at enkelte metoder kan ødelegge for eksklusiviteten av merkevaren vår.

Kunden burde føle at han er heldig som får lov til å kjøpe av oss.

Å ha avisannonser eller postslipper anbefalte P2 oss imot å gjøre. Han mente at vi burde satse på å markedsføre oss gjennom lukkede nettverk og å komme oss inn på utvalgte arrangementer. Han mente at vi for eksempel kunne gi østers i gaver til enkelte toppkokker og for eksklusive sosiale arrangementer. Gjennom å gjøre dette kan personene på arrangementene få tilgang til våre kontaktopplysninger slik at vi kan forsyne dem på deres arrangementer.

### ***Intervjuobjekt: 3 (P3)***

#### **Samtalen**

P3 første respons var at han var veldig skeptisk til stillehavsøsters fremfor norsk flatøsters. Han har veldig god peiling på østers og har spist store mengder østers gjennom årene. Likevel har ikke P3 smakt stillehavsøsters fordi det for han har fremstått som altfor stor og kronglete og han mente det var uappetittlig å spise såpass store østers som det vi tilbyr. Stillehavsøsters var mer egnet frityrking i hans mening.

Andre grunner til at P3 spontant ble skeptisk til stillehavsøsters var at det var en fremmed art og at han mente det var mye bedre å spise norsk flatøsters med norsk opprinnelse. Han sammenlignet det med hummer og sa at han aldri spiser amerikansk hummer hvis han kan få tak i den norske.

Det at en av grunnene til at vi satt i gang prosjektet var for å hindre spredning var et direkte negativt argument for han å kjøpe stillehavsøsters. Rasjonaliteten for dette var at han får et negativt inntrykk av arten i sin helhet gjennom at den blir fremstilt som et problem, dette sitter igjen i hans holdning om å spise arten.

Gitt at det teoretisk sett var flatøsters vi solgte og ikke stillehavsøsters var han langt mer positivt innstilt på å få østersen levert til et middagsarrangement, men at det var mye annet som måtte være på plass for at et slikt kjøp skulle være aktuelt for han. Først og fremst mente han at 40 østers var mer passelig for han å kjøpe omgangen, selv om han har mange gjester.

Det mest sentrale P3 snakket om var viktigheten av servicen vi tilbød ved siden av leveringingen og østersen. Med dette mente han at han ønsker østersen åpnet og tilberedt på en ordentlig og estetisk måte. Gjerne i hensyn til hva han hadde sett av superkokken Ørjan Johannesen (dn.no/smak, 2015).

Hvis vi kunne åpne og tilberede østersen for han på stedet, ville dette vært et veldig attraktivt tilbud for han. Såpass attraktivt at han i den grad kunne ha gått med på å bestille en hel kasse med 125 østers og at det da også kunne vært stillehavsøsters. Dette til tross for at det koster han ekstra at vi åpner og tilbereder østersen.

Videre snakket P3 om at han i hovedsak ville plukket østersen selv fremfor å kjøpe dem. Senere presterte han at dette i hovedsak gjaldt hvis det kun var han og kona som skulle spise, men ikke hvis han skulle ha gjester på besøk. Hvis han hadde gjester på besøk ville han vært langt mer forsiktig med å servere dem selvplukket østers med tanke på risiko. Derfor var det at vi kunne garantere sykdomsfri og rensset østers et stort pluss for betalingsviljen hans.

Han snakket videre om dette at han kun plukker østers selv fordi han har peiling på østers og er i stand til å ta godt kalkulererte risikoer for å finne østers som man ikke blir syk av. Folkekunnskapen om østers og det meste annet som er naturrelatert har gått ned de siste årene mente han. Derfor mente han at det i stadig større grad blir mer aktuelt å kjøpe østersen rensset for folk flest.

Senere utover samtalen som varte 15 minutter, endret han mening og så seg mer positivt innstilt på å prøve ut stillehavsøsters gitt at det blir presentert på en riktig måte. Etter å ha tenkt seg om hadde han egentlig ingen prinsipiell motstand mot stillehavsøsters til tross for den spontane reaksjonen hans.

### ***Sammendrag av undersøkelsen***

Etter kvalitative intervjuer med tre høyt aktuelle kunder for østers, samt butikkjeden Meny, har vi fått mye bra informasjon som kommer godt med i den videre strategiutviklingen vår. Selv om alle tre personene hadde forskjellige fokus og noe forskjellige verdisyn på østerstilbudet vårt, var det enkelte ting som gikk igjen blant alle tre.

Det aller viktigste som alle tre spesifiserte var at det var veldig stor merverdi hvis vi kunne tilby pakkeløsninger som inneholdt åpning og eventuelt tilberedning på stedet. Dette var de villig til å betale godt for. På denne måten kunne vi ha spisset

forretningsmodellen vår inn mot ikke bare å produsere og levere østers, men også å få den åpnet og dandert, evt. å få noen andre aktører til å ta seg av denne delen.

En annen essensiell ting var at alt skulle være enkelt og oversiktlig og at det ikke skulle være styr eller tidkrevende for dem som kunde å sette seg inn i. Det de alle presiserte at de ønsker var at hele prosessen fra bestilling til leveranse skulle være så enkel som mulig. Dette tydet på at de hadde hatt erfaring fra tidligere med aktører som tok opp mye av tiden deres.

Den tredje essensielle tingen, i hvert fall fra P1 og P2 sitt ståsted, var image og hvordan vi klarer å danne et eksklusivt image og drive korrekt type markedsføring som får dem til å føle at vi leverer noe av høy kvalitet. P2 hadde spesielt mye innsikt på dette punktet og var veldig innstilt på å hjelpe oss med å knytte nettverk med folk han kjente som kunne være interessert i å kjøpe en kasse østers.

### ***Konklusjon av undersøkelsen***

Konklusjonen vår er at vi kommer til å forsøke oss på et prosjekt der vi leverer østers til privatpersoner på døren i Hordaland (nært renseanlegget) med mulighet for åpning og dandering. Vi kommer til å ta i bruk rådene de ga oss om innpakning, markedsføring, nettverksbygging og brukervennlighet. Vi anser det som bra markedsføring å gi østers til enkeltpersoner for at de da kan invitere sine kretser over på østers. En form for «Word-of-mouth marketing» (wordofmouthbook.com, 2016) og på denne måten spre ordet for tjenesten vår.

### **Metode i markedsundersøkelse**

Vi vil nå stille denne analysen opp mot den akademiske kunnskapen vi har opparbeidet oss i faget samfunnsvitenskapelig metode. Denne fagkunnskapen har vært en essensiell kilde til å skape og analysere markedsundersøkelsen vår.

**Metode** er en fremgangsmåte for innsamling og behandling av ulike typer data. Formålet med metodebruken er å besvare problemstillinger, som i vårt tilfelle er å finne ut hva som må til for at privatpersoner skal kjøpe østers fra oss. Med de fremskaffede dataene vi har opparbeidet oss, har vi oppnådd den empirien vi trenger for gi gode svar. Metodebruk skal sikre (a) *validitet* (gyldighet) og (b) *reliabilitet* (pålitelighet). (uio.no, 2016)

- A) Validitet er om de dataene vi har samlet faktisk bidrar til å besvare problemstilling vår. Om spørsmålene og informasjonen er relevant eller ikke. Validiteten vil i særlig grad avhenge av operasjonalisering, dvs. hvordan meningsinnholdet i et flertydig begrep gjøres konkret og målbart
- B) Reliabilitet er om de dataene vi samler er påvirket av måten innsamlingen gjennomføres på. Hvis vi har gjennomført undersøkelsen riktig, vil dataene være upåvirket av innsamlingsmåten (f.eks. unngå ledende spørsmål).

I undersøkelsen var vi veldig opptatt av at vi skulle ha den rette **problemstillingen**. I samfunnsvitenskapelig metode har vi lært at de tre hovedkravene til en problemstilling er at de skal være:

- **presise** ( gjerne formulert som et spørsmål eller en antagelse),
- **avgrensede** (angi hvem og hva som skal studeres – bestemmer undersøkelsens omfang og innretning),
- **relevante** (begrunne hvorfor det er verdt å besvare problemstillingen).

Problemstillingens utforming vil deretter påvirke hvilke metoder som bør brukes. Problemstillingen bør alltid være definert før gjennomføringen av undersøkelsesopplegget starter. Vi kalte vår problemstilling for hovedmål og sidemål for undersøkelsen.

**Deduksjon og induksjon (empiri og teori):** Empiri vil si den informasjonen vi samler for å besvare problemstillingen. Dette blir da bakgrunnsinformasjonen vi bruker til å danne teorier. Teori er forklaringer på årsakssammenhenger mellom ulike variabler. Eks.: Røyking og lungekreft. (holbergprisen.no, 2016)

- Å observere at røyking kan føre til lungekreft, er ikke det samme som å forklare hvorfor dette skjer.
- En forklaring på denne sammenhengen, utgjør en teori.
- Teorier er ment å ha en viss generell gyldighet.
- Teorier må kunne testes empirisk (for å finne ut om de er sanne eller falske, evt. sannsynlige eller usannsynlige).

**Deduksjon** er en utledet konsekvens basert på en teoretisk antagelse. Målet er å teste den utledede konsekvensen empirisk (for å finne ut om den er sann eller falsk; sannsynlig eller usannsynlig). Deduktiv fremgangsmåte er som regel (1)



Fremsette forklaringer på årsakssammenhenger (teorier), (2) utlede empirisk testbare konsekvenser, (3) samle inn empiri, (4) se om empirien støtter teorien og (5) hvis empirien ikke støtter teorien, revidere teorien (ikke manipuler empirien for å få den til å stemme med teorien). (uio.no, 2016)

**Induktive forskningsopplegg** er utvikling av nye teorier på basis av empiriske observasjoner, jfr. medisinsk forskning. Induktiv fremgangsmåte: (1) samle empiriske observasjoner for å se etter mønstre i datamateriale (for eksempel at røykere er mer utsatt for lungekreft enn ikke-røykere), (2) finne ut om det dreier seg om kausalitet eller korrelasjon, (3) forklare hvorfor det eventuelt dreier seg om kausalitet (teoriutvikling) og (4) gjennomføre nye undersøkelser for å styrke (eller svekke) teorien. (kunnskapssenteret.com, 2016)

**Kvantitative og kvalitative metoder**: Kvantitative og kvalitative metoder skiller seg fra hverandre på tre følgende måter. (kunnskapssenteret.com, 2016)

1. Avstand versus nærhet til enhetene: Kvantitative metoder samler empiri/informasjon *om* enhetene (avstand); kvalitative metoder samler empiri/informasjon *fra* enhetene (nærhet).
2. Forholdet mellom enheter og variabler: Mange enheter, få variabler (kvantitative metoder); mange variabler, få enheter (kvalitative metoder).
3. Gyldighetsområde: Kvantitative metoder er opptatt av generalisering (stort gyldighetsområde – representativitetsproblemet); kvalitative metoder er opptatt av det spesielle/avgrensede (lite gyldighetsområde).

#### **Teknikker:**

- *Intervjuer* – kvantitative opplegg (faste spørsmål og svaralternativer: spørreskjema); kvalitative opplegg (faste eller relativt faste spørsmål, men ingen svaralternativer: samtaler).
- *Observasjon* – kvantitativt opplegg (observere enhetene på basis av bestemte kriterier); kvalitativt opplegg (observere enhetene gjennom deltakelse i deres "naturlige miljø").
- *Dokumentanalyser* – kvantitativt opplegg (telle forekomsten av ulike ord/begreper eller ulike typer tekstenheter); kvalitative opplegg (analysere argumenter, holdninger, synspunkter og verdier som kommer til uttrykk). (uio.no, 2016)



Vi så det hensiktsmessige å bruke teknikken *kvalitative opplegg* med intervjuform av relativt faste spørsmål uten svaralternativer. Ved våre fire intervjuobjekter stilte vi de faste spørsmål med mulighet for åpne svar. Svarene vi fikk ut av den kvalitative markedsanalysen ga oss svar på kjerneområder vi ønsket bekreftet, og var således en vellykket metode for innhenting av verdifull informasjon.

## **Strategi for markedsføring**

For å synliggjøre bedriftens markedsstrategi har vi utarbeidet en helhetlig strategi for markedskommunikasjon, og vil videre dokumentere en gjennomført profil sammen med utvikling av markedsføringsmateriell, og bruken av media for å styrke synligheten til Østersgutta SB.

### ***Helhetlig strategi for markedskommunikasjon***

For det meste av vår bedriftssyklus frem til nå har vi ikke hatt en klar og helhetlig strategi for markedskommunikasjon. I stedet rettet vi fokuset mot produksjon og salg, og unnlot dermed det meste av markedsføringsplanleggingen. Det er ikke før etter at vi gjennomførte markedsanalysen at vi har fått opp øynene for viktigheten av denne strategien. I analysen kom det klart frem hva som måtte til for at vi skulle få solgt østersen vår, og da var image, profil og en bestemt type markedsføring essensielt for at salg skulle forekomme. Dette er for øvrig en spesiell type markedssegment vi har valgt å rette fokus mot i oppstarten, men tror ikke at dette markedet kan dekke de fremtidige produksjonsevnene våre. Etter å ha mettet markedet for privatpersoner i en 4 timers omkrets fra renseanlegget vil vi nok fokusere på å effektivisere produksjon og transport ettersom at alt vi produserer blir håndtert og videresendt fra Sunnhordaland Havbruk.

Vi ser for oss en tre stegs markedsføringsstrategi som endrer hovedfokus i tre forskjellige faser.

### **Steg 1**

Første fase blir å danne en eksklusiv merkevare for å selge spesialøsters i Hordaland. Selv om østersen er hyppig i havet på Østlandet, er den sjelden på Vestlandet og få personer plukker opp noe annet enn flatøsters som er den arten



de har kjennskap til. I utformingen av denne strategien benytter vi oss sterkt av tilbakemeldingene vi fikk i markedsanalysen til å forme oss etter det som kundene krever for å betale nesten dobbel pris av østersen på Meny. Vi kommer til å bruke nettverksmarkedsføring som anbefalt av «person 2» i markedsanalysen, og å gi ut østers til enkelte nøkkelpersoner slik at de kan invitere andre østerselskere over på middag og dermed skape merkekjennskap og etterspørsel. Vi kommer til å levere østersen i pene kasser eller garn på døren selv om den blir oppbevart i isoporkasser mesteparten av tiden. Vi vil da forsøke å fremstå som det mer «hipster» alternativet for østers da man får en spesiell østers som er vill og håndplukket i Norge fremfor industrielt fremstilt i utenlandske oppdrettsanlegg. Vi vil da også tilby et utvalg av tjenester som åpning og tilberedning til våre kunder og gi folk mulighet til å sette seg på bestillingslister. Vi vil ikke bruke annonser til å markedsføre oss i denne omgangen.

## **Steg 2**

I neste fase ser vi for oss at vi har dannet oss en liten arme av plukkere og fått tilgang på lastebil som kan kjøre østers til og fra rensesanlegget daglig. Effektiv storproduksjon gjør at det er mer lønnsomt å levere i større volum framfor høye profittmarginer. Vi ønsker at mye av imaget vi har dannet i den første fasen skal sitte igjen, men samtidig at produktet vårt skal være enklere å få fatt i selv om det går på bekostning av eksklusivitet. Hovedansvaret for salget av denne østersen ligger likevel hos restaurantene vi selger til. Men vår misjon i denne fasen er å få den generelle oppfatningen om at flatøsters er bedre enn stillehavsøsters vekk. Vi ønsker å komme inn i en posisjon der vi danner preferanser hos folk slik at enkelte personer vil spørre på restauranter etter vår spesifikke østers. Måten vi skal klare dette er gjennom markedsføringskampanjer som viser konkurransefordelene våre og danner en emosjonell tilknytning til disse fordelene.

## **Steg 3**

I den siste fasen går vi ut ifra at vi har eget rensesanlegg og kan eksportere østersen ganske nært der den blir plukket. Vi skal da drive markedsføring i flere nasjoner. Vi skal profilere oss som den eksklusive østersen som er vill og plukket i norske farvann som er bedre og renere enn i Vest-Europa.



Denne strategien er ikke så ulik Teslas strategi som går fra et lavt antall dyre sportsbiler til et høyt antall vanlige biler. Selv om markedskommunikasjonen vår endres vil vi forsøke at enkelte av kjerneverdiene våre fra starten ligger igjen og at disse blir kommunisert hele veien.

## **Grafisk profil**

I et tidlig stadium mente vi det var viktig å skape et kjennemerke for bedriften. Først og fremst var den grafiske profilen ment eksternt for å markedsføre oss på en best mulig måte der formålet var å skape en visuell og unik identitet til hva Østersgutta representerer. Vel så viktig var det med en grafisk profil internt. Dette var ment som et virkemiddel for medlemmene av gruppen der målet var å skape en tilhørighet og eierskap til bedriften gjennom den grafiske profilen og logo.

## **Logo**

Det var stor enighet i gruppen om hvordan preferanser det var ønsket at logo skulle bære preg av. Enkelhet, originalitet og en grafisk fremstilling av en østers i røffe omgivelser, var utgangspunktet til bestillingen vi ga vår grafiske designer. Vi brukte ressurser på huset, og fikk Klaudia Zbierzchowska til å utforme flere utkast, før vi til slutt havnet på endelig resultat. Østersgutta ble meget fornøyd med resultatet, og mener logoen representerer robustheten, omgivelsene og den primitive livssyklusen til nettopp stillehavsøstersers [Vedlegg 1].

## **Gjennomført profil**

Et gjennomført visuelt uttrykk er viktig for å bli sett og lagt merke til, og har videre forsøkt å dra logo inn som en rød tråd i all vår markedsføring utad. Både gjennom profileringsmateriell som t-skjorter og klistremerker, men også i digital markedsføring der vi i størst grad prøver å kommunisere ut profilen gjennom bilder og oppdateringer i sosiale medier, men også i kommunikasjon til kunder gjennom ulike dokumenter utsendt. Vi ønsket å signalisere en tillitsbyggende merkevare, og mener vi har oppnådd en gjenkjennelseeffekt blant de aktører og interessenter vi har vært i kontakt med.

Den røde tråden av en gjennomført profil, forsøkte vi og å signalisere under Fylkesmessa til Ungt Entreprenørskap der vi brukte Vartdalkasser som opprinnelig skulle bli brukt til frakt av stillehavsøsters, til å bygge stand og fremstilling av



Østersgutta. Resultatet ble første plass i kategorien «Beste samarbeid med næringslivet». Flere av jury-medlemmene kommenterte i tillegg Østersguttas originale og gjennomførte fremstilling av stand. [Vedlegg 2]

### **Salgs- og markedsføringsmateriell**

Det er utformet en rekke ulike salgsfremmende artikler som har som formål å opplyse den potensielle kunden om Østersguttas virksomhet. Norsk stillehavsøsters er en lite opplyst art blant den alminnelige mann i gata. Spesielt dens miljøfiendtlige virkninger, men også de mulighetene som ligger til grunn hvis man tar tak i problemene. Arten østers kan for mange virke som en fremmed delikatesse og er en matvare få har kjennskap til. Salgsmateriell vi videre vil presentere har som hensikt å opplyse kunden om usikkerheten og mulighetene rundt vårt produkt; den norske stillehavsøstersen.

### **Brosjyre**

Den utformede brosjyren er fire-delt med en **bakgrunn** for problematikken rundt stillehavsøsters, deretter en beretning av **forretningsideen** til Østersgutta der vi tar for oss en løsning på problematikken. Videre en tydelig fremstilling av **kunder og samarbeidspartnere** for å vise legitimitet og etterspørsel. Og avslutningsvis en oppsummerende kortfattet tekst om Østersguttas **misjon**.

Brosjyren er brukt til informative formål blant annet på START Ålesund sitt rebusløp under deres vårsamlingen, der Østersgutta fikk holde rebus om sin virksomhet og brosjyren var en del av hjelpemidler utdelt. Brosjyren viste seg her som nyttig.

Brosjyren ble også aktivt lest og delt ut under Fylkesmessa som informativ kanal for jury under vurdering, men også for forbipasserende som bare var nysgjerrig. Mange endte opp med å skrive seg på «Interessert-listen» [Vedlegg 3] etter endt lesing av brosjyre. Her så vi brosjyren også som et effektivt virkemiddel.

[Vedlegg 4]

### **Supplementerende salgsmateriell**

Stillehavsøstersen er en eksotisk delikatesse, men få har kunnskap nok til å i det hele tatt å tilberede den til et måltid - enda færre har kunnskap om hvordan en faktisk åpner en østers! Derfor må vi ha i bakhodet at vi vil selge en delikatesse,

men gjøre den til en delikatesse for folk flest. Med dette som bakgrunn, har vi utformet ulike tips og triks for å fjerne usikkerheten rundt stillehavsøsters. Disse er også ment å legges ved sammen østersen ved salg til privatpersoner

### **Hvordan åpne østers?**

Her har vi gitt en 1-2-3-4-5 stegs forklaring på hvordan åpne østers. Vi har og sneket inn profilen vår i illustrasjon av åpningen for en sammenhengende gjennomført profil. Her gir vi i tillegg råd om bruk av alternative redskap for å åpne østersen. [Vedlegg 5]

### **Østersguttas utvalgte oppskrifter**

Man ser seg gjerne rådvill og usikker i forhold til nye matvarer og produkter. Nordmenn spesielt er vanedyr ved kjøp av matvarer. (bt.no, 2016) Derfor har vi plukket ut et par oppskrifter med forslag til hvordan tilberede stillehavsøstersen, og samtidig vise de ulike mulighetene som ligger i konsumering av denne delikatessen. [Vedlegg 6]

### **Fylkesmessa 2016**

Til Ungt Entreprenørskaps konkurranse under Fylkesmessa, stakk Østersgutta av med seieren for «Best samarbeid med næringslivet» [Vedlegg 7]. For å profilere oss på en best mulig måte, gikk vi i anskaffelse av ulik profileringsmateriell:

**T-skjorter** – enkle hvite t-skjorter med en ren bakgrunn og vår røffe logo påtrykt, var profilen vi gikk for i utforming av t-skjorter til gruppe medlemmene av Østersgutta [Vedlegg 8].

**Visitkort** – for utdeling til jury, samarbeidspartnere eller interessenter. Vi gikk for et to-sidig trykk med heldekkende logo på ene siden, og en informativ personifisert tekst på baksiden med navn, stillingstittel i bedriften, telefonnummer, e-post og webside. For en gjennomført profil plasserte vi også en mindre logo på denne siden [Vedlegg 9].

**Vartdal kasser** – for bruk av lagring og transport av østers, fikk vi sponset femti kasser fra Vartdal plast. Vi improviserte en stand ut av kassene for å gjennomføre profilen til Østersgutta [Vedlegg 2].

**Samarbeidspartnere** – Vi har vært i kontakt med enormt mange aktører i bransjen, dette så vi på som en styrke, og utformet derfor en stor plakate med alle samarbeidspartneres logo med Østersgutta logo i sentrum. Dette viste et godt nettverk og gjenspeilte seg i 1.plassen av «Best samarbeid med næringslivet».



**Brosjyre** – ble også delt ut på stand [Vedlegg 4]

**Interessentliste** – Vi ønsket å utforske hvor stor etterspørselen faktisk var for privatpersoner, og opprettet derfor et skjema der nysgjerrige matelskere fikk skrive seg på listen. Totalt skrev 17 stykker seg på listen, og en total bestilling på 188 østers. Med en stykk pris på 20,- tilsvarer dette et potensielt salg på 3760kr! [Vedlegg 3]

### ***Webside***

Det er utformet en webside for Østersgutta. (ostersgutta.com, 2016)

Vi har kjøpt domenet «ostersgutta» med «.com» domene for et internasjonalt hensyn, og utformet siden på en oversiktlig og enkel måte. Vi så på primærfunksjonen til websiden som en informativ kanal for informasjon om Østersguttas virksomhet, sammen med bakgrunnen for problematikken med norsk stillehavsøsters. Vi har i stor grad benyttet oss av illustrasjoner og bilder for å gjøre mer liv ut av websiden. Hvis interessenter vil komme i kontakt med oss er det oppgitt kontaktinformasjon med daglig leders opplysninger. For en gjennomført profil er Østersguttas logo sentral i samtlige faner. [Vedlegg 11]

### ***Bruk av media***

Vi har i stor grad dratt utnytte av media sin oppmerksomhet på problematikken rundt stillehavsøsters. NRK Vestfold har spesielt hatt et rettet fokus på dette, og har ved flere TV-innslag i 2016 hatt redegjørende reportasjer som er nasjonalt dekkende. (nrk.no/vestfold, 2016)

I tillegg får vi mye gratis medieoppmerksomhet blant annet gjennom nettaviser som dagbladet, aftenposten og NRK. Dette er også artikler vi bruker i vår markedsføring på vår Facebookside som vi deler med våre følgere og får god respons på.

Som et hovedmedium bruker Østersgutta Facebook aktivt som mediekanal, og bygger sakte med sikkert opp en solid følger-masse, som vi videre vil redegjøre for i neste kapittel.

Vi fikk også dekning i forskjellige medier, som vi vi gjengi nedenunder:

**Sandefjords blad** – er en lokalavis i Sandefjord, som vi la frem prosjektet vårt for. De stilte seg meget positive til å skrive en artikkel om oss, med et vinklet fokus mot daglig leders opprinnelse fra Sandefjord. Dette er en relevant medieaktør for



oss, ettersom vi skal høste stillehavsøsters fra Sandefjord og lokalbefolkningen er godt kjent med problematikken fra før. Artikkel blir mest sannsynlig publisert i uke 19.[Vedlegg 12]

**Sunnmørsposten** – vår lokalavis i Ålesund omtalte Østersguttas forretningsidé og gjenga oss som vinnere av prisen til Ungt Entreprenørskap; «Beste samarbeid med næringslivet». (smp.no, 2016)

**NTNU's Innsida** – NTNUs interne intranett publiserte også overnevnte pris som en åpen melding av «Hva skjer i Ålesund» og kan i prinsippet bli lest av alle 38 000 studenter og 6000 ansatte, i tillegg til eksterne besøkende. God publisitet for oss. (innsida.ntnu.no, 2016)

**Radiobesøk hos NRK Møre og Romsdal** - Vi tok kontakt med NRK den 5. Mai for å høre om de ville skrive om oss. Den 9. Mai tok de kontakt og lurte på om de kunne en lage en reportasje om oss. Dette sa vi selvfølgelig ja til og kom på kort varsel.

Når vi kom ned til avtalt tid fikk vi beskjed at vi nå skulle på direkte Radio. Vi var dessverre litt uforberedte, men resultatet ble bra, og budskapet vårt kom frem. Temaet for Radioprogrammet var østers. Vi snakket først om spredningen av denne invaderende arten. Deretter vinklet samtalen seg inn på hvordan vi skal gjøre om denne arten til en ressurs, og hvordan prosessen for å gjøre dette til en spiselig råvare er. Arne snakket deretter om hvilke kunder vi har. God erfaring, og god publisitet. (radio.nrk.no, 2016) [Vedlegg 13]

**NRK Vestfold** –Rune Holm, vaksjef i NRK Vestfold tok kontakt med oss per telefon like etter radioreportasje og lurte om vi skulle plukke stillehavsøsters i Sandefjord i nærmeste fremtid. Han ville i så tilfelle sende med oss et kamera-team for å filme og lage en reportasje om oss.

## **Facebook**

Hovedkanalen vi har brukt for å nå ut med markedsføring av Østersgutta, har vært via Facebooksiden: «Østersgutta» (facebook.com/ostersguttasb, 2016). Dette har vært ett effektivt hjelpemiddel for å spre informasjon og engasjere potensielle kunder i vårt personlige nettverk, FFF (friends, fools and family).



## **Innsikt**

Per 05.05.16 har siden til Østersgutta nådd over 5250 mennesker og nær 300 personer liker siden vår. Det er i aldersgruppen 18-25 som er vårt største publikum og 79% av disse besøker siden med mobil enheter. Dette er gode tall for Østersgutta sin Facebookside som på dette tidspunktet kun var 7 dager gammel. [Vedlegg 14]

## **Video**

I stor grad har vi tatt i bruk videomedia for å tiltrekke oppmerksomhet. En aktivitet som har vært populær er å filme forskjellige personligheter som smaker østers for første gang. Hensikten med dette har vært å ufarliggjøre assosiasjoner en har med østers, og senke terskelen for å prøve det ut. En slags misjon fra Østersguttas side for å gjøre allmengjøre stillehavsøsters. [Vedlegg 15]

## **Poster**

Vi har gjennom Facebooksiden forsøkt å gi innblikk i ulike aktiviteter vi driver med, fra plukking av østers, til hvordan en kan tilberede østersen. Vi har fått inn gode spørsmål på melding og har svart på dette i plenum som kan være interesse for flere av våre følgere. I tillegg har vi delt relevante artikler om stillehavsøsters. Av alle våre poster har vi engasjert over 2250 mennesker. Dette anser vi som god rekkevidde av vår markedsføring.

## **Instagram**

I tillegg til Facebook profil, har vi også laget en instagramkonto; «Østersgutta». Instagram opprettet vi ikke før på sent i semesteret, 1. mai, men vi har allerede 63 følgere og publisert 3 bilder. Instagram er en fin platform å være på med enkel bildedeling. Vi forteller gjennom bildene vi publiserer hva vi gjør underveis i prosessen. Blant annet viser vi frem bilde av teambuilding-tur, kontoret vårt og østersplukking. [Vedlegg 16]

## **Media sin rolle**

Gjennom markedskommunikasjonen til Østersgutta, har vi dratt nytt av alle kjente og populære metoder og strategier for utnyttelse av markedsføring som er kostnadsfritt. Sosiale medier er en fantastisk kanal som ikke trenger å koste penger, og en får kontakt med mennesker på tvers og gjennom kjente nettverk. I



tillegg har vi sett at lokale medier som nyhetsbyråer og lokalaviser, stiller seg positive til å skrive saker om oss. Også dette er kostnadsfri reklame som vi har sett en enorm nytte av, og vil i videre arbeid fremover med markedkommunikasjon fortsette å utnytte fordelene disse gir oss.



## Bibliografi

- bt.no*. (2016). Hentet fra <http://www.bt.no/nyheter/okonomi/Friele-skifter-navn-og-sjef-3377294.html>
- dn.no/smak*. (2015). Hentet fra <http://www.dn.no/smak/2015/06/18/2115/Kokken-havet/se-verdensmesterens-geniale-sterstriks>
- facebook.com/ostersguttasb*. (2016). Hentet fra <https://www.facebook.com/ostersguttasb/>
- holbergprisen.no*. (2016). Hentet fra <http://www.holbergprisen.no/holbergprisen-i-skolen/analyse-og-tolkning-av-det-empiriske-materialet.html>
- innsida.ntnu.no*. (2016). Hentet fra <https://innsida.ntnu.no/web/guest/reader/-/messageservice/message/urn:uuid:e7cd82e3-25d3-3d6a-9356-abfd845a0c22>
- kunnskapssenteret.com*. (2016). Hentet fra <http://kunnskapssenteret.com/samfunnsvitenskapelige-metoder/>
- nrk.no/vestfold*. (2016). Hentet fra <http://www.nrk.no/vestfold/eksplosiv-vekst-i-stillehavsosters-1.12607565>
- ostersgutta.com*. (2016). Hentet fra <http://www.ostersgutta.com/>
- radio.nrk.no*. (2016, Mai 9). Hentet fra [https://radio.nrk.no/direkte/p1\\_more\\_romsdal#start=14:46:29](https://radio.nrk.no/direkte/p1_more_romsdal#start=14:46:29)
- smp.no*. (2016). Hentet fra <http://www.smp.no/nyheter/2016/04/13/HavTekk-videre-til-NM-12596637.ece>
- uio.no*. (2016). Hentet fra <http://www.uio.no/studier/emner/jus/afin/FINF4001/h07/undervisningsmateriale/metodeforelesning2.doc>
- wordofmouthbook.com*. (2016). Hentet fra <http://wordofmouthbook.com/>

## Vedlegg

### Vedlegg 1: Østersgutta logo





## Vedlegg 4: Brosjyre

### Østersguttas misjon

Å gi god matkvalitet på østers, samtidig som vi skal gi forbrukere et valg i matveien som er en god kulinarisk opplevelse samtidig som man får en umiddelbar følelse av å hjelpe miljøet.



Smak med omtanke



Østersgutta  
NTNU - Ålesund



«Stillehavsostersen sprer seg rekordraskt langs norskekysten. – Den er svartelistet og uønsket, men samtidig en fantastisk ressurs som kan bety en ny milliardindustri for Norge.»

– Havforsker **Torjan Bodvin**  
Havforskningsinstituttet

### Bakgrunn

Stillehavsosters er en art som har spredt seg til norskekysten etter oppdrett sørover i Europa. Den blir ofte kalt "Sørlandets kongekrabbe" fordi den påfører stor skade på økosystemet ved at den "kveler" vanlig norsk flatøsters og blåskjell som er næring for mange marine arter og sjøfugl. Men, den kan også bli sett på som en ressurs. Ved å utvinne den som mat kan vi også begrense spredning videre nordover, på tross av at det vil være tilnærmet umulig å utrydde denne arten fullstendig.

### Forretningside

Vi i Østersgutta skal høste, rense og selge Stillehavsosters til restauranter og privatpersoner. Hensikten er å hindre at denne invaderende arten sprer seg, i tillegg til å skape verdi for bedriften.

### Kunder og samarbeidspartnere



### Firmenich

Kontaktinformasjon

Tlf: 97968912

Epost: [kraaqseth@ostersgutta.com](mailto:kraaqseth@ostersgutta.com)

## Vedlegg 5: Hvordan åpne østers?



### Hvordan åpne en østers?

1. Start med å legge østersen med den dype siden ned og den flate siden opp.
2. Bruk en østerskniv og sett den spisse kniven inn i bakenden.
3. Bruk nødvendig kraft og vipp frem og tilbake, du skal nå kunne løfte kniven og østersen sitter fast.
4. Vipp så av den ene siden av skjellet og dra rundt for å åpne den helt. Østersen er festet med en muskel til både topp – og bunnskallet, når du har fått åpnet skjellet dra så kniven langs overflaten i toppskallet slik at du får løsnet muskelen som sitter fast. Gjør det samme med bunnskjellet.
5. Når østersen er åpnet ligger det ofte litt skjellrester igjen. Da er det lurt å dyppe østersen i en skål med lettsaltet vann, før du løsner muskelen fra skallet. Da er de rene og klare for å spises.



**Tips:** For å åpne østersen, bør du bruke en østerskniv, disse selges i velassorterte fiskebutikker og butikker med kjøkkenutstyr. Andre kniver knekker lett i møtet med det harde skallet. Har du ikke en østerskniv, bruk kreativiteten, en arbeidskniv, tollekniv eller annen kniv med solid metall kan fungere godt, også en ordentlig skrutrekker kan i nød være til hjelp. Bruk gjerne et klede for å ikke kutte deg opp på de skarpe delene av skjellet.

Lukter du på østersen, kjenner du fort om den er bra eller dårlig.

Lukter det fersk sjø og mineraler, er det tommel opp. 👍

Minner lukten om dårlig sjøvann og rått tang, bør du hive den med en gang. 🙅

## Vedlegg 6: Østersguttas utvalgte oppskrifter



# Østersgutta's utvalgte oppskrifter

## Tilbehør

Selv om rå norsk stillehavsøsters er en fantastisk smaksopplevelse i seg selv, kan den tilberedes på mange ulike måter. For den enkle sjel, kan den tilberedes kun med en sitronskive. For den kulinariske sjel kan du prøve deg på noen nedenfor.

### Med rødløk og olivenolje:

- ◆ 1 finhakket rødløk
- ◆ ½ dl rødvinseeddik
- ◆ 2 ss olivenolje

-Hakk løken. Bland rødvinseeddik og olivenolje og tilsett løk. Rør om og server over østersen.

### Med agurk, lime og chili:

- ◆ ½ agurk
- ◆ ¼ finhakket rød chili
- ◆ saften av en ½ lime
- ◆ skall av ¼ lime

-Skrell agurken og skjær den i lange, tynne strimler uten å ta med kjernen. Kutt agurken i bitte små terninger (brunoise). Bland agurk, chili, limesaft og -skall. Topp østersen med blandingen.

### På grillen:

-Forvarm grillen. Skrubbe stillehavsøstersen under rennende kaldt vann med en børste. Kast de åpne skjellene ettersom disse er døde og uspiselige.

Legg østersen med bunnskallet ned, dvs den dype siden. Dekk til grillen med et lokk og stek dem i 8-10 minutter (avhengig av størrelse) eller til skjellene begynner å åpne seg. Ta skjellene av grillen, bruk en kniv for å løsne muskelen fra toppskallet (den flate siden).

Pass på så ikke saften i skjellet renner ut, denne gir masse smak!

Østersgutta anbefaler å servere østersen med smeltet smør, BBQ-saus og sitronskiver.

## Vedlegg 7: Diplom: Beste studentbedrift

UNGT  
ENTRE  
PRENØR  
SKAP



member of  
JA Worldwide

# DIPLOM

Østersgutta SB

1 plass  
plassering

Beste samarbeid med næringslivet  
konkurransen

Fylkesmessa for studentbedrifter 2016  
Ungt Entreprenørskap Møre og Romsdal

Ålesund, 13. april 2016

FRAMTID - SAMSPILL - SKAPERGLEDE

[Signature]

Jury leder

[Signature]

Daglig leder UE MR



*Vedlegg 8: T-skjorte Østersgutta*



## Vedlegg 9: Visittkort Østersgutta



**Rolf Ofteidal**  
Daglig leder  
T +47 400 44 606  
ofteidal@ostersgutta.com

ostersgutta.com



**Dennis Bogen**  
Markeds ansvarlig  
T +47 414 79 558  
bogen@ostersgutta.com

ostersgutta.com



**Torstein Trym Leikanger**  
Logistikk ansvarlig  
T +47 932 53 510  
leikanger@ostersgutta.com

ostersgutta.com



**Thomas Akerholm Bierke**  
Økonomisk ansvarlig  
T +47 480 22 058  
bierke@ostersgutta.com

ostersgutta.com



**Arne Kragseth**  
Markedskontakt  
T +47 979 68 912  
kragseth@ostersgutta.com

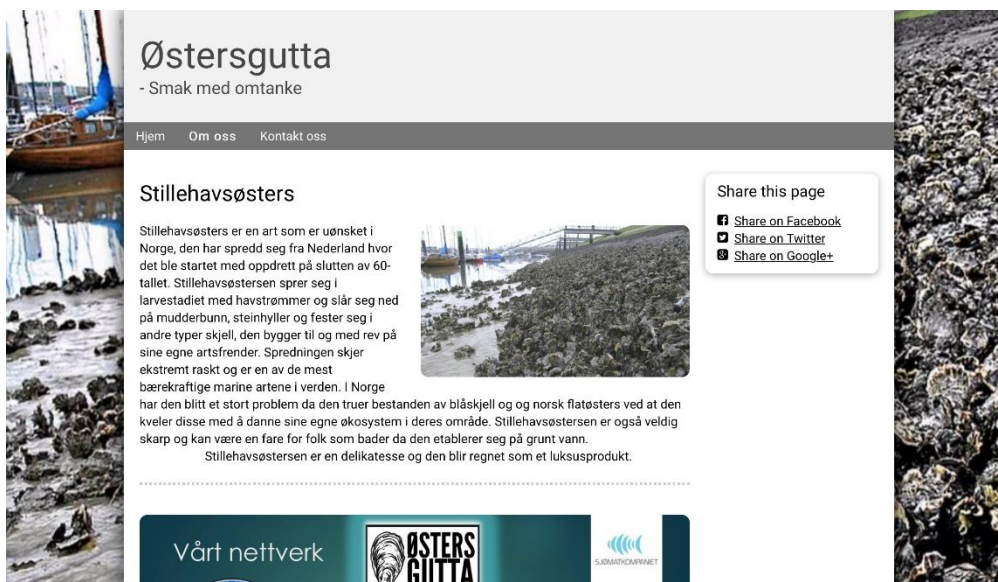
ostersgutta.com



## Vedlegg 10: Nettverkskart



## Vedlegg 11: Webside



**Østersgutta**  
- Smak med omtanke

Hjem Om oss Kontakt oss



### Stillehavsøsters

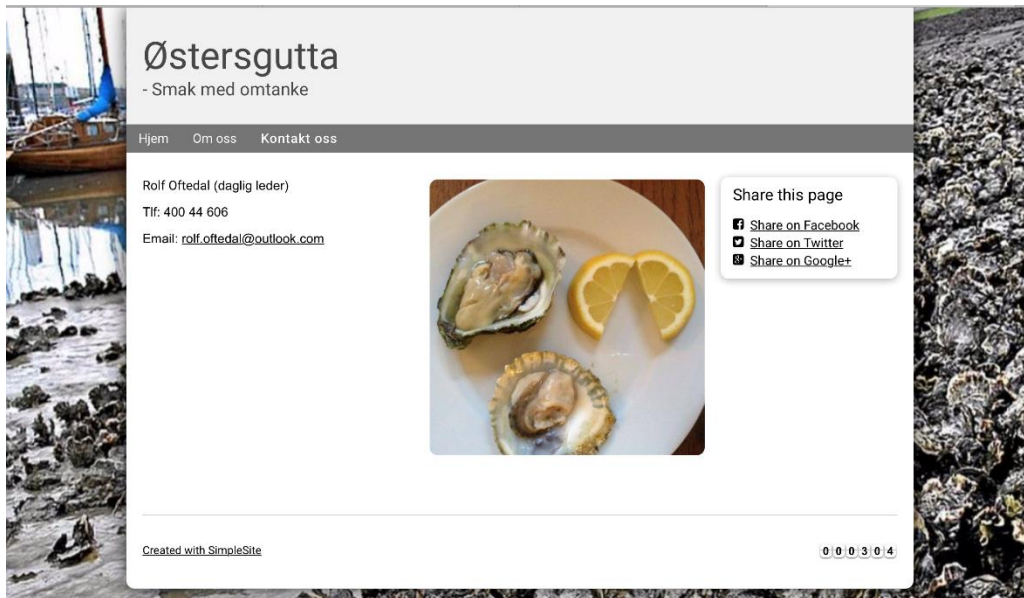
Stillehavsøsters er en art som er uønsket i Norge, den har spredd seg fra Nederland hvor det ble startet med oppdrett på slutten av 60-tallet. Stillehavsøstersen sprer seg i larvestadiet med havstrømmer og slår seg ned på mudderbunn, steinhuller og fester seg i andre typer skjell, den bygger til og med rev på sine egne artsfrender. Spredningen skjer ekstremt raskt og er en av de mest bærekraftige marine artene i verden. I Norge har den blitt et stort problem da den truer bestanden av blåskjell og og norsk flatøsters ved at den kvæler disse med å danne sine egne økosystem i deres område. Stillehavsøstersen er også veldig skarp og kan være en fare for folk som bader da den etablerer seg på grunt vann. Stillehavsøstersen er en delikatesse og den blir regnet som et luksusprodukt.

Share this page

- Share on Facebook
- Share on Twitter
- Share on Google+

Vårt nettverk




# Østersgutta

- Smak med omtanke

[Hjem](#) [Om oss](#) [Kontakt oss](#)

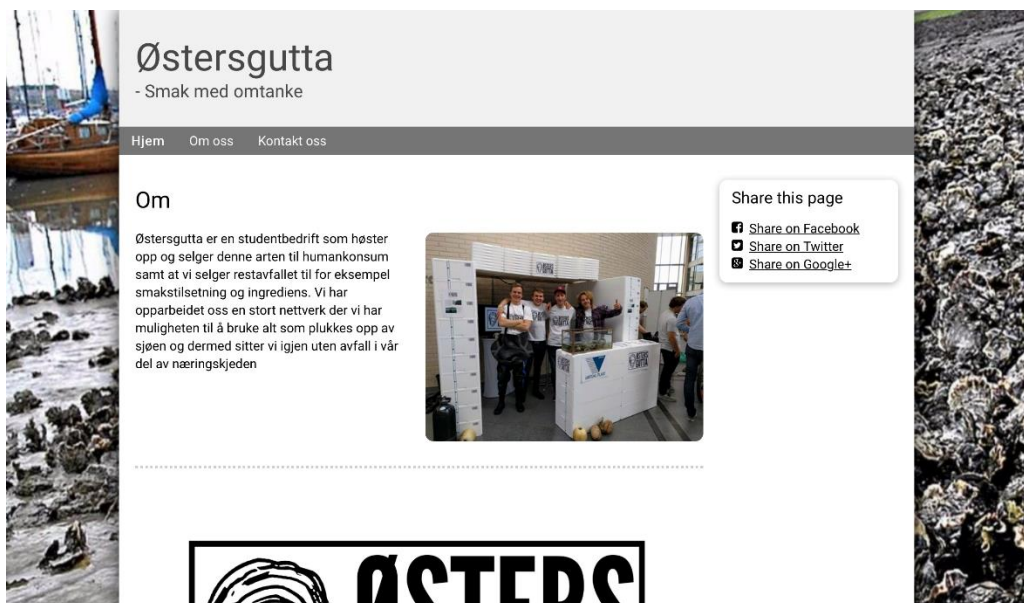
Rolf Oftedal (daglig leder)  
Tlf: 400 44 606  
Email: [rolf.oftedal@outlook.com](mailto:rolf.oftedal@outlook.com)



Share this page

- [Share on Facebook](#)
- [Share on Twitter](#)
- [Share on Google+](#)

Created with SimpleSite 0 0 0 3 0 4




# Østersgutta

- Smak med omtanke

[Hjem](#) [Om oss](#) [Kontakt oss](#)


## Om

Østersgutta er en studentbedrift som høster opp og selger denne arten til humankonsum samt at vi selger restavfallet til for eksempel smakstilsetning og ingrediens. Vi har opparbeidet oss en stort nettverk der vi har muligheten til å bruke alt som plukkes opp av sjøen og dermed sitter vi igjen uten avfall i vår del av næringskjeden



Share this page

- [Share on Facebook](#)
- [Share on Twitter](#)
- [Share on Google+](#)





## **Vedlegg 12: Sandefjords Blad avisartikkel**

From: Paal.Even.Nygaard@sb.no  
To: dennis-bogen@live.no  
Subject: Fra Sandefjords Blad  
Date: Fri, 6 May 2016 11:13:25 +0000

Hei – og takk for henvendelsen!

Vi lager gjerne en sak på dette, med studenten fra Sandefjord som case. Bare ta kontakt med bilder etc. Hadde vært best om vi hadde et bilde tatt i Mefjorden eller andre steder i Sandefjord, men dette kan vi supplere med om det ikke lar seg gjøre med person på bildet.

Jeg har selv erfaring med østers, plukket fra kajakk ved Veierland i Tønsbergfjorden. Legger også ved et par artikler vi har skrevet om temaet.

## **Vedlegg 13: Østersgutta på NRK MR Radio**

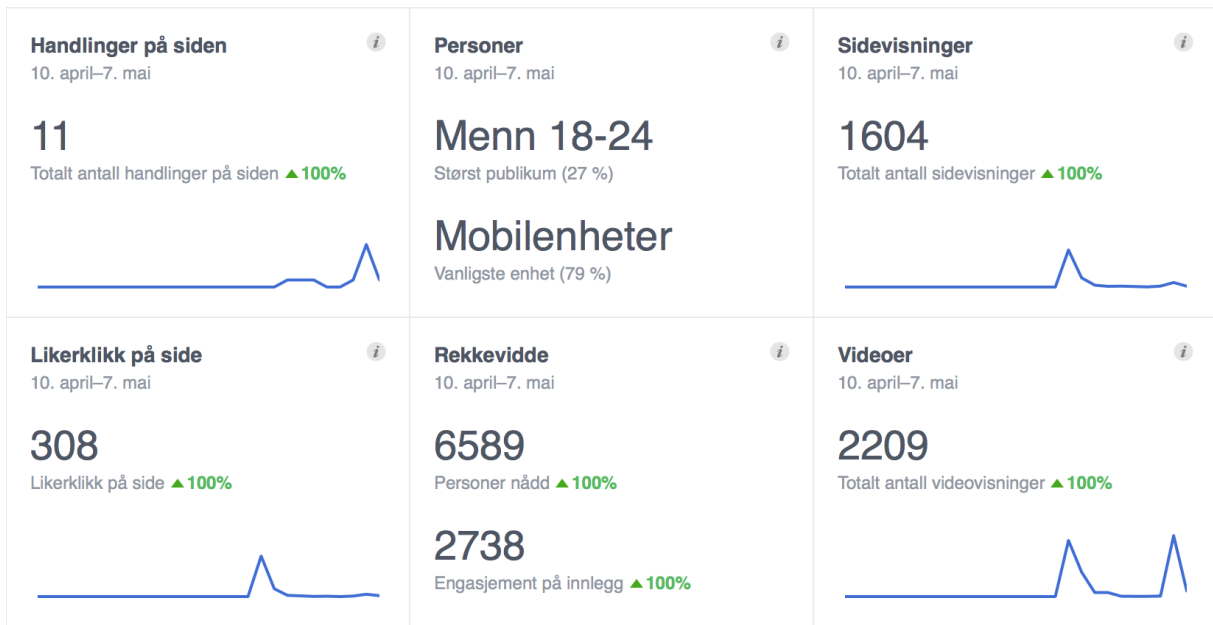
Utdrag fra nettradio den 09.05.2016 fra [radio.nrk.no/direkte/p1\\_more\\_romsdal](http://radio.nrk.no/direkte/p1_more_romsdal)  
«Østersgutta – Ny bedrift som vil jakte på fremmed østers»

God ettermiddag Møre og Romsdal med Leiv-Erik Bondevik og Elisabeth Haddal Røsvik . Det er mandag og i dag skal ... [Vis mer](#)

- 14:06 ↗ Huey Lewis & The News - If this is it
- 14:07 ↗ Line Dybedal - Herteslag
- 14:11 Knut Aarseth om Merkurpassasjen
- 14:15 ↗ The Margarets - Alain Delon
- 14:19 ↗ Robin Thicke + Nicki Minaj - Back Together
- 14:23 Parkeringsverten på Åndalsnes
- 14:27 ↗ Moi - Bensin
- 14:31 Eksplosjon i tank
- 14:32 ↗ Lenny Kravitz - Let love rule
- 14:38 ↗ Stian Fjellidal - Håbløs
- 14:40 Fylket rundt 9. mai
- 14:42 ↗ Last Heat - Cross the River
- 14:46 Østersgutta - ny bedrift som vil jakte på fremmed østers

[Vis bare utdrag ▲](#)

## Vedlegg 14: Facebook innsikt



## Vedlegg 15: Facebook videoposter



 **Østersgutta**  
Publisert av Arne Kragseth [?] · 28. april kl. 17:07 · 

Arne smaker østers for første gang. Synet av østersen er skremmende, men smaken var god.




2470 personer nådd [Frem innlegg](#)

1,3 k visninger

 **Østersgutta**  
Publisert av Dennis Bogen [?] · 6. mai kl. 13:26 · 

Pål og Mikael tok oss på ordet og kom innom for å smake norsk stillehavsøsters for første gang! Se reaksjonen deres !



2389 personer nådd [Frem innlegg](#)

940 visninger

## Vedlegg 16: Instagram profil







## 8. Salg og kundekontakt



## Innholdsfortegnelse

<b>Salgsstrategi og kundekontakt</b> .....	<b>2</b>
<b>Salgsstrategi</b> .....	<b>2</b>
Steg 1 .....	3
Steg 2 .....	3
Steg 3 .....	4
<b>Kundekontakt 2015</b> .....	<b>4</b>
Telefonintervju med Torjan Bodvin – Havforskningsinstituttet .....	4
Telefonintervju med Trond Sveen - Sunnhordaland Havbruk.....	4
Telefonintervju: Heidi Kokkersvold – Mattilsynet avd. Vestfold .....	5
Telefonintervju: Linn Pedersen Heimlich - Miljødepartementet avd. Vestfold .....	6
Telefonintervju: Gunnstein Bakke – Fiskeridepartementet.....	7
<b>Kartlegging av marked</b> .....	<b>8</b>
Kamilla Møller – Restaurant Brygga 11 .....	8
Kjell Henry Olsen – Brødrene Bergren .....	8
Pål Johannesen – Brødrene Bergren.....	9
Daglig leder - Smakfullt kjøkken AS .....	9
Monica Skålvoll - A la Carte avd. Import/adm.....	9
Fredrik – Sjømatkompaniet Ålesund .....	10
Frode Hoem - Flying Seafood Group Norge (FSG) .....	10
<b>Kundekontakt 2016</b> .....	<b>11</b>
Telefonsamtale: Frode Hoem Flying Seafood Group Norge (FSG).....	11
Telefonsamtale: Daglig leder – Vartdal Plast AS .....	11
Skype-møte: Heidi Kokkersvoll – Mattilsynet avd. Vestfold .....	11
Telefonsamtale: Skagerak fisk .....	12
Telefonsamtale: Sandefjord kommune .....	12
E-post korrespondanse: Trond Sveen – Sunnhordaland Havbruk.....	12
Korrespondanse: Eurofins .....	12
E-post korrespondanse: Sten Robert Tennfjord – Neptun Fisk AS.....	13
Telefonsamtale med A La Carte .....	13
Telefonsamtale med Brødrene Berggren .....	14
Telefonsamtale med Firmenich.....	14
<b>Lærdom fra kundekontakt</b> .....	<b>15</b>
<b>Bibliografi</b> .....	<b>16</b>
<b>Vedlegg</b> .....	<b>16</b>
Vedlegg 1: Mattilsynets mail om lovverk .....	16
Vedlegg 2: Intensjonsavtale med Flying Seafood.....	17
Vedlegg 3: Bekreftelse fra Skagerak Fisk .....	18
Vedlegg 4: Neptun Fisk bekreftelse på salg .....	19
Vedlegg 5: Bekreftelse på mottak av stillehavsøsters til rensesentral .....	19



# Salg og kundekontakt

## Salgsstrategi og kundekontakt

Her vil vi redegjøre for en konkret salgsstrategi for å selge norsk stillehavsøsters og hvordan vi vil bygge opp bedriften stegvis. Vi vil også dokumentere for relevant kontakt vi har hatt opp mot kunder og samarbeidspartnere. Vi har bygd store deler av innovasjonsprosjektet ut ifra nær kontakt med faktiske kunder. Vi har og vært i aktiv dialog med offentlige instanser som har vært nødvendig for å realisere prosjektet. Derfor vil vi i størst grad fokusere på kundekontakten Østersgutta har hatt med næringslivet og relevante aktører.

## Salgsstrategi

Etter å ha kommet frem til en helhetlig strategi for markedsføring og markedskommunikasjon, vil vi nå komme ned til den mer direkte delen som er strategien for å aktualisere salgene i markedet vi har definert. Personene vi snakket med i den vår kvalitative markedsundersøkelse, hadde mye relevant innsikt og råd å fortelle oss. Blant annet om hvordan vi kan å skape merverdi gjennom salgsprosessen for fase 1, som er østersleveringer til privatpersoner. Enkelte av rådene, som å bygge en applikasjon, anser vi som et unødvendig tiltak i forhold til å nå målet vårt som på dette stadiet er å skape kortsiktig høye profittmarginer. Men det å drive salg gjennom nettverksmarkedsføring og sosiale forbindelser gjennom våre kunder, mener vi vil være en effektiv og god prosess.

Markedsanalysen som ga oss en rekke verdifulle opplysninger og råd hadde vi opparbeidet oss nok informasjon til å kunne utforme en salgsstrategi. Vår salgsstrategi er en 3-delt løsning der vi først leverer østers til privatindivider på bestilling. Deretter distribuerer vi større volum av østers gjennom handelsnettverket vårt. Deretter det siste leddet der vi danner vårt eget renselanlegg og danner flere plukkesteder. Grunnen til at vi deler opp strategien vår på denne måten er at vi i starten ikke er i stand til å produsere store nok kvantum og å presse ned transportkostnadene nok til at vi kan leve på



profittmarginene vi får gjennom å selge til handelsnettverket vårt som omfatter restauranter og grossister.

### **Steg 1**

Når vi får østersen vår ferdig rensert på Sunnhordaland Havbruk vil vi i første fase transportere den til Bergen og over en ukes tid levere den til forskjellige personer som har bestilt østers av oss. Vi leverer da en kasse på døren i takt med markedsføringsstrategien vår som er å opprettholde et eksklusivt image. Derfor vil vi benytte oss av en flott trekasse som vi putter østersen i før levering. Det vil være mulig å betale oss på leveransstedet eller gjennom faktura. Etter levering og eventuelt åpning og tilberedning vil vi ta med oss trekassen og andre rester tilbake til lageret vårt i Bergen. Her profilerer vi oss som et eksklusivt merke innen luksusmat og spiller på at vi er en liten bedrift dannet av natur-glade østerselskere. Vi selger denne østersen for 20-25 kroner stykket og på den måten beholder vi mesteparten av profitten selv og kan bruke denne til å skape storproduksjonsfordeler for steg 2.

Måten vi skal opparbeide oss bestillinger på er gjennom en prosess som person nummer 2 beskrev for oss i markedsanalysen som nettverksmarkedsføring. Vi vil levere et bestemt antall østers på dørene til potensielle kunder i god tro om at de vil invitere andre østerselskere over på middag og på denne måten spre ordet for produktet og tjenesten vår. Vi vil da legge igjen noen få visittkort i hver pakke vi leverer slik at man får en følelse av at man kun kan dele «hemmeligheten» med et visst antall personer. Vi vil prøve å skape denne effekten i det underbevisste.

### **Steg 2**

I steg 2 har vi dannet oss en armé av tenåringer som plukker østers for oss i Sandefjord og vi leier nå en lastebil som kjører østers til Sunnhordaland Havbruk daglig. Vi plukker nå store nok volum og har presset ned transportutgiftene nok til at profittmarginen og mengden gjør at vi kan vokse gjennom å selge til restauranter og grossister. Vi vil sammen med alle lass av østers vi leverer, fortelle om hvordan østersen vår skiller seg ut fra annen østers gjennom at den er



håndplukket og vill fra norske farvann, framfor å være industrielt opparbeidet fra industrielle anlegg i Vest-Europa.

### **Steg 3**

I siste ledd har vi vokst oss store nok til å drive eget renseanlegg. I dette leddet må vi virkelig satse på markedsføringen for å kunne selge store volum av østers til Europa. Vi vil da spille sterkt på de samme konkurransefordelene vi har nevnt tidligere i tillegg til at vi markedsfører oss som et spesielt norsk produkt som blir ansett som et kvalitetsstempel i utlandet, på samme måte som at mange utenlandske forbrukere anser det som et kvalitetsstempel hvis laksen i frysedisken er norsk.

### **Kundekontakt 2015**

Vi gikk tidlig i kontakt med næringen for å utforske mulighetene på markedet. Den første vi tok kontakt med var landets fremste forsker på stillehavsøsters. Han vært gjengitt mye i media og har spådd «Stillehavsøsters som en ny milliardindustri». (Dn.no, 2015) Vi ville høre hans tanker rundt utvinning av Østers. Den 1. oktober sender vi mail til Torjan Bodvin og avtaler et telefonmøte den 4. oktober.

### **Telefonintervju med Torjan Bodvin – Havforskningsinstituttet**

(4. oktober 2015)

Torjan Bodvin hadde lave tanker rundt utvinning av stillehavsøsters i forhold til kommersiell utnyttelse på grunn av kostnader tilknyttet renseanlegg. Det krevdes også omfattende kostnader knyttet til sertifisering. En rensestasjon var kostbart og estimerte en forsiktig pris fra 500 000,- til 1 000 000,- for etablering av eget renseanlegg. Eneste godkjente rensestasjonen i Norge var eid av Trond Sveen og anbefalte at vi tok kontakt med han.

### **Telefonintervju med Trond Sveen - Sunnhordaland Havbruk**

(5. oktober 2015)

Trond Sveen var derimot veldig optimistisk til vår forretningsidé om å kommersialisere norsk stillehavsøsters. Vi fikk meget med informasjon og innspill til hvordan prosessen foregikk i dag, og en smørbrødtype med godkjenninger som måtte være oppfylt og forutsetninger for vellykket drift:



**Krav:** omsetning av skjell krever en klassifisert lokalitet, høstesertifikat og omsetning via en godkjent ekspedisjonssentral sammen med et sporingsdokument. Trond Sveen tilbød å bruke sitt renseanlegg og nettverk til videre salg.

**Erfaring:** Han har tidligere solgt østers til restauranter på Østlandet der han fra egen erfaring estimerer 500 skjell som kan plukkes på én time. Vi spør hvordan utsiktene er for omsetning i Ålesund - Der estimerer han salget til fra 100 -150 skjell per uke.

Han erfarer at flatøstersen selger bedre enn stillehavsøstersen, på tross av høyere pris. Angående informasjon rundt prising er han beskjeden, men røper en enhetspris per stillehavsøsters på 6.50,-.

**Marked og prosess:** Det er ingen andre aktører på dette markedet idag. Det er idag ikke lovlig med samlesekker da dette regnes som oppdrett. Mellomlagring skal vare i minimum 72 timer for å hindre vekst av uønskede bakterier og alger. For sikkerhets skyld og mistanke om "norovirus" i vannet, skal østersen mellomlagres i tre uker.

**Utfordringer og muligheter:** Vi spør om utfordringer knyttet til høsting av stillehavsøsters. Han forklarer at håndtering av skjell med ukurant størrelse må utnyttes ettersom det ikke er lovlig å dumpe disse.

Han har selv levert 70 tonn blåskjell til en produsent av ørretfôr. Dette ble prosessert på halvannet døgn og fastslår at kapasiteten i denne industrien er enorm. Tomme skjell bearbeides til jordforbedrende midler samt mel og kitosan til kosmetikkindustri fordi all biomasse skal og må utnyttes.

Videre foreslår han å ta kontakt med Heidi i mattilsynet.

### **Telefonintervju: Heidi Kokkersvold – Mattilsynet avd. Vestfold**

(13.10.2015)

I samtale med Heidi Kokkersvold, kan hun fortelle at det er blitt gjort forsøk på høsting av stillehavsøsters av enkeltpersoner, men det er hittil ingen langvarige og vedvarende forsøk.

Regelverket for høsting av skjell er det strengeste og mest regulerte i næringsmiddelindustrien, men det er fullt mulig å forstå. Hun går videre inn på ulike momenter vi må tilfredsstille for å kunne høste kommersielt:



**Kartleggelse:** området vi skal høste i må merkes på kart, sammen med kartleggelse av bebyggelse, jordbruk, avløp, overløp og husdyrhold.

**Klassifisering:** i henhold til mattilsynets forskrifter deles klassifisering inn i "A-B-C-D", og må kartlegges i henhold til kriterier nevnt over. Derifra må prøver sendes til godkjent institutt som NMBU eller veterinærinstituttet.

**Vannprøver:** er et krav som må innfris, resultatet av prøvene vil gi utslag i klassifiseringen. Skjellene bør lagres kjølig på is for at levert produkt skal være i live.

**Transport:** foregår i kasser med is og våt tang, eller tre-ull på ren kjølebil med avrenning. Hvor lenge skjellene vil være i live, må vi selv finne ut av i henhold til egen verdikjede/produksjonslinje.

**Generelt:** ved oppretting av rensestasjon må vannkvalitet i det aktuelle området sjekkes grundig. Vann inn og ut av anlegg skal også UV-behandles. Vi mottar i etterkant av samtalen en mail med nærmere detaljer og lovverk. [Vedlegg 1] Hun nevner at Miljødepartementet i samarbeid med Fiskeridepartementet jobber med en handlingsplan mot stillehavsøsters, og anbefaler at vi utforsker dette.

## **Telefonintervju: Linn Pedersen Heimlich - Miljødepartementet avd. Vestfold**

(13.10.2015)

Vi tar kontakt med vår kontakt Bendik Whist Solum i miljødepartementet som videre henviser oss til Linn Pedersen Heimlich som jobber med naturforvaltning i klima- og miljødepartementet.

*Vi spør: Hvilke planer og tiltak har departementet for å redusere bistanden?*

Miljødirektoratet arbeider i samarbeid med Fiskeridirektoratet nå med en handlingsplan mot stillehavsøsters. Her vil tiltak mot arten, herunder kommersiell høsting, også diskuteres.

Det er lite kunnskap rundt mulige tiltak, så det gjenstår å se hvordan spørsmålet om kommersiell høsting behandles endelig i handlingsplanen som tiltak mot stillehavsøsters. Handlingsplanen skal etter planen være klar i mars 2016.

**Økonomisk bistand:** Når det gjelder økonomisk støtte, har Klima- og miljødepartementet en tilskuddspost som gjelder fremmede arter. Det kan tenkes at det, dersom kommersiell høsting blir en bekjempelsesmetode mot stillehavsøsters, kan det søkes om tilskudd til prosjekter i årene som kommer.



Det er Nærings- og fiskeridepartementet som har formelt ansvar for kommersiell høsting av akvatiske dyr. Linn foreslår derfor at vi tar kontakt med Gunnstein Bakke i Fiskeridirektoratet som arbeider med handlingsplanen som skal legges frem i mars 2016.

### **Telefonintervju: Gunnstein Bakke – Fiskeridepartementet**

(15.10.2015)

Denne seniorrådgiveren kunne fortelle oss mye likt som de øvrige markedskontaktene våre. Noe nyttig kom likevel frem.:

**Eiendomsrett:** Stillehavsøsters er underlagt privat eiendomsrett. Det vil si at vi må avklare hvordan grunneier i ønsket området stiller seg til høsting. Privat eiendomsrett i sjø strekker seg vanligvis ut til ca to meters dyp eller marbakken avhengig av hva som kommer først.

**Lovverk:** Høsting av østers for salg vil berøre regler som forvaltes av Mattilsynet. Disse handler blant annet om kvalitet på vannet der høstingen skjer/der østersen oppbevares før salg. Formålet med reglene er å sikre at østersen er trygg å spise. Omsetning i første hånd (dvs. fra den som høster til en kjøper av skjell, herunder østers) , er underlagt forskrift om førstehåndsomsetning av villevende marine ressurser.

Avhengig av hvor vi tenker å høste, må vi avklare med det aktuelle salgslaget for hvordan vi skal forholde oss. Hvis vi i fremtiden ønsker å høste i området rundt Ålesund, er det Sunnmøre og Romsdal fiskesalgslag "SUROFI", som holder til i Ålesund. Henviste oss videre til regelverket. (lovdata.no, 2015)





## **Kartlegging av marked**

For å kartlegge interessen og levedyktigheten til tjenesten vi ønsket å levere, ønsket vi tilbakemelding fra potensielle kunder. Vi satt av en hel dag til ringerunder til de største aktørene på markedet:

### **Kamilla Møller – Restaurant Brygga 11**

(18.11.2016)

Vi ringer Innkjøpsansvarlig, Kamilla Møller. Hun kan fortelle at hun i dag ikke har stillehavsøsters på menyen, hun tar kun inn franske flatøsters og kjenner derfor best til disse.

Hun har ingen kunnskap om stillehavsøstersen men på forespørsel om hun kan tenke seg å ta inn produktet vårt forholder hun seg positiv fordi det er en norsk vare.

Hun foreslår at vi kontakter Kjell hos Brødrene Berggren.

### **Kjell Henry Olsen – Brødrene Berggren**

(18.11.2016)

Brødrene Berggren, lokalisert i Sandefjord er en av Norges eldste fiskeforretninger. De betjener flere fiskemottak på Østlandet og omsetter over 5000 tonn sjømat i året.

Kjell forteller at Fiskeridirektoratet og Torjan Bodvin den siste tiden har sett på problemet. Han forteller at spesielt Torjan Bodvin (som vi har vært i kontakt med ved flere anledninger) er særs bekymret for ytterligere spredning av stillehavsøsters

Han forteller at mengdene er enorme, men kostnadene knyttet til lønn, transport og utstyr er høye her i Norge. Han er kritisk til profitt-potensialet ettersom han selv kjøper importert østers for 7 kroner stykket og mener marginene blir små.

Kjell nevner også at merkevarebyggingen ligger langt frem i tid og trekker paralleller til blåskjeloppdretten som har slitt i flere tiår, svenskekysten derimot har større potensiale med tanke på EU. Vi spør til slutt om markedet, han forteller at



Franske og Hollandske stillhavsøsters importeres ved antall ca. 10-20 000 stykk per år, i sandefjord og andre "sesongbyer" og mer i de største byene. Helt til slutt pressiserer Kjell til at han alltid har hatt en skeptisk holdning til manuelt arbeid i høykostland.

### **Pål Johannesen – Brødrene Bergren**

(18.11.2016)

På forespørsel om han vil ta inn stillehavsøsters er han veldig positiv, spesielt om sommeren. Han har betydelig etterspørsel på norske kulinariteter men svært liten tilgang. Per dags dato selger de franske stillehavsøsters for 12 kroner med en innkjøpspris på ca 7 kroner.

Vi spør litt om hvordan produktet er pakket og transportert:

De franske østersene leveres i trekurver med rundt 40-50 i hver eske, rundt 200-300 per uke og leveres igjennom A la Carte i Oslo og eller Lerøy Seafood. Flatøstersen fra Sverige ligger i en helt annen prisklasse, utsalgsprisen er i dag 19.30 kroner.

Prisene på import-østers er såpass høye at det stort sett bare omsettes på Aker Brygge

### **Daglig leder - Smakfullt kjøkken AS**

(18.11.2016)

Serverte østers, men hadde lite kunnskap om hvilken type østers de serverte. De kjøpte østers fra A la Carte. Men var positive til å kjøpe fra oss hvis vi kunne matche på A la Carte's pris. Ba oss ringe tilbake når vi hadde produkt klart til levering.

### **Monica Skålvoll - A la Carte avd. Import/adm**

(18.11.2016)

A La Carte er den største importøren i Norge. De selger til grossister, dagligvare, spesialforretninger og restauranter. Bela forteller at interessen for norske østers og kråkeboller har vokst enormt de siste årene ettersom det skandinaviske kjøkkenet forbundet med rene, friske råvarer er løftet opp av næringen. De importerer rundt 15 000 østers i sommerhalvåret og rundt 4000 i vinterhalvåret. Kråkeboller fra Norge har også god etterspørsel, hvilket viser pågangen etter det



skandinaviske. Per i dag har de kun en norsk leverandør av stillehavsøsters, dette er Trond Sveen ved Sunnhordaland Havbruk.

Tall fra uke 47 uke viser at hun solgte 350 flatøsters og 150 stillehavsøsters. Deres utpris på norske østers: M 11.50 kr, L 12 kr, XL 13 kr.

Hun forteller at det viktigste er at alle tillatelse er ok, en god logistikk hver uke, god innpakning og generell god kvalitet. Kan vi innfri disse kravene er vi velkommen som leverandør til A La Cart.

### **Fredrik – Sjømatkompaniet Ålesund**

(18.11.2016)

Syntes det var interessant at vi ville få bukt med norsk stillehavsøsters. Ville gjerne kunne tilby sine kunder vill norsk stillehavsøsters og stilte seg positiv til å kjøpe når vi hadde stillehavsøsters klar til salg. Så det noe problematisk med transport fra Sandefjord – Hordaland – Ålesund, men mente han kunne ordne transport.

### **Frode Hoem - Flying Seafood Group Norge (FSG)**

(18.11.2016)

Frode Hoem var av den største interessenten i markedskontakten i 2015. En fantastisk respons, og mente mulighetene var enorme! Frode mener det er rart det importeres stillehavsøsters når det finnes her i Norge.

Selv importerer han fransk, hollandsk og spansk østers kultivert i spesielle miljøer for spesifikk smak.

Han kan stille med logistikk fra Gardermoen til svenskegrensen og Kristiansand, der de leverer til store grossister, og om vi skulle få igang produksjonen kan vi regne med å få i land en avtale.

Deres leverandør i Holland kan også være et bindeledd for å eksportere norsk Stillehavsøsters til Europa. Flying Seafood har en eksportlisens de enda ikke har benyttet og vil gjerne tilrettelegge for et samarbeid. Potensialet for salg i Europa vil ligge på flere hundre tusen per måned om smaken er god, han vil derfor smaks- teste østersene fra Mefjorden til sammenlikning med østers fra kontinentet så snart vi begynner produksjonen.

Inn-pris på europeisk stillehavsøsters ligger på rundt 4-5 kroner, utpris på 7-10 kr.

Den pakkes i Holland hver tirsdag og ankommer Gardermoen onsdag morgen.

Skjellene bør pakkes tørt i trekasser for enkel transport.



Til slutt nevner Frode at mener det ikke vil være mulig å tjene stort på det norske markedet alene fordi høysesongen her er i sommerhalvåret. Nedover i Europa derimot er høysesongen like før jul, ved å kombinere de to markedene mener han det er betydelig mer å tjene.

## **Kundekontakt 2016**

Etter en enorm respons fra forprosjektundersøkelser i 2015, valgte vi å bygge videre på relasjonene fra tidligere kundekontakt. Nedenfor vil vi gjengi det mest relevante av kundekontakt gjort i 2016. Dette har hjulpet oss langt på vei, og vært en avgjørende faktor i utvikling av innovasjonsprosjektet.

### **Telefonsamtale: Frode Hoem Flying Seafood Group Norge (FSG)**

(22.02.2016)

Vi tar kontakt med Frode for å oppdatere om hvor vi står i prosessen. Han stiller seg fortsatt positiv til samarbeid. Vi utarbeider en avtale om å forhandle frem en endelig avtale når vi har norsk stillehavsøsters klar for levering [Vedlegg 2]. Frode foreslår at vi bruker rensestasjon gjennom hans nettverk i Nederland for å spare kostnader, og ber oss vurdere dette alternativet.

### **Telefonsamtale: Daglig leder – Vartdal Plast AS**

(24.02.2016)

Vi har behov for emballasje for frakt av stillehavsøsters. Vi tar kontakt med Vartdal Plast og legger frem vårt forretningskonsept, og hører hvordan de stiller seg til å sponse oss med femti kasser. De stiller seg positive og vil være med på prosjektet. 7. april leverer de kasser på NTNU i Ålesund med lastebil. Til gjengjeld ønsket de profilering av sin logo når vi sto på messer.

### **Skype-møte: Heidi Kokkersvoll – Mattilsynet avd. Vestfold**

(18.03.2016)

I møte med Heidi orienterer hun om regelverk og påpeker at det er få i bransjen og at vi er forut vår tid, men at det er mye som må gjøres på forhånd. Nevner også at hun fikk et positivt inntrykk av oss etter å ha lest forprosjekt, at vi hadde kommet lenger enn hun trodde. Vi må registrere oss på Mattilsynets nettsider, og dette er problematisk på grunn av organisasjonsnummer til studentbedrift, men dette skulle ikke være noe problem.



### **Telefonsamtale: Skagerak fisk**

(18.03.2016)

For å få en høstetillatelse må vi være i kontakt med et fiskemottak. Skagerak Fisk er ansvarlig for all førstehånds omsetning av Stillehavsøsters i Norge. Vi har derfor vært i kontakt med Skagerak Fisk for å registrere oss og våre kunder. Av informasjon ut av telefonsamtale fikk vi vite at:

All høsting og salg skal registreres hos Skagerak Fisk og hos Fiskeridirektoratet. Vi skal oppgi mengde og vekt av produktet som skal selges. Vi fikk og tilsendt en bekreftelse fra Skagerakk fisk Se vedlegg 3

### **Telefonsamtale: Sandefjord kommune**

(18.03.2016)

Vi tok kontakt med Sandefjord Kommune for å innhente informasjon relevant til kartlegging av Mefjorden. De var svært behjelpelige. De sendte oss det de hadde av tidligere miljørapporter fra Mefjorden, samt ga oss masse tips til andre statlige nettsider hvor vi kunne innhente informasjon. Vi sa at vi skulle ta våre egne prøver av stillehavsøstersene ble de svært overrasket, og ville gjerne ha tilgang til resultatene våre. Sandefjord Kommune er en god samarbeidspartner så vi videreførte denne informasjonen.

### **E-post korrespondanse: Trond Sveen – Sunnhordaland Havbruk**

(13.04.2016)

Trond Sveen gir bekreftelse på avtale om at vi kan bruke Sunnhordaland Havbruk som rensestasjon og ekspedisjonssentral. Dette får vi skriftlig etter Østersguttas ønske på grunn av Mattilsynets krav og skriftlig avtale. [Vedlegg 5] Han informerer videre om at fabrikken hans skal legges ned i løpet av september måned.

### **Korrespondanse: Eurofins**

(25.04.2016)

I samarbeid med eurofins fikk vi tatt prøver av stillehavsøstersene den 28. Mars og den 12.april. Dette ble gjort i følge regelverket med to ukers mellomrom. I kommunikasjon over mail med eurofins spesifiserte vi at vi skulle teste e.coli etter Donovan-metoden og de fire tungmetallene som er nevnt ovenfor.



Dessverre gikk ikke alt som det skulle. Den 25. April mottok vi rapporter fra Eurofins. Vi gjennomgikk prøvene med våre mentor i Møreforskning og hennes kolleger, og fikk vite at verdiene vi fikk var svært gode, men selv etter nøye instruksjon fra oss hadde de ikke brukt riktig metode for E.coli og manglet testing av PAH-tungmetallene. Vi fikk som forklaring av eurofins at dette var gjort feil på grunn av dårlig kommunikasjon internt i bedriften. Dette er et stort problem fordi at i dette regelverket er det ingen gråsoner. Ting må gjøres etter regelverket, hvis ikke får vi ikke klassifisert område eller skaffet høstetillatelse.

Eurofins var hele tiden klare på at de hadde gjort en feil, og ikke vi. De fortalte oss at de kunne ta de prøvene vi trengte på nytt, det eneste de trengte var mer prøvemateriale. Dette ble en utfordring for oss fordi høstelokasjonen er på andre siden av landet og vi hadde ikke planlagt å måtte ta dra ned for å ta flere prøver. Etter dugnadsarbeid fra familie og venner på Østlandet fikk vi sendt opp ferske stillehavsøsters til Ålesund den 5. Mai som vi skal gi videre til Eurofins avdeling i Ålesund den 9. Mai for testing. Vi håper på at denne utfordringen ikke skal stoppe oss, og at vi fortsatt skal få til å få en høstetillatelse før den muntlige eksamen.

### **E-post korrespondanse: Sten Robert Tennfjord – Neptun Fisk AS**

Etter Østersgutta lot venner i nettverket smake på våres stillehavsøsters tidligere i April, fikk en lokal fiskehandler i Ålesund nyss om hvor godt våre østers smakte. Vi ble oppfordret videre til å ta kontakt med Neptun Fisk og fortelle mer. Sten Robert Tennfjord, daglig leder i Neptun Fisk var interessert og ba oss ta kontakt når vi hadde stillehavsøsters klar til levering. [Vedlegg 4]

### **Telefonsamtale med A La Carte**

(12.04.2016)

Vi kontaktet A La Carte på telefon for å forhøre oss om salget av østers for å skaffe oss mer informasjon over markedet og prisingen av østers. Vi fikk beskjed om at vi ville bli oppringt av eksperten deres om kort tid. Noen timer etter ble vi oppringt og fikk da svar på det vi lurte på. En annen viktig hendelse i denne telefonsamtalen var at A La Carte påpekte at de var veldig positivt innstilt på å kjøpe store volum østers av oss ønsker at vi skulle kontakte dem så snart produksjonen var oppe og vil var klare til å selge til dem. De påpekte også at de



hadde strenge forpliktelser til å kunne forsyne sine kunder med rimelig østers og at de derfor ikke kunne kjøpe østersen av oss ved mindre prisen var riktig.

### **Telefonsamtale med Brødrene Berggren**

(12.04.2016)

I denne telefonsamtalen ønsket vi simpelthen å vite hva restauranten solgte østersen for til kundene sine. Dette ville vi vite fordi vi ikke visste hvordan vi skulle prise østersen vår til sluttbrukerne og privatpersoner på fylkesmessen og på dørsalg i Hordaland. Vi fikk da vite at de solgte flatøsters fra 18-22 kroner avhengig av størrelsen. De var litt skeptisk under samtalen ettersom de muligens misforstod intensjonene våre med å vite denne informasjonen til at vi skulle bruke det imot dem til å presse dem på pris når den tid kom. Denne responsen var verdifull erfaring for fremtidige telefonsamtaler angående pris.

### **Telefonsamtale med Firmenich**

(13.04.2016)

I denne telefonsamtalen var vi ikke sikker på hva vi ville, men vi ringte likevel. Dette var fordi vi fikk en oppfordring på fylkesmessen fra en i juryen som jobbet Firmenich som sa han kunne hjelpe oss med konseptet. Vi ringte han og fortalte om denne oppfordringen som var grunnen til at vi ringte, og lurte på om han kunne hjelpe oss og med hva. Han fortalte derfra om hva hans avdeling i Firmenich holdt på med og at de muligens var interessert i å kjøpe østers av oss. Han ba oss vente noen timer mens han forhørte seg med den aktuelle avdelingen. Når han ringte oss tilbake fortalte han at hvis vi var i stand til å forsyne dem med frosne blokker av rent østerskjøtt på minst 10 000 østers ønsket de å kjøpe av oss gitt at kiloprisen var riktig. Dette var en spennende telefonsamtale ettersom at det åpnet muligheten for oss å drive en enklere form for renseprosess samtidig som vi får brukt den østersen som restauranter ikke ønsker å kjøpe.

## Lærdom fra kundekontakt

Gjennom et halvt år med aktiv kontakt med næringslivet, offentlige instanser og nøkkelpersoner, har vi lært enormt mye. Det har vært tidkrevende, men det har definitivt vært den beste måten å lære på. Det har også vært den mest hensiktsmessige formen å kjenne bransjen på, ettersom vi operer i et marked som er så lite utforsket.

Vi har erfart å gjøre uformelle salg, utforme intensjonsavtaler, og opplevelser av miskommunikasjon som har vært frustrerende. På slutten av semesteret, hadde vi gjort oss såpass bemerket at vi faktisk ble kontaktet av kunder som var interessert i stillehavsøsters fra oss. Det har vært lærerikt med en så tett kontakt opp mot næringen vi skal operere i. Det har definitivt gjort at vi har sett nytteverdien av å kontakte kunden og markedet for å få aksept for produktet vi ønsker å levere, fremfor å presse et produkt på kunden den egentlig ikke vil ha.



## Bibliografi

(2015, 11 19). Hentet fra Dn.no:

<http://www.dn.no/nyheter/politikk/Samfunn/2015/02/02/2200/Havbruk/spr-ny-milliardnrning>

*lovdata.no.* (2015). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2013-12-20-1665?q=fiskesalgslag>

## Vedlegg

### ***Vedlegg 1: Mattilsynets mail om lovverk***

13.10.2015

Hei.

Det må i utgangspunktet påregnes ett år med prøvetaking av skjellmat for fekalforurensning og en kartlegging av både punktutslipp og generell forurensning i området som ønskes klassifisert. Dette innebærer også uttak av prøver mhp. tungmetaller miljøgifter. Det er Mattilsynet som avgrensner området som det kan gis en klassifisering for. For å kunne høste østers til konsum fra et område må det foreligge en A-klassifisering dvs, det må tas ut 12 prøver pr. år og ingen av disse må være >230 MPN/100g. I områder som klassifiseres med A-status skal det i prinsippet ikke forekomme fekal forurensning.

Et område der det er mye ytre påvirkning som boliger og hytter med direkte utslipp av kloakk, husdyrbeiter, båttrafikk, pumpestasjoner, elveutløp osv, vil det ofte ikke være mulig å gi en A-klassifisering. Da kan det gis en B-klassifisering, noe som betyr at skjellene må gå til en godkjent rensestasjon for rensing før de kan pakkes og selges. Det er åpning for å gi en midlertidig B-klassifisering for et område hvis området ikke er kartlagt fra før med tanke på å få til en A-klassifisering. Det må da fremlegges minimum to mikrobiologiske prøver av skjell tatt med 14. dagers mellomrom og en analyse av tungmetaller og miljøgifter fra høsteområdet (denne gjelder for fire år av gangen).

Når det ønskes å høste skjell må det søkes om høstetillatelse hos Mattilsynet. Det må tas ut en prøve av skjell og analyseres for algetoksiner, analyseresultatet legges ved søknaden om høstetillatelse. Hvis tillatelse kan gis, må det i tillegg tas ut en prøve av skjell på algetoksiner i høsteperioden det er gitt høstetillatelse for. Høstetillatelse gis normalt for 10-14 dager av gangen.

Skjellene må så høstes, transporteres forsvarlig til rensesentralen og pakkes ved en godkjent ekspedisjonssentral før de sendes ut for salg. Levende muslinger kan ikke omsettes for detaljsalg på annen måte enn gjennom en godkjent ekspedisjonssentral, dvs. det er ikke lov å levere skjell direkte til restauranter selv om området de plukkes i er klassifisert. Dette med bakgrunn i risikoen som er forbundet med produktet.

<http://www.lovdata.no/cgi-wift/lcles?doc=/sf/sf/sf-20081222-1624.html> Se forordning [583/2004](#) avsnitt VII

[http://www.mattilsynet.no/fisk\\_og\\_akvakultur/akvakultur/skjell\\_som\\_mat/](http://www.mattilsynet.no/fisk_og_akvakultur/akvakultur/skjell_som_mat/)



**Grenseverdier for algetoksiner:**

PSP	< 800 mikrogram/kg
DSP	160 mikrogram/kg
ASP	20 milligram/kg
YTX	1 milligram/kg
AZA	160 mikrogram/kg

**Heidi Kokkersvold**

**seniorinspektør**

**Mattilsynet, Region Øst avd. Vestfold**

**Vedlegg 2: Intensjonsavtale med Flying Seafood**

02.05.2016

## Intensjonsavtale

Fsg Norge AS er interessert i å inngå et fremtidig samarbeid med Østersgutta SB.

Dette innebærer ingen forpliktelser for Flying Seafood, men en enighet om å forhandle frem en endelig avtale med Østersgutta når levering står klar.

Flying Seafood

Prokura  
v/Frode Hoem Gellein

Østersgutta SB

Markedsansvarlig  
v/Dennis Bogen



## Vedlegg 3: Bekreftelse fra Skagerak Fisk

# SKAGERAKFISK



Rolf Oftedal  
Att: Østersgutta SB  
Serviceboks 17

6025 ÅLESUND

rolf.oftedal@outlook.com

Vår saksbehandler JEL

Vår dato 22. mars 2016

Vår referanse 2016.175

### HØSTE OG SELGE STILLEHAVSØSTERS TIL GROSSIST

Viser til din e-post datert 18/3.

Vi forstår det slik at bedriften skal høste stillehavsøsters i kystsonen utenfor Sandefjord og at østersen skal omsettes til oppgitte grossister.

Vi ber om at De er oppmerksom på følgende:

- Mattilsynet har klassifisert området som B-område. Det medfører at østersen etter høsting må oppbevares i rensesentral mens prøver blir analysert. Kontakt Mattilsynet i Vestfold for nærmere fremgangsmåte og regelverk.
- Stillehavsøsters ligger på dyp inntil 2 m. Grunneier har enerett på villevende marine ressurser på dybde inntil 2 m. Med andre ord må høstingen avtales med grunneier.

Når ovennevnte er formalisert og godkjent, vil bedriften kunne registreres av oss. Østers fra nevnte område skal omsettes på førstehånd gjennom Skagerakfisk.

Kjøperne må registreres av Fiskeridirektoratet. Mer informasjon om dette finnes hos [www.fiskeridir.no](http://www.fiskeridir.no)

Vi ønsker lykke til og hører nærmere fra Dem når høstingen skal starte.

Med vennlig hilsen  
SKAGERAKFISK SA

  
Kjell Arild G. Tøfte  
Direktør

Skagerakfisk SA  
Postboks 401  
4664 Kristiansand

Kontoradresse  
Lagmannsholmen 1  
4610 Kristiansand

Org.nr  
946 768 871 MVA

Telefon 38 12 42 00  
Telefax 38 02 34 53

Bank: 3060.07.93000  
[firmapost@skagerakfisk.no](mailto:firmapost@skagerakfisk.no)  
[www.skagerakfisk.no](http://www.skagerakfisk.no)

#### **Vedlegg 4: Neptun Fisk bekreftelse på salg**

hei Dennis!

dette er jeg interessert i, bare å gi beskjed når dere er klare!  
(jeg er bortreist 22-29 mai.)

mvh sten tennfjord  
neptun fisk as

> To: sten-tennfjord@hotmail.com  
> Subject: Kontakt melding far from Dennis Bogen, Østersgutta  
> From: dennis-bogen@live.no  
> Date: Thu, 28 Apr 2016 09:00:35 -0700  
>  
> Hei Sten Robert! Fikk tips av Adrian Gjerde om å kontakte deg angående Stillehavsøsters! Vi har snart i boks en høstetillatelse i Mefjorden, og vil mest sannsynlig ha østers klare for distribusjon og salg i slutten av mai/begynnelsen av juni. Hvis du kunne tenke deg å prøve ut et lite parti, med en uformell intensjonsavtale, er vi i Østersgutta meget interessert i det! ;) Hører fra deg, Mvh. Dennis Bogen.  
> <https://www.facebook.com/ostersguttasb>

#### **Vedlegg 5: Bekreftelse på mottak av stillehavsøsters til rensesentral**



#### **Bekreftelse på mottak av stillehavsøsters til rensesentral**

Sunnhordland Havbruk vil med dette bekrefte at de vil ta i mot et parti med stillehavsøsters fra Østersgutta til vårt pakkeri H-90.

Østersen vil følge samme prosedyre ved mottak, mellomlagring ( rensing), pakking og forsendelse som er innfelt i vårt kvalitetssikringssystem.

Mølstrevåg 10/4-2016

Trond Sveen  
Sunnhordland Havbruk



**9. Formalia**

## Innholdsfortegnelse

<b>Innledende formalia</b> .....	<b>2</b>
<b>Revisors regnskapsgjennomgang</b> .....	<b>2</b>
<b>Generalforsamling</b> .....	<b>2</b>
<b>Registrerings skjema</b> .....	<b>3</b>
<b>Utkast årsmelding Østersgutta studentbedrift 2015-2016</b> .....	<b>3</b>
Bakgrunn.....	3
Eiere, veileder og mentor .....	3
Utvikling av forretningsidé .....	4
Markedsføring .....	4
Prosessen med markedsundersøkelsen .....	5
Lærdom og erfaringer .....	6
Økonomi.....	7
Helse og miljø .....	8
<b>Styrearbeid</b> .....	<b>9</b>
Møter .....	9
Styremøte 4. november 2015 .....	9
Styremøte 12. januar 2016 .....	9
Styremøte 17. februar 2016.....	10
Styremøte 27. april 2016.....	10
Styreleders vurdering av perioden.....	11
<b>Mentor</b> .....	<b>11</b>
Mentorkontakt .....	12
E-post korrespondanse: Margareth Kjerstad, mentor - 12.januar 2016.....	12
Personlig møte: Margareth Kjerstad, mentor - 2.februar 2016 .....	12
Personlig møte: Margareth Kjerstad, mentor og Snorre Bakke – 24. februar 2016.....	13
Personlig møte: Margareth Kjerstad, mentor og kollega Tryg Barnung – 28.april.....	13
Takk til mentor .....	14
<b>Vedlegg</b> .....	<b>15</b>
Vedlegg 1: Revisors gjennomgang av regnskap for Østersgutta .....	15
Vedlegg 2: Utkast til innkallelse av generalforsamling .....	16
Vedlegg 3: Samordnet registreringsmelding.....	17
Vedlegg 4: Styreinnkallelse 04.11.2015 .....	18
Vedlegg 5: Styreprotokoll 04.11.2015 .....	19
Vedlegg 6: Styreinnkallelse 12.01.2016 .....	20
Vedlegg 7: Styreprotokoll 12.01.2016.....	21
Vedlegg 8: Styreinnkallelse 17.02.2016 .....	23
Vedlegg 9: Styreprotokoll 17.02.2016.....	24
Vedlegg 10: Styrekinnkallelse 27.04.2016 .....	26
Vedlegg 11: Styreprotokoll 27.04.2016.....	27
Vedlegg 12: Mentor bekreftelse.....	28



# Formalia

## **Innledende formalia**

I denne seksjonen vil vi gå gjennom rent formelle prosesser som forberedelse til generalforsamling, registreringsskjema opp mot Brønnøysund og et foreløpig utkast til årsmelding med årsregnskap. Dette er rent formaliteter opp mot Ungt Entreprenørskap og Østersgutta som registrert studentbedrift. Vi har fortsatt uoppgjort oppdrag og et fremtidig salg vi skal gjennomføre, og har besluttet at vi avventer avvikling før 10.05.2016, og vil derfor ikke dokumentere den prosessen i dette dokumentet.

Videre vil vi gi en beretning om styrearbeidet gjort i bedriften i sammenheng med styremøtene. Og vi vil beskrive mentor sin rolle i bedriften og utbytte vi sitter igjen med fra mentormøter.

## **Revisors regnskapsgjennomgang**

Til å utføre revisjon og kontroll av Østersguttas regnskap, har bedriften brukt Kristin Oftedal som revisor. Hun har kontrollert kontoutskrift og billag for årets regnskap, og mener balanse og egenkapital på 18.609,50,- er korrekt.

For revisors fullstendige redegjørelse av Østersguttas økonomi, se vedlegg 1

## **Generalforsamling**

For alle selskap med flere eiere, skal det avholdes generalforsamling en gang i året. Det er planlagt innkalt til generalforsamling 20. mai for alle som har andeler i bedriften, i tillegg er veileder og mentor invitert. Formålet med generalforsamling i denne sammenheng er å avvikle bedriften som SB etter at generalforsamlingen har godkjent årets regnskap og fordelt overskudd. Det er også tenkt å diskutere veien videre for Østersgutta.

Et utkast til innkallelse av generalforsamling finnes i vedlegg 2.



## **Registreringsskjema**

Østersgutta SB, fikk i februar ett nytt medlem på gruppen. Dette har medført en liten prosess med etterregistrering av medlemmet. Vi mistet og et medlem fra arbeidsgruppa til fordel for individuell bachelor oppgave. Dette løste vi med å beholde vedkommende som eksternt styremedlem. I ettertid har dette vist seg nyttig for et friskt blikk på bedriftens virksomhet.

For samordnet registreringsmelding, se vedlegg 3.

## **Utkast årsmelding Østersgutta studentbedrift 2015-2016**

### ***Bakgrunn***

Helt i starten av høstsemesteret hadde vi allerede et problem vi begynte å utforske, dette problemet så i første gang ut til å være så stort at vi ble usikre på om det var noe å jobbe med som en studentbedrift. Vi utforsket også andre mulige problemstillinger for å være sikre på at vi valgte det vi ville jobbe med. Vi gikk for det første problemet vi hadde drøftet.

### ***Eiere, veileder og mentor***

Østersgutta studentbedrift har i dag totalt seks eiere, disse er:

- Rolf Oftedal
  - Dennis Bogen
  - Torstein Leikanger
  - Arne Kragseth
  - Thomas Bjerke
  - Johannes Hjertholm
- (ikke en del av gruppen, men fortsatt andelseier og styremedlem).

Daglig leder: Rolf Oftedal, 22 år fra Sandefjord

Styreformann og markedsansvarlig: Dennis Bogen, 23 år fra Årnes

Produksjon og logistikkansvarlig: Torstein Leikanger, 24 år fra Oslo





Markedskontakt: Arne Kragseth, 23 år fra Bergen  
Økonomiansvarlig: Thomas Bjerke, 26 år fra Nittedal  
Styremedlem: Johannes Hjertholm, 25 år fra Oslo

Som veileder har vi foreleser Bjørn Magne Hatløy som jobber ved NTNU i Ålesund og som mentor har vi Margareth Kjerstad som jobber på Møreforskning. Vår revisor er Kristin Oftedal som er vår daglig leders mor.

### ***Utvikling av forretningsidé***

Etter litt fram og tilbake valgte vi å gå ut fra problemet som den invaderende arten stillehavsøsters bringer med seg. Vi var i kontakt med en havforsker som mente at dette var et problem som ikke passet en studentbedrift da det er ekstremt mye å ta for seg, spesielt med tanke på det strenge lovverket vi har i Norge når det kommer til salg av næringsmidler. Vi valgte derfor å heller se på det som en utfordring hvor i heller må jobbe enda hardere, men samtidig sitte igjen med en bedre følelse enn om vi hadde valgt noe som er mindre utfordrende.

Forretningsideen vår: *Vi i Østersgutta skal høste, rense og selge Stillehavsøsters til restauranter og privatpersoner. Hensikten er å hindre at denne invaderende arten sprer seg, i tillegg til å skape verdi for bedriften.*

### ***Markedsføring***

Siden vi kun var gutter på gruppen valgte vi enkelt og greit navnet Østersgutta. Navnet i seg selv kom med tanke på det norske markedet da i vi starten av prosessen ikke var helt klar over at det europeiske markedet har en stor etterspørsel etter råvarene vi skal tilby. Selv om navnet vårt kan være en utfordring å forstå for folk utenfor Skandinavia har vi valgt å holde på det da vi er en norsk bedrift som vil ta vare på norske verdier og norsk kvalitet. Vi har valgt å lage en enkel logo der en østers samt navnet på bedriften vises, og vi mener at dette skal kunne fortelle folk i andre deler av Europa hva Østersgutta har å tilby. En stor del av markedsføringen vi har gjort bærer preg av å vise til at det er stort problem med stillehavsøster her i Norge. Vi har brukt kanaler som Facebook, internettside og nettverksbygging for å nå ut. For å bygge et solid nettverk har vi



vært i kontakt med mange bedrifter i Norge vi mener kan hjelpe oss og/eller være potensielle kunder. Vi har kontakt med 16 bedrifter der alle har vært positive og på en eller annen måte og har et ønske om hjelpe oss eller handle av oss.

Noen av bedriftene vi har inngått avtale for kjøp med er Flying Seafood, A La Carte og Firmenich. Flying Seafood og A La Carte er grossister som vil distribuere produktet vårt til restauranter i Norge og Europa. Firmenich er en smakstilsetningsprodusent for storkjøkken som bruker østers som smakstilsetning i sauser og lignende. Vi har tatt kontakt med alle bedriftene for uforpliktende intensjonsavtale. Andre bedrifter som vi også har vært i kontakt med og som har vist interesse for produktet vårt er Neptun Fisk, Brødrene Berggren, Sjømatkompaniet og Smakfullt Storkjøkken, samt en hel del lokale restauranter i nærområdet i Ålesund.

### ***Prosessens med markedsundersøkelsen***

Før vi satt oss i gang med markedsanalysen tenkte vi først grundig gjennom hva vi trenger å vite og hvorfor vi trenger å vite dette. Vi visste allerede at etterspørselen på østersen vår er mye større enn det vi klarer å levere. Derfor trengte vi ikke å vite hvor mange østers et tilfeldig utvalg personer ønsker å spise. Det å spørre rundt blant venner og bekjente eller fremmede forbipasserende for å forhøre oss om østersvanene deres så vi derfor på som unødvendig. Et av problemene vi ønsker å finne ut var ikke om hvor mye østers vi klarer selge, men hvordan vi kan tjene penger på det. Å selge til restauranter etterlater oss med veldig lave profittmarginer (kanskje også negative) slik produksjon og leveringsevnen vår er i startfasen. Det vi ønsket å finne ut var derfor om privatpersoner var villig til å kjøpe østers fra oss direkte i kvantum på 100+ østers til 20-25 kroner stykket. Personer som dette er det gjerne vanskelig å finne fatt i på gata, men gjennom et sosialt nettverk vi har ikke så altfor langt unna renseanlegget i Hordaland kjenner vi til noen personer som er glad i østers og som regelmessig arrangerer store eksklusive middagsfester for et stort antall gjester. Dersom vi kunne ha solgt våre første lass med østers til personer som disse hadde inntektene dekket alle kostnadene våre og vi hadde sittet igjen med en profitt. Dette er årsaken til at vi valgte en kvalitativ analyse. Denne analysen må gi oss svar på hva som skal til for at disse personene skal kjøpe østersene våre i kasser.



Måten vi la opp intervjuene på var over telefon der vi først fortalte dem om vår bedrift og hva vi leverer. Vi snakket da om hva som gjør oss annerledes i forhold til Meny og andre aktører som selger østers på det norske markedet. Vi la vekt på konkurransefordelene våre som var at det er villøsters håndplukket i norske farvann og at dette bidrar til å forhindre spredning av arten. Vi nevnte også at arten vår er større og annerledes enn den man kjøper i butikken. På denne måten lot vi de intervjuede reflektere over disse konkurransefordelene og hvor avgjørende disse er for dem.

Utover intervjuet lot vi dem snakke så mye som mulig. Vi tok underveis å vinklet samtalen inn mot «hva om vi hadde gjort det på denne måten» og «hva ønsker du i forhold til dette». Vi hadde det hele tiden i bakhodet at vi måtte vite hva som skal til for at de skal bestille østersen vår. Dette gjorde at spørsmålene våre gikk naturlig inn mot å sanke inn denne informasjon som kunne gi oss relevante svar. Vi tok underveis i samtalen å skrev ned notater direkte mens vi snakket. Dette gjorde det enklere å sikre at alle hovedpunktene og den viktigste informasjonen ble tatt med. Vi var også innom Meny og forhørte oss om ting de kunne gi svar på fra en østersforhandlers perspektiv.

Etter samtalene satt vi igjen med masse nyttig informasjon. Vi tydet denne informasjonen til å danne en konklusjon som ga oss et tydelig svar på det vi ønsket å finne ut.

### ***Lærdom og erfaringer***

For oss har dette vært en svært lærerik prosess som har gitt oss mange positive erfaringer vi kan ta med oss videre. I ettertid skulle vi gjerne ha begynt tidligere med prosessen for å skaffe høstetillatelse, da dette var en mer omfattende prosess enn vi forestilte oss i starten. I starten brukte vi mye tid på å identifisere markedet og opprette kontakt med bedrifter, og vi ser nå i ettertid at vi kunne brukt mer av tiden på å lese oss opp på regelverket rundt høstetillatelse. I matbransjen er det et stort og komplekst regelverk som skal følges til punkt og prikke, og det kan drøftes at vi undervurderte dette i begynnelsen.

Det har imidlertid vært en svært lærerik prosess. Vi ser at mye av det vi har lært i de siste tre årene kommer godt med i en oppstart av bedrift, og får en praktisk forståelse av mye av teorien vi har hatt. Vi har oppnådd forståelse av en bransje



som kan bli svært verdifull for det norske samfunnet i fremtiden. Det har vært en unik erfaring å ta kontakt med firmaer på den måten vi har gjort, og det har gitt stor mestringsfølelse når store, tradisjonsrike firmaer har vist interesse for produktet vårt.

Gjennom dette prosjektet har vi fått en god oppfatning av det å starte opp en bedrift. Det har ikke vært lett, og vi har funnet ut at det å starte opp en bedrift er en svært tidskrevende oppgave. I tillegg til produktet vi skal selge er det en stor oppgave å lage en forretningsplan, markedsplan, økonomi og lignende.

### ***Økonomi***

Under dette punktet skal vi se litt på Østersguttas finansielle posisjon. Fra oppstart av studentbedriften i Oktober 2015 til Februar 2016 var det ingen økonomisk aktivitet hos Østersgutta Studentbedrift.

I Februar i år startet vi smått med innkjøp av diverse ting til bedriften som t-skjorter med logo og visittkort, samt noe kontorrekvisita. I Mars ble vi tildelt penger i form av en sponsor, men her begynte vi også å bruke mer penger i form av reiseutgifter og markedsføringsutgifter. I april kom vår største utgift så langt som var en av testene som må utføres for å få en klassifisering av høstelokasjonen vår. I mai kom oppstartspenger fra Sparebanken Møre samt premiepenger fra fylkesmessa 2016 hvor vi vant prisen for beste samarbeid med næringslivet. Ved starten av Mai måned hadde vi kapital nok til å utføre de siste testene og søknadene vi trenger for å kunne starte med salg av stillehavsøsters. Vi har i perioden Januar til Mai 2016 ikke hatt noen faste utgifter og dermed har vi ikke hatt noe problem med å betjene de få utgiftene som har dukket opp underveis.

## Resultatrapport

Østersgutta Studentbedrift  
916091087

Regnskapsår: 01.01.2016 - 31.12.2016

Gjelder periode: 01.01.2016 - 31.12.2016

	Periode	Akkumulert
Driftskostnader	-10 637,50	-10 637,50
<b>Driftsresultat</b>	<b>-10 637,50</b>	<b>-10 637,50</b>
<b>Ordinært resultat før skatt</b>	<b>-10 637,50</b>	<b>-10 637,50</b>
<b>Ordinært resultat</b>	<b>-10 637,50</b>	<b>-10 637,50</b>
Ekstraordinaere poster	29 247,00	29 247,00
<b>Årsresultat</b>	<b>18 609,50</b>	<b>18 609,50</b>

Utskrevet av Thomas Åkerholm Bjerke 09.05.2016 20:06:09

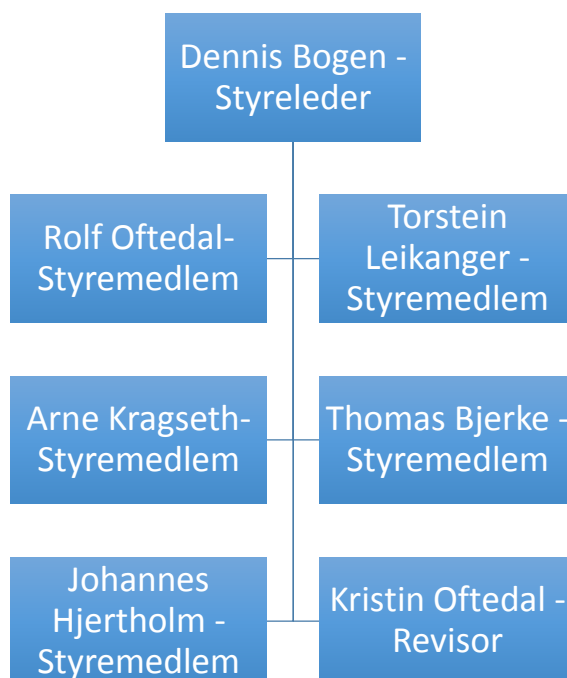
Visma eAccounting

## Helse og miljø

Bedriften har ingen forurensende virksomhet, og arbeidsmiljøet er godt.

Figuren viser organisasjonskartet til Østersgutta SB.

Ålesund 01.05.16



## **Styrearbeid**

I arbeidet fra forprosjekt på høstsemesteret 2015, frem til avsluttende vårsemester 2016 har det vært viktig for bedriften å opprettholde en viss form for struktur opp igjennom arbeid med innovasjonsprosjekt. På mange måter har styremøtene til Østersgutta SB fungert som en rygggrad der milepæler, fremdrift og status har vært gjennomgående.

## **Møter**

Der det har vist seg hensiktsmessig for styreleder å innkalle til møte, har vært ved overveiende veivalg og store avgjørelser. Det er også blitt innkalt til styremøter for å sørge for kontinuitet og kontroll i arbeidet. Formålet har vært enten å orientere, oppklare eller å avgjøre.

Videre vil vi gi en kortfattet oversikt over styremøter i Østersgutta SB, hvilke formål det ble innkalt til og hvilket vedtak som ble av resultat.

### **Styremøte 4. november 2015**

Av saker på dagsorden sto følgende:

- Fremdriftsplan
- Orientering fra daglig leder
- Orientering fra økonomiansvarlig.

Her brukte vi styremøte til å sette felles milepæler og sette en struktur for arbeid fremover. Som et resultat ble forretningsplan levert inn i tide. Orientering var og nyttig for status og informasjonsflyt.

[Vedlegg: 4,5]

### **Styremøte 12. januar 2016**

Av saker på dagsorden sto følgende:

- Orientering fra daglig leder
- Fremdriftsplan
- Evaluering

Her benyttet daglig leder seg av å gjøre en forventningsavklaring med medlemmene på gruppen og alle fikk mulighet til å ytre seg. Et effektivt tiltak som viste hvor vi sto og hva vi ønsket å oppnå i som resultat av innovasjonsprosjekt.



Dette var viktig for å jobbe mot samme mål. Det ble og informert om at styremedlem Johannes Hjerteholm har valgt å skrive bachelor, og foreslår å innhente nytt gruppemedlem. Vi satt milepæler sammen, og gjorde en evaluering av hva som fungerte godt i gruppearbeidet i forprosjekt, og hva som kunne blitt gjort bedre. Resultat ble et mer bevisst syn på hva vi gjør bra, og forbedre oss der vi kan. Dette har optimalisert prosessen vi jobber i gruppe på.

Vedlegg:

«Styreinnkallelse 12. januar 2016»

«Styreprotokoll 12. januar 2016»

### **Styremøte 17. februar 2016**

Av saker på dagsorden sto følgende:

- Orientering fra daglig leder
- Orientering fra økonomiansvarlig
- Oppfølging av fremdriftsplan
- Prototypefondet
- Vedtak: opptak av nytt medlem

Nytt medlem, Arne Kragseth ble invitert som ekstern deltaker av styremøtet, og fikk en orientering fra daglig leder hvor vi står. Det ble satt krav fra daglig leder om fremdrift, og tilbakemeldinger blir gitt ved søknad av prototypefond. Videre vedtar styret å ta opp Arne Kragseth som medlem av Østersgutta SB. I ettertid har sistnevnte vedtak visst seg veldig fordelaktig for Østersguttas fremdrift og sluttresultat.

Vedlegg:

«Styreinnkallelse 17. februar 2016»

«Styreprotokoll 17. februar 2016»

### **Styremøte 27. april 2016**

Av saker på dagsorden sto følgende:

- Orientering fra Østersgutta
- Firmenich som samarbeidspartner
- Høstetillatelse

- Milepæler
- Veien videre

Av praktiske årsaker var styremøte lagt til april. Det var et bevisst valg fra styreleders side å avvente med styremøte mellom februar og april-møtet. Som en formalitet kan det vurderes det kunne vært gjort et mars-møte, men styreleder så ingen behov for dette. Et resultat av styremøtet var et viktig veivalg med Firmenich, og fastsettelse av milepæler frem mot innlevering av innovasjonsprosjekt. Vi diskuterer også veien videre for å få klarhet i hvor gruppens medlemmer står.

### ***Styreleders vurdering av perioden***

Østersgutta SB har bedrevet sin virksomhet i overkant av seks måneder. I denne perioden er det avholdt fire styremøter der ulike veivalg, vedtak og orienteringer har funnet sted. Oppmøte fra styremedlemmene har vært meget tilfredsstillende, og funnet gode alternative digitale løsninger for tilstedeværelse dersom et medlem ikke har hatt anledning til å møte i person.

Styremøtene har vært et viktig verktøy i bedriften for å orientere hverandre om arbeid gjort og for å opprettholde progresjon av bedriften. Ved store avgjørelser i veivalg, har vi også sett styremøtene som viktig verktøy for å komme til en enighet.

Vi har hatt en hendelse hvor ett styremedlem har meldt seg ut av den operasjonelle driften av Østersgutta SB, men dette har vært av rent akademiske bakom forliggende grunner. Vi har løst dette med en god dialog med den det gjaldt, og har siden brukt han som eksternt styremedlem. Dette har vist seg hensiktsmessig for å få et friskt objektivt syn på ulike veivalg.

Alt i alt et vellykket år med gode innspill og diskusjoner. Gode valg er gjort, og dette har vist seg i resultatet av innovasjonsprosjektet.

### **Mentor**

I en næring som var relativt ukjent for oss, var det viktig å skaffe seg ekstern kompetanse på området. Vi fikk tips av en med-student i slutten av desember om å ta kontakt med Margareth Kjerstad i Møreforskning.





Margareth Kjerstad har jobbet i Møreforskning i 23 år og har arbeidet mye med utnyttning av nye arter og produkt. Hun er i dag forskningsleder. Hun jobber langs hele verdikjeden, fra fiskefeltet eller fabrikken og er med på produktutvikling helt frem til kunder. Hennes forskningsarbeid er anvendt og blir gjennomført i nært samarbeid med rederlag og bedrifter. (Moreforsk.no, 2016)

### ***Mentorkontakt***

Vi vil i dette kapitlet forsøke å dokumentere kontakt med mentor, og hvordan innvirkning dette har hatt på utviklingsprosessen i innovasjonsprosjektet. Generelt har vi invitert mentor til å delta på samtlige av våre styremøter og vi har brukt mentor som en ressursperson i vanskelige problemstillinger vi har stått ovenfor. Underveis i prosjektet har vi oppdatert mentor med jevnlig mellomrom og rådført oss ved veivalg.

### **E-post korrespondanse: Margareth Kjerstad, mentor - 12.januar 2016**

Opprettet forbindelse med Margareth Kjerstad der vi introduserte oss selv og prosjektet og forespurte henne som vår mentor. Hun likte innovative idéer og håpet hun kunne bidra med nyttige råd utfra hennes erfaring og takket ja.

[Vedlegg 12]

### **Personlig møte: Margareth Kjerstad, mentor - 2.februar 2016**

Vårt første møte med mentor, Margareth Kjerstad var ved Norsk Maritim Kompetansesenter på Møreforskning sitt kontor. Dette var et møte vi arrangerte for at vi skulle bli kjent med mentor og for at mentor skulle bli kjent med oss. Vi fortalte hvorfor vi ville ha henne som mentor, og spurte hva hun kunne hjelpe oss med ut ifra hennes erfaring. Hun kom med ulike forslag til hva hun kunne bidra med. Nevnte også at det var mye kompetanse på huset, og at hun kunne være behjelpelig til å sette oss i kontakt med de rette menneskene hvis hun selv ikke kunne svare.

Vi fikk et godt inntrykk av mentor, som en ressurs til Østersgutta som hadde en positivt innstilling til prosjektet vårt.



## **Personlig møte: Margareth Kjerstad, mentor og Snorre Bakke – 24. februar 2016**

Vi sto fast i produkt og produksjonsprosessen, og avtalte derfor et møte med mentor for innspill. Her ønsket vi tips i forhold til oppbevaring, emballasje og fraktmuligheter av stillehavsøstersen. Vi ønsket også å se på muligheten for gjenbruk av skjell vi ikke bruker slik at vi kunne opparbeide oss et konkurransefortrinn. Vi trengte også hjelp til å tolke Mattilsynets regelverk. Mentor ga oss generell informasjon om best mulig håndtering av musling og skjell. Senere i møtet inviterte hun kollega Snorre Bakke til møtet som er marinbiolog og har blant annet skjell som sentrale arbeidsområder ved Møreforskning. Han fortalte om hva som var gjort på området fra før, og at skjell har vært brukt blant annet som gjødsel i jord. Vi fikk og ettersendt nyttige rapporter (seafish.org, 2016) og artikler (nsgl.gso.uri.edu, 2016) for alternativ bruk av skjell.

Vedlegg: Margareth og Snorres linker

## **Personlig møte: Margareth Kjerstad, mentor og kollega Tryg Barnung – 28.april**

Etter vi mottok analyserapport fra Eurofins, var det mye uklarerheter innad i bedriften, og selv med studenter fra biomarin innovasjon klarte vi ikke tyde resultatene hvorvidt de var innenfor Mattilsynets reglement. Vi tok kontakt med mentor, og hun satt oss i kontakt med sin kollega Tryg Barnung som tidligere har jobbet som laboratorieleder ved Eurofins, der han arbeidet med mikrobiologiske analyser av næringsmidler. (moreforsk.no, 2016) Han har og sin spesialisering i marine organismer. Med andre ord en meget kompetent fagkyndig til å besvare våre spørsmål.

Han tydet den tilsendte analyserapporten som ufullstendig i forhold til det vi ba om fra Eurofins, og mente Eurofins hadde gjort en feil. Allikevel klarte han å tyde resultatene som meget gode verdier, spesielt med tanke på e.coli verdiene, selv om de hadde brukt feil metode. God hjelp som hjalp oss på veien videre mot endelig klassifisering og høstetillatelse.

Vedlegg: Eurofins analyseresultater



## **Takk til mentor**

I en periode på fem måneder der Margareth Kjerstad har fungert som mentor for Østersgutta, har dette bidratt til en trygghet i beslutninger, og en god støtte i veivalg vi har gjort på veien. Det har og gitt oss en tyngde og legitimitet å ha en seniorforsker fra Møreforskning i ryggen.

Østersgutta har satt stor pris på samarbeidet, og mener mentor har gjort en god jobb i å besvare spørsmål, fjerne usikkerhet og gitt bistått med nyttig lærdom i arbeidet med stillehavsøsters. Både gjennom direkte mentorkontakt, men også gjennom mentorformidling. Østersgutta vil med dette takke for all hjelp og støtte vi har fått gjennom prosjektet.



## Vedlegg

### Vedlegg 1: Revisors gjennomgang av regnskap for Østersgutta

Kristin Oftedal  
Preståsveien 12  
3216 SANDEFJORD

Sandefjord, 9. mai 2016

#### Gjennomgang av regnskap for Østersgutta

Jeg har gjennomgått regnskapet til Østersgutta for perioden 01.01.2016 til dags dato. Jeg har kontrollert bilag og kontoutskrift, og mener at resultat på kr. 18609,50 og balanse med egenkapital på kr. 18.609,50 er korrekt.

Under gjennomgangen fant vi noen føringer som burde vært gjort annerledes. Gutta har praktisert at de har lagt ut for flere innkjøp, som de har fått tilbakebetalt som en post i banken. Føringene på konto 1920 er ikke identiske med det som er ført på kontoutskrift fra banken. Bilag A13, A8 og A9 på til sammen kr 1157 er utbetalt fra bank 09.05 i si helhet. Disse bilagene burde vært ført mot en "gjeld til ansatt" konto – eks 2930, og så vært ført mot banken på utbetalingsdato.

Regnskapsansvarlig i bedriften forsto dette, men vi klarte ikke å korrigere dette i regnskapsprogrammet. Det samme gjelder bilag A6 og A7 på til sammen kr. 463. Jeg velger å kommentere dette, men anser ikke at det har noen vesentlig konsekvens i denne sammenhengen for studentbedriften.

Med vennlig hilsen  
Kristin Oftedal



## Vedlegg 2: Utkast til innkallelse av generalforsamling

Østersgutta SB

### INNKALLING TIL GENERALFORSAMLING

Møtedato: **20.mai 2016**  
Møtetidspunkt: **12:00**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545»**

Inviterte deltakere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder), **Arne Kragseth** (markedskontakt)

Eksterne deltakere: **Margareth Kjerstad** (mentor) **Johannes Hjerteholm** (styremedlem)  
**Bjørn Magne Hatlø**(veileder)

#### Saksliste

Sak 1 **Åpning av daglig leder og godkjenning av innkalling**  
*Er innkalling sendt ut i godt nok tid, og har alle mottatt innkalling?*

Sak 2 **Konstituering med valg av ordstyrer, møtereferent og 2 personer til å skrive under protokollen**

Sak 3 **Godkjenning av årets regnskap, tilbakebetaling av andeler og fordeling av overskudd**

Sak 4 **Godkjenning av årsrapport**

Sak 6 **Evaluering av samarbeid med mentor og veileder.**

Sak 7 **Veien videre**  
*Åpen diskusjon om veien videre for Østersgutta. Stikkord er «A/S» og «ekstern finansiering»*

Sak 5 **Formell nedlegging av studentbedriften**

Sak **Eventuelt**

Vel møtt!

  
Dennis Bogen

  
Rolf Oftedal

Styreleder

Daglig leder



## Vedlegg 3: Samordnet registreringsmelding



Brønnøysundregistrene

### Samordnet registermelding

Meldingsnr: 2016 0028 3087 18

#### Meldingstype

Endring

#### Registreringsenhet

Organisasjonsnummer  
Navn/foretaksnavn  
Organisasjonsform

916 091 087  
ØSTERSGUTTA STUDENTBEDRIFT  
Annen juridisk person

#### Styre

Fødsels-/D-nummer  
Navn  
Rolle

230791\*\*\*\*\*  
Torstein Trym Leikanger  
Styremedlem

Fødsels-/D-nummer  
Navn  
Rolle

231193\*\*\*\*\*  
Rolf Oftedal  
Styremedlem

Fødsels-/D-nummer  
Navn  
Rolle

210592\*\*\*\*\*  
Dennis Bogen  
Styrets leder

Fødsels-/D-nummer  
Navn  
Rolle

180889\*\*\*\*\*  
Thomas Åkerholm Bjerke  
Styremedlem

Fødsels-/D-nummer  
Navn  
Rolle

170491\*\*\*\*\*  
Johannes Hjertholm  
Styremedlem

Fødsels-/D-nummer  
Navn  
Rolle

260293\*\*\*\*\*  
Arne Kragseth  
Styremedlem

#### Varsling til din mobil eller e-postadresse

Mobilnummer eller e-postadresse

dennis-bogen@live.no

#### Signering av melding

Fødsels-/D-nummer og organisasjonsnummer  
Navn  
Rolle

210592\*\*\*\*\*  
Dennis Bogen  
Styrets leder

#### Vedlegg

Protokoll(er) fra kompetent organ

#### Signeres av

Skal ikke signeres

Dato: 08.05.2016 | Side 2/2



## Vedlegg 4: Styreinnkallelse 04.11.2015

ØSTERSGUTTA SB

### INNKALLING TIL STYREMØTE

Møtedato: **4. November 2015**  
Møtetidspunkt: **12:15**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545/5075»**

Deltakere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Johannes Hjerteholm** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder)

### Saksliste

- Sak 1 **Godkjenning av innkalling**  
*Er innkalling sendt ut i godt nok tid, og har alle mottatt innkalling?*
- Sak 2 **Godkjenning av sakliste**  
*Nye saker tas opp under «Eventuelt».*
- Sak 3 **Fremdriftsplan**  
Arbeidsfordeling og oppfølging av arbeidsoppgaver
- Sak 4 **Orientering fra daglig leder**  
Status på sendte mail, mentor og status i den daglige drift.
- Sak 5 **Orientering fra økonomiansvarlig**  
Status på opprettelse av bankkonto, innskudd og org. nr.
- Sak 5 **Eventuelt**

Vel møtt!

Dennis Bogen  
Styreleder

## Vedlegg 5: Styreprotokoll 04.11.2015

### PROTOKOLL STYREMØTE

Møtetidspunkt 04.11.2015

Møtelokale 5075

**Deltagere:** Johannes Hjertholm, Torstein Trym Leikanger, Rolf Oftedal, Dennis Bogen,  
Thommas Bjerke

**Tilstede:** Alle med unntak av Thommas Bjerke som var var tilstede per telefon

### Saksliste:

**Sak 1: Godkjenning av innkalling**

Innkalling er sendt i skapelig tid. Meget godt.

**Sak 2: Godkjenning av sakliste**

Foreløpig ingen nye saker

**Sak 3: Fremdriftsplan**

Styret avtaler at forretningsplanens første utkast skal stå klar innen 11.11  
Deretter bør forretningsplanen stå nogen-lunde klar innen 18.11

**Sak 4: Orientering fra daglig leder**

Handlingsplan fra fiskeridirektoratet står klar i mars 2016.  
Fiskeridirektoratet har en post med info om tilskudd/støtte angående marine arter.

**Sak 5: Orientering fra økonomiansvarlig per telefon:**

Status bankkonto: Konto er ikke opprettet, innskudd fra Sparebanken Møre er ikke mottat.

**Sak 6: Eventuelt**

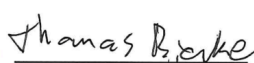
Foreløpig ingenting å melde.



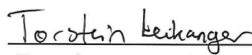
Dennis Bogen



Johannes Hjertholm



Thommas Bjerke



Torstein Trym Leikanger



Rolf Oftedal





## Vedlegg 6: Styreinnkallelse 12.01.2016

ØSTERSGUTTA SB

### INNKALLING TIL STYREMØTE

Møtedato: **12. Januar 2016**  
Møtetidspunkt: **12:15**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545/5075»**

Deltakere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Johannes Hjerteholm** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder)

#### Saksliste

- Sak 1 **Godkjenning av innkalling**  
*Er innkalling sendt ut i godt nok tid, og har alle mottatt innkalling?*
- Sak 2 **Godkjenning av saksliste**  
*Nye saker tas opp under «Eventuelt».*
- Sak 3 **Orientering fra daglig leder**  
*Status og forventninger*
- Sak 4 **Fremdriftsplan**  
*Arbeidsfordeling med GANT-skjema*
- Sak 5 **Evaluering**  
*Vurdering av 2015*
- Sak 5 **Eventuelt**

Vel møtt!

Dennis Bogen  
Styreleder

## Vedlegg 7: Styreprotokoll 12.01.2016

ØSTERSGUTTA SB

### PROTOKOLL STYREMØTE

Møtedato: **17. februar 2016**  
Møtetidspunkt: **15.30**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545/5075»**

#### Deltagere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Johannes Hjerteholm** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder)

Eksterne deltakere: **Margareth Kjerstad** (mentor), **Arne Kragseth** (forespurt nytt medlem)

Tilstede: Alle med unntak av Margareth Kjerstad

#### Saksliste

- Sak 1 **Godkjenning av innkalling**  
*Styret hadde ingen innvendinger, men styreleder tar kritikk, og sender ut tidligere fremover.*
- Sak 2 **Godkjenning av saksliste**  
*Thomas fremmer sak under eventuelt vedrørende veiledningstimer, og Dennis spør hva som er ønskelig fra et markedspektiv fremover.*
- Sak 3 **Orientering fra daglig leder**  
*Innføring av konsept og bedrift for Arne. Fremover er hovedprioriteringer å få på plass kontrakt med Sunnhordaland Havbruk og Flying Seafood, samt innsending av tester til Eurofin. Ifm. møte med Mattilsynet er vi i påvente av svar fra Heidi.*
- Sak 4 **Orientering fra økonomiansvarlig**  
*Økonomiansvarlig skal levere underskrevet papirer i banken i morgen. Vil samtidig forhøre seg med Sparebanken Møres starttilskudd på 4000,-. Thomas orienterer om sitt VISMA kurs han deltok på tidligere i dag som innholdsrikt og nyttig ressurs i arbeidet fremover.*
- Sak 5 **Oppfølging av fremdriftsplan**  
*Til 15. mars er fokus område å sende inn tester til Eurofin, og få intensjonsavtale med Trond Sveen. Er avhengig av økonomisk støtte for å utføre testene, derfor vil daglig leder ha på plass bankkonto med innskudd fra prototypefondet innen 1. mars.*
- Sak 6 **Prototypefondet**  
*Dennis legger frem utkast av prototypefond-søknad. Gode tilbakemeldinger og Østersgutta krysser fingrene for at vi kan fortsette den gode progresjonen fremover med innvilget søknadsbeløp på inntil 30 000,-.*




Sak 7 **Vedtak: Opptak av nytt medlem**


*Arne Kragseth virker positiv til prosjektet som en lønnsom og bærekraftig idé, men vil ha 7 dagers betenkningstid før endelig beslutning.*

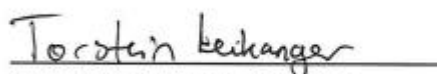
Sak 8 **Eventuelt**

8.1

  
Dennis Bogen

  
Rolf Oftedal

  
Thommas Bjerke

  
Torstein Trym Leikanger



## Vedlegg 8: Styreinnkallelse 17.02.2016

ØSTERSGUTTA SB

### INNKALLING TIL STYREMØTE

Møtedato: **17. februar 2016**  
Møtetidspunkt: **15.30**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545/5075»**

Inviterte deltakere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Johannes Hjerteholm** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder)

Eksterne deltakere: **Margareth Kjerstad** (mentor)

### Saksliste

- Sak **Godkjenning av innkalling**  
*Er innkalling sendt ut i godt nok tid, og har alle mottatt innkalling?*
- Sak 2 **Godkjenning av saksliste**  
*Nye saker tas opp under «Eventuelt».*
- Sak 3 **Orientering fra daglig leder**  
*Hva er gjort til nå, hvor står vi, og hva må bli gjort?*
- Sak 4 **Orientering fra økonomiansvarlig**  
*Status på bankkonto og tilskudd*
- Sak 5 **Oppfølging av fremdriftsplan**  
*Daglig leder følger opp fremdriftsplan.*
- Sak 6 **Prototypefondet**  
*Dennis legger frem utkast av prototypefond-søknad*
- Sak 7 **Vedtak: Opptak av nytt medlem**  
*Daglig leder legger frem forslag av nytt medlem i bedriften.*
- Sak 8 **Eventuelt**

Vel møtt!

Dennis Bogen  
Styreleder

**Vedlegg 9: Styreprotokoll 17.02.2016**

ØSTERSGUTTA SB

**PROTOKOLL STYREMØTE**

Møtedato: **17. februar 2016**  
Møtetidspunkt: **15.30**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545»**

Deltagere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Johannes Hjerteholm** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder)

Eksterne deltakere: **Margareth Kjerstad** (mentor), **Arne Kragseth** (forespurt nytt medlem)

Tilstede: Alle med unntak av Margareth Kjerstad

Saksliste**Sak 1 Godkjenning av innkalling**

*Styret hadde ingen innvendinger, men styreleder tar kritikk, og sender ut tidligere fremover.*

**Sak 2 Godkjenning av saksliste**

*Thomas fremmer sak under eventuelt vedrørende veiledningstimer, og Dennis spør hva som er ønskelig fra et markedspektiv fremover.*

**Sak 3 Orientering fra daglig leder**

*Innføring av konsept og bedrift for Arne. Fremover er hovedprioriteringer å få på plass kontrakt med Sunnhordaland Havbruk og Flying Seafood, samt innsending av tester til Eurofin. Ifm. møte med Mattilsynet er vi i påvente av svar fra Heidi.*

**Sak 4 Orientering fra økonomiansvarlig**

*Økonomiansvarlig skal levere underskrevet papirer i banken i morgen. Vil samtidig forhøre seg med Sparebanken Møres starttilskudd på 4000,-. Thomas orienterer om sitt VISMA kurs han deltok på tidligere i dag som innholdsrikt og nyttig ressurs i arbeidet fremover.*

**Sak 5 Oppfølging av fremdriftsplan**

*Til 15. mars er fokus område å sende inn tester til Eurofin, og få intensjonsavtale med Trond Sveen. Er avhengig av økonomisk støtte for å utføre testene, derfor vil daglig leder ha på plass bankkonto med innskudd fra prototypefondet innen 1. mars.*

**Sak 6 Prototypefondet**

*Dennis legger frem utkast av prototypefond-søknad. Gode tilbakemeldinger og Østersgutta krysser fingrene for at vi kan fortsette den gode progresjonen fremover med innvilget søknadsbeløp på inntil 30 000,-.*


**Sak 7 Vedtak: Opptak av nytt medlem**

*Arne Kragseth virker positiv til prosjektet som en lønnsom og bærekraftig idé.  
Styret vedtar enstemmig å ta opp Arne Kragseth som nytt medlem av Østersgutta  
SB.*

**Sak 8 Eventuelt**

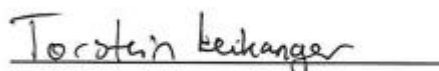
*8.1 Veiledning: Hensiktsmessig med veiledningsmøte m/Bjørn Magne. Styret foreslår  
19.02.*

*8.2 Markedsplan: Medieoppmerksomhet innen avis/TV samt en tydelig profilering er  
hovedområder styret ønsker at markedsansvarlig skal særlig fokusere på fremover.*

  
Dennis Bogen

  
Rolf Oftedal

  
Thomas Bjerke

  
Torstein Trym Leikanger



## Vedlegg 10: Styrekinnkallelse 27.04.2016

Østersgutta SB

### INNKALLING TIL STYREMØTE

Møtedato: **27.april 2016**  
Møtetidspunkt: **12:00**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545»**

Inviterte deltakere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Rolf Oftedal** (daglig leder) , **Dennis Bogen** (styreleder), **Arne Kragseth** (markedskontakt)

Eksterne deltakere: **Margareth Kjerstad** (mentor) **Johannes Hjerteholm** (styremedlem)

### Saksliste

**Sak 1 Godkjenning av innkalling**

*Er innkalling sendt ut i godt nok tid, og har alle mottatt innkalling?*

**Sak 2 Godkjenning av saksliste**

*Nye saker tas opp under «Eventuelt».*

**Sak 3 Orientering fra Østersgutta**

*Hva har hvert enkelt medlem gjort siden sist, og hva er planene fremover?*

3.1 Daglig leder: Hva er gjort til nå, hvor står vi, og hva må bli gjort?

3.2 Økonomiansvarlig: Status på bankkonto og tilskudd inkludert innrulling av nytt styremedlem i brreg.no

3.3 Logistikk ansvarlig: gjort siden sist og planer fremover.

3.4 Markedskontakt: Avklaring av arbeidsoppgaver til markedskontakt. Fokus på Facebook, nettside og spørreundersøkelse m/analyse

**Sak 4 Firmenich som samarbeidspartner?**

*Er det enighet i styret om å utforske mulighetene med Firmenich. Evt.*

*Fremdriftsplan?*

**Sak 5 Høstetillatelse**

*Plan og status rundt høstetillatelse*

**Sak 6 Milepæler**

*Daglig leder legger frem forventninger og tidsfrister frem mot rapportinnleverings dato 10.04*

**Sak 7 Veien videre**

*Åpen diskusjon om veien videre for Østersgutta. Stikkord er «A/S» og «ekstern finansiering»*

**Sak 8 Eventuelt**

Dennis Bogen  
Styreleder

**Vedlegg 11: Styreprotokoll 27.04.2016**

Østersgutta SB

**PROTOKOLL STYREMØTE**

Møtedato: **27.april 2016**  
Møtetidspunkt: **12:00**  
Møtelokale: **«Fagbygg 4545»**

Deltakere:

**Thomas Bjerke** (styremedlem) , **Torstein Trym Leikanger** (styremedlem) , **Dennis Bogen** (styreleder), **Arne Kragseth** (markedskontakt)

Ikke tilstede: **Margareth Kjerstad** (mentor) **Johannes Hjerteholm** (styremedlem) **Rolf Oftedal** (daglig leder)

Saksliste**Sak 1 Godkjenning av innkalling**

Innkalling godkjent.

**Sak 2 Godkjenning av saksliste**

Saksliste godkjent.

**Sak 3 Orientering fra Østersgutta**

*Hva har hvert enkelt medlem gjort siden sist, og hva er planene fremover?*

3.2 Økonomiansvarlig: Vært i møte med banken og innskuddsbeløp på 4000,- skal være på vei. Har betalt for analyseresultat prøver på 7000,- og vil utforske hvordan Østersgutta får brreg.no til å innrullere Arne som medlem i bedriften.

3.3 Logistikk ansvarlig: Skal kartlegge hvilken behov som skal dekkest, beskrive produksjonsalternativer og vil redegjøre ytterligere for kvalitet i produksjonen.

3.4 Markedskontakt: Vil fremover ha fokus på Facebook, nettside og spørreundersøkelse m/analyse, fokusgruppe og kontakte media.

**Sak 4 Firmenich som samarbeidspartner?**

Det er enighet i styret om at Firmenich er en spennende samarbeidspartner.

Markedskontakt vil forsøke å ro i land en intensjonsavtale med bedriften.

Økonomiansvarlig skal regne kostpris pr/kg på østerskjøtt etter forespørsel fra Firmenich.

**Sak 5 Høstetillatelse**

Vi ringer vår kontaktperson i Mattilsynet og redegjør for hva som må på plass.

Klassifisering må være på plass før høstetillatelse søkes. Søker klassifisering 28.04.

**Sak 6 Milepæler**

Styrets leder fastsetter milepæler fremover og hva som forventes av den enkelte.

Fordeler arbeidsoppgaver utover og oppretter GoogleDoc for mer systematisert fremgangsmåte.



**Sak 7 Veien videre**

Gutta er positive til å fortsette prosjektet etter endt studie, såfremt incentiver ligger til grunn og det viser seg lønnsomt i lengden. Vil også være avhengig av oppstartskapital.

**Sak 8 Eventuelt**

8.1: Mentor: Ønsker å bruke mentor i større grad, og avtaler derfor et møte.

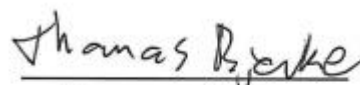
8.2 Teambuilding: viktig med personal forvaltning, og styrets leder foreslår å gjøre teambuilding neste uke.



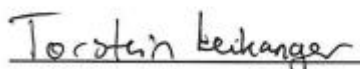
Dennis Bogen



Rolf Oftedal



Thomas Bjerke



Torstein Trym Leikanger

**Vedlegg 12: Mentor bekreftelse**

From: margareth@mfaa.no

To: dennis-bogen@live.no

Subject: SV: Mentor i Østersgutta v/NTNU i Ålesund

Date: Fri, 15 Jan 2016 08:50:48 +0000

Hei Dennis

Beklager mitt seine svar.

Så flott at dåkke ønskjer å utvikle nye produkter og skape forretningsdrift av Stillehavsosters.

Å utnytte noko som kan vere eit problem til ein ressurs er ein god tanke og berekraftig utvikling.

Eg har arbeidt som forskar hos Møreforskning i 23 år og har arbeidt mykje med utnytting av nye artar og produkt.

Eg er i dag forskningsleiar Eg jobbar langs heile verdikjeda, frå fiskefeltet eller fabrikkjen og er med på produktutvikling heilt fram til kundar. Mitt forskingsarbeid er anvendt og blir gjennomført i nært samarbeid med reiarlag og bedrifter.

Artig å bli spurt om å vere mentor, det vil eg gjerne ☺

Liker innovative idèar og håper at eg ut i frå mi erfaring kan gi nokre nyttige råd.

Mvh

Margareth



## 10. Proseslogg

## Innholdsfortegnelse

<b>Prosesslogg</b> .....	<b>2</b>
<b>Forprosjekt</b> .....	<b>2</b>
Veien til idé .....	2
<b>CPS-metode</b> .....	<b>2</b>
<b>Screening &amp; Scoring</b> .....	<b>4</b>
Søker info .....	4
Revurdering .....	5
Stiftelsesmøte .....	6
En Kritisk røst.....	6
Markedskontakt .....	7
<b>Januar</b> .....	<b>7</b>
Styremøte januar .....	7
Arbeidsøkt.....	8
<b>Februar</b> .....	<b>8</b>
Styremøte februar .....	8
Mer «trøkk» .....	9
Fremgang .....	9
<b>Mars</b> .....	<b>9</b>
Start Ålesund vårsamling 2016 .....	10
Arbeidsmøte mars .....	10
<b>April</b> .....	<b>11</b>
Gründerdagen .....	12
Firmenich .....	12
Fylkesmessa .....	13
Trond Sveen – skriftlig avtale .....	14
Styremøte april.....	14
Mentormøte april .....	14
Facebook .....	15
<b>Mai</b> .....	<b>15</b>
HR-tiltak .....	15
Intensiv uka .....	16
<b>Bibliografi</b> .....	<b>17</b>
<b>Vedlegg</b> .....	<b>17</b>
<b>Vedlegg 1: Osterwalder Business Model Canvas. Første utkast, opplevelseskonsept</b> .....	<b>17</b>



## **Prosesslogg**

I denne prosessloggen har vi organisert aktiviteter i perioder fra forprosjekt til en månedsvis inndeling av aktiviteter i sjette semester. Her vil vi forsøke å dokumentere de ulike prosessene og veivalgene underveis i bedriftens levetid. Vi vil reflektere rundt viktige milepæler og i størst grad redegjøre for de valgene vi har gjort fra idé til ferdig prosjekt.

### ***Forprosjekt***

Den 1. oktober er første gruppemøte i bedriften. På dette tidspunktet består gruppens medlemmer i faget forprosjekt av:

- Rolf Oftedal
- Thomas Bjerke
- Torstein Trym Leikanger
- Johannes Hjerteholm
- Dennis Bogen

### **Veien til idé**

Vi står fortsatt blanke i forhold til hva vi skal gå videre med i forprosjekt. Det er en åpen arena på studentkontorene der vi bruker en form for CPS-metode på tavlen. Her prøver vi å kartlegge forskjellige problemer i forskjellige bransjer på en stor tavle. En meget divergent fase hvor vi har problemer med å konvergere alle ballene som er kastet opp i luften.

### ***CPS-metode***

I begynnelsen av forprosjektet brukte vi en CPS-metode for å finne en løsning på et problem. Utgangspunktet for problemet var; "hvordan hindre spredning av den invaderende arten stillehavsøsters?" Vi begynte med en "søk fakta" prosess hvor vi hentet inn informasjon om problemet og arten og gikk gjennom dette i fellesskap.

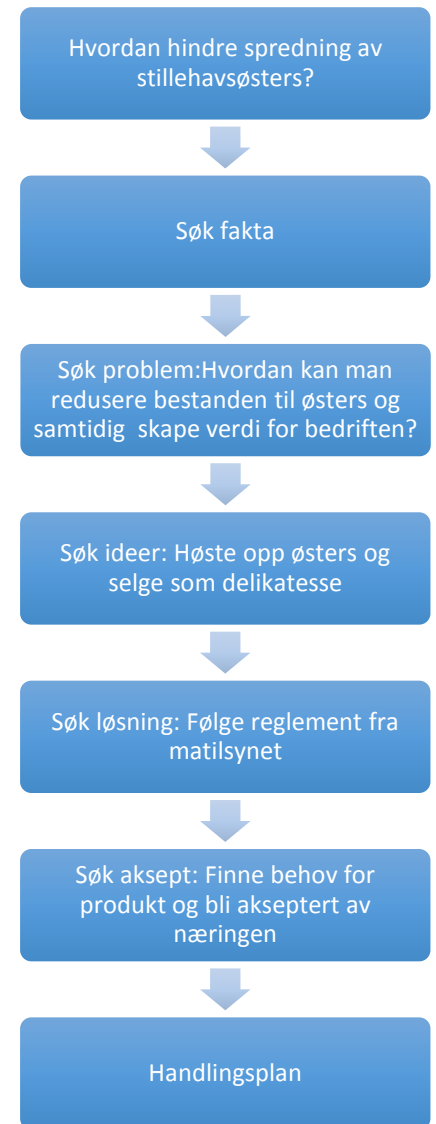


Deretter fulgte vi opp med "søk problem" –fase. Først hadde vi en divergent fase hvor vi kom med forskjellige problemstillinger vi kunne gå ut i fra. I den konvergente fasen kom vi frem til at vi ville bruke problemstillingen: "Hvordan kan man redusere bestanden til østers og samtidig skape verdi for bedriften?"

Neste fase i CPS-prosessen er "søk ideer". Her er det også en divergent og konvergent fase. I den divergente fasen var det mange løsninger, men den ideen som ga mest mening var å høste opp østersen og selge den som en delikatesse. Dette var ideen vi valgte å gå videre med i den konvergente fasen.

I den divergente fasen "søk løsning" tok vi kontakt med statlige organer som miljødirektoratet og mattilsynet for å se om det var mulig å gjøre dette. Vi tok også kontakt med den eneste som hadde gjort dette i Norge, Trond Sveen i Sunnhordland Havbruk. I den konvergente fasen fant vi ut at det var en måte å løse dette på, og det var og følge de svært strenge reglene fra Mattilsynet med omfattende testing og rensing.

Alle i gruppen var enige om at dette var måten og gjøre det på. Vi søkte aksept ved å ringe rundt til ulike aktører i næringen. Her fant vi ut at prosessen ikke var umulig, og at det var et stort behov i både det nasjonale og internasjonale markedet for norskprodusert østers. Vi gikk videre med å lage en handlingsplan.



## Screening & Scoring

Etter vi hadde gjort CPS-metoden brukte vi screening & scoring for å se på alternative muligheter for østersutvinning. Vi screener og scorer forskjellige løsninger med score 0-5.

	Innovasjons høyde	Realistisk	Økonomis k	Konkur ranse	Tid	Sum
Østersplukker	4	4	4	5	3	20
Østershelsekost	3	2	2	3	1	11
Østersøkosystem	2	5	4	4	2	17
Outsource/mellom ledd	0	4	1	3	5	13

Dette var en prosess vi gjorde i starten av forprosjektet før vi hadde tilstrekkelig kunnskap. Vi fikk en bra score på østersplukkeren, og hadde egentlig tenkt å gå videre med denne ideen. Etter hvert fant vi ved å snakke med folk i bransjen som Trond Sveen at håndplukking er det beste på bakgrunn at man må være selektiv.

Med utgangspunkt i Ålesund og regionens kompetanse på det maritime og marine, bestemmer vi oss for å snevre oss inn i denne næringen og utforsker hvilke muligheter som er mest nærliggende. Rolf Oftedal nevner at hytteområdet til familien i Sandefjord kryr av stillehavsøsters. Dette vakte oppmerksomhet blant gruppen, og vi spilte videre på denne tanken. Vi hadde fortsatt utfordringer med å se hvordan vi kunne danne en konkurransedyktig forretningsmodell på dette området, og kastet mye ball frem og tilbake.

Etter screening og scoring, scorer østersplukking høyest og vi definerer forretningsmodell ut ifra «Osterwalders Businessmodell Canvas».

## Søker info

For å finne ut mer om stillehavsøstersen, som ingen på gruppen har noen som helst kjennskap til, gjør vi et kjapt søk på internett, og Torjan Bodvin er et navn som stadig dukker opp. Han er den fremste ekspertten i Norge på norsk stillehavsøsters. Vi kontakter han, og blir noe demotivert av samtalen på grunn av

hans litt for realistiske syn på kommersialisering av norsk stillehavsøsters, ettersom regelverk er såpass strengt. I tillegg er det kun én godkjent rensesstasjon i landet.

Vi tar kontakt med eieren av rensesstasjonen, Trond Sveen. Han hadde et mer positivt syn på dette, og var behjelpelig med rensing, og videre salg gjennom sitt nettverk.

## Revurdering

Vi sov på idéen en natt, og dagen etterpå (5. oktober) var gruppemedlemmene av samme oppfatning; tiden var ikke moden, og det virket som et hav av byråkrati med tester og regler vi måtte sette oss inn i. Vi la konseptet om kommersialisering av stillehavsøstersen død.

Vi begynte på blanke ark igjen, og kartlegger kompetansen på gruppen. Og vi kommer opp med et nytt konsept; et opplevelseskonsept! Vi mind-maper ønskelige konsepter å tilby, screener og scorer med kriteriene

- Marked
- Utstyr
- Kostnad
- Kompetanse
- Vanskelighetsgrad
- Ressurser tilgjengelig



Figur 1: Screener og scorer opplevelseskonsept:

Begynner og her å skissere et utkast til «Osterwalders Businessmodel Canvas» [Vedlegg 1]

Vi søker aksept blant med-studenter og faglærer med opplevelseskonsept som forretningsmodell der vi yter tjenester i form av opplevelser lokalt i regionen. Det er lite aksept å få, og det blir stilt kritiske spørsmål til lønnsomhet og spesielt sterk konkurranse på akkurat dette segmentet i regionen. Vi bestemmer oss for å finne en inngang på markedet som vil gi oss et konkurransefortrinn og mulighet for å globalisere.



Den 13. oktober 2015 gjør vi på ny en revurdering, og ser liten mulighet for opplevelseskonsept på grunn av kraftig konkurranse og liten mulighet for globalisering. Vi begynner igjen på nytt, og ser heller på problemer i hverdagen. Vi kaster på ny ball, mind-mapper og en round-robin og kommer tilbake til marine. Vi begynner å tenne på muligheten rundt østers og går tilbake til å satse på østersutvinning på Østlandet. Vi tar forbindelse med vår kontakt i Miljødepartementet og avtaler et telefonmøte førstkommande torsdag (15.10.15). Vi tar og en telefon til Mattilsynet og hører hva de har å si.

### **Stiftelsesmøte**

Den 14. oktober 2015 etablerer vi Østersgutta SB og fordeler ansvarsroller i styret. Det er enighet rundt allmenn signaturrett på grunn av tilgjengelighet blant de øvrige medlemmer. Dennis tar ansvar som styreleder og resten styremedlemmer. Vi gjør og en ansvarsfordeling internt i bedriften med følgende roller:

- Daglig leder: Rolf Oftedal
- Økonomi ansvarlig: Thomas Bjerke
- Markedsansvarlig: Dennis Bogen
- Logistikkansvarlig: Torstein Trym Leikanger
- Produktansvarlig: Johannes Hjerteholm

Roller ble fordelt ut ifra kompetanseområdet og naturlig seleksjon i roller som den enkelte gruppelem følte seg komfortabel med.

Første styremøte avholder vi 4. november. Her gjennomgår vi en felles satt fremdriftsplan der arbeidsoppgaver blir fordelt. Vi blir enige om milepæler for å fullføre Forprosjekt i god tid.

### **En Kritisk røst**

Den 10. november 2015 har vi møte med faglærer Bjørn Magne angående fremdrift. Han stiller kritiske spørsmål til hva vi har foretatt oss og problemstillinger som kan oppstå. Han påpeker viktigheten av markedsanalyse og vi kommer til enighet om at kundegruppe vi må kartlegge er restaurant-eiere fremfor sluttbruker, ettersom de vet hva som selger.





## **Markedskontakt**

Vi ønsker å kartlegge hvordan mulighetene er i markedet, og går derfor i direkte kontakt med følgende offisielle aktører: (17.11.15)

- Torjan Bodvin – Havforskningsinstituttet
- Trond Sveen – Sunnhordaland Havbruk
- Heidi Kokkersvoll – Mattilsynet
- Linn Pedersen Heimlich – Miljødepartementet
- Gunnstein Bakke – Fiskeridepartementet.

Interessante samtaler som ga oss en glød til å utforske mer, men vi var interessert i om det var liv laga for kommersialisering av norsk stillehavsøsters. Vi ønsket tilbakemeldinger fra faktiske kunder. Vi foretok derfor en kartleggelse av nærliggende og nasjonale aktører innen vårt markedssegment og ringte disse påfølgende dag for dybdeintervju som et ledd i markedsanalyse:

- Kjell Henry Olsen – Brødrene Berggren
- Pål Johannesen – Brødrene Berggren
- Smakfullt Kjøkken AS
- Monica Skålvoll - A la Carte avd. import/adm
- Fredrik – Sjømatkompaniet, Ålesund
- Frode Hoem – Flying Seafood Group Norge (FSG)

Det var en overveldende positive respons som ga oss en bekreftet kundemasse som var klar til å kjøpe, såfremt vi har et produkt å levere! Det var ingen tvil. Dette var det vi skulle jobbe med i Innovasjonsprosjekt!

## ***Januar***

Nyåret startet med en anbefaling av medstudent Daniel Foss, som hadde vært i intervju hos Møreforskning, og anbefalte at vi tok en prat med Margareth Kjerstad. Vi tok dette i betraktning og tok det opp i neste styremøte.

## **Styremøte januar**

Et viktig møte for å vite hvor vi står, og interessen blant de øvrige medlemmene i gruppen. Vi får her vite at vårt ene gruppemedlem og styremedlem, Johannes Hjerteholm har bestemt seg for å skrive individuell bacheloroppgave. Daglig leder påpeker at vi har mistet god kompetanse på gruppen, men det er ikke kritisk. Vi



gjør en evaluering av fjoråret med hva som gikk bra, og kommer frem til at vi bør jobbe mer jevnt utover året det siste semesteret. Utarbeider og en fremdriftsplan med viktige milepæler fremover.

Vi blir enige om å inngå partnerskap med Margareth Kjerstad fra Møreforskning som mentor, og vi ser på hvilke muligheter vi har for å ta opp et nytt medlem. Senere denne måneden får vi bekreftet at Margareth Kjerstad ønsker å være vår mentor. Vi ser dette som en kjempe ressurs for Østersgutta.

## **Arbeidsøkt**

I slutten av måneden (28.01.16) har vi arbeidsmøte i gruppen og tar en god arbeidsøkt med planlegging av møte med mentor den 02.02.16.

Økonomiansvarlig oppretter bankkonto hos Sparebanken Møre og daglig leder gjør en forventningsavklaring fremover. Fastslår at høsteløyve er en kritisk milepæl som vi må komme i gang med. Medlemmene av Østersgutta utforsker nærmere kriterier for dette og vi kontakter Heidi i Mattilsynet for mer informasjon.

## **Februar**

Den 2. februar 2016 har vi vårt første møte med Margareth Kjerstad på hennes kontor på Norsk Maritimt Kompetansesenter v/Møreforskning. Det var et bli-kjent-møte, der vi fortalte om oss selv, og hva vi ønsket å få ut av henne som mentor, og hvor mentor fortalte om seg selv og hva hun kunne bidra med. Et møte der vi fikk et godt inntrykk av mentor.

## **Styremøte februar**

Under denne månedens styremøte (17.februar 2016), inviterer vi Arne Kragseth til å delta på styremøte, Han har vært på utveksling i Østerrike forrige semester, og vi så på han som en potensiell ressurs til gruppa. Han virket positiv til vår forretningsidé og får en ukes betenkningstid. Rolf orienterer om pristilbud fra Eurofins, som er bedriften vi skal bruke for analyserapport. Han påpeker at det er noen milepæler fremover som vi må haste frem. Blant annet kontrakt og intensjonsavtale med Trond Sveen, og at vi sårt trenger kapital fra prototypefondet for å finansiere analysetestene.

Dennis og Rolf utarbeider et utkast til prototypesøknad som vi forhandler med Bjørn Magne om. Litt frem og tilbake, lander vi på en søknadsbeløp på ca.



22 000,- for å dekke Østersguttas form for prototyping. Dette gjør vi gjennom analyser og en velformulert internkontroll som til slutt resulterer i høstetillatelse og klassifisering av høsteområde.

### **Mer «trøkk»**

I møte med veileder Bjørn Magne (19.02.16), kommer han med innspill om å gi mer «trøkk» og opplever det som at Østersgutta ikke har like mye «trøkk» som de andre gruppene. Men har forståelse for situasjonen til gruppemedlemmene, og ser at det fungerer på en god måte for oss. Han stiller seg positiv til å ta inn Arne på gruppa. Det blir gitt innspill på prototypesøknad og vi konkretiserer deretter.

### **Fremgang**

Vi tar kontakt med Frode i Flying Seafood (22.02.16) for å holde beinet varmt. Han er fortsatt positiv til videre samarbeid og foreslår å bruke sitt nettverk i Nederland for å rense østersen direkte der i stedet. Dette må vi diskutere nærmere i Østersgutta.

Arne Kragseth takker ja til tilbud om å være med i Østersgutta (24.02.16). Vi gjør en forventningsavklaring og rollefordeling. Ut ifra Arne sine egenskaper og ønsker, gir vi Arne stillingstittelen «Markedskontakt». Vi har nytt møte med mentor for å avklare sekundære virksomheter der vi kan bruke rest-utvinning fra for eksempel østers-skjell.

Vi ønsket en gjennomført profil og vi bestilte logo fra vår med-student Klaudia. Thomas oppretter et nettsted (ostersgutta.com, 2016) og Torstein ringer Vartdal Plast og får sponset femti isoporkasser med drenering for frakt og oppbevaring av Stillehavsøsters. Dennis bestiller profileringsmateriell som t-skjorte med den nye logoen og visittkort til hver enkelt. Arne går i gang med utkast til brosjyre.

### **Mars**

Mars måned var en travel måned for mange av gruppas medlemmer inkludert ferieavvikling på samtlige. Allikevel ble det gjort mye fremgang og aktiviteter denne måneden.

## Start Ålesund vårsamling 2016

Start Ålesund inviterte oss til sitt arrangement (03.03.16), hvor vi fikk holde en stand under rebusløpet de holdt for deltagerne sine. Vi så på dette som en unik mulighet til å spre kunnskap av stillehavsøsters, og fremme vårt budskap. Fordi det i dag er svært få som vet hva en stillehavsøsters er, valgte vi å holde en quiz med 10 spørsmål hvor deltagerne fikk bruke valgfritt hjelpemiddel, og grunnen er nettopp det at vi vil at folk skal lære om den invaderende arten stillehavsøsters. Start Norge er en studentorganisasjon som vil fremme innovasjon og entreprenørskap blant studenter i hele Norge. De har 20 lokallag fordelt rundt om i landet på forskjellige høyskoler og universiteter. (startnorge.no, 2016) Start Ålesund sitt arrangement var en nettverkssamling for alle START organisasjoner i Norge.

På Start Ålesund sin vårsamling var det 150 deltagere. Deltagerne viste stor interesse for studentbedriften vår og stillehavsøstersen, da de kom til oss hadde



de lite eller ingen kunnskap om tema, når de gikk hadde en god del mer. Vi delte også ut brosjyrer som inneholdt informasjon om oss og stillehavsøsters. Det var en vellykket dag, hvor vi møtte mange interesserte studenter og følelsen av å kunne nå ut til så mange mennesker hjelper når vi skal spre kunnskap over et

stort miljøproblem.

*Figur 2: Østersgutta arrangerer quiz for Startere fra hele landet*

## Arbeidsmøte mars

Vi planlegger en disposisjon for innovasjonsprosjektet og oppretter en Google Doc. Videre forbereder vi møte med Heidi Kokkersvoll i Mattilsynet for å avklare noen spørsmål rundt regelverket. Når vi ringer Heidi (18.03.16), orienterer hun om regelverk og påpeker at det er få i bransjen og at vi er forut vår tid, men at det er



mye som må gjøres på forhånd. Hun nevner også at etter hun leste forprosjektet vi sendte henne tidligere i uken, at hun nå har fått et mer positivt inntrykk av oss, og at vi har kommet lengre i prosessen enn hun først antok.

Det er mye problemer knyttet til offentlig instansers registreringssystemer når en har organisasjonsnummer som studentbedrift. Blant annet måtte vi registrere oss i Mattilsynets databaser. Etter mye om og men fikk vi ordnet opp i styret. Vi ringer Sandefjord kommune for å få en oversikt over utløp og industri i området vi ønsker å høste. Dette gjøres for å få klassifisert en B-klassifisering i Mefjorden. Det var mye god hjelp å få fra kommunen, og de ville gjerne bruke resultatene våres for en generell klassifisering. Vi var og i kontakt med Skagerak fisk for registrering av fangst. Vi gjør ferdig forretningsplan klar til fylkesmessa før Østersgutta tar påskeferie.

## ***April***

Dette var en begivenhetsrik måned, der mye måtte begynne å falle på plass i tillegg til ulike arrangement og konkurranser vi deltok på.

Den 5. april fordeler Arne og Dennis arbeidsoppgaver seg imellom for jobb opp mot markedet. Vi går gjennom analyserapport fra Eurofins i plenum, og bemerker at det er gjort en feil fra Eurofins sin side. Koliforme bakterier er ikke inkludert i analysen, mens e.coli resultater er gjort ved feil metode, selv med gode verdier. Det mangler og innskudd fra både prototypefond og startinnskudd fra Sparebanken møre, dette ordner økonomiansvarlig opp i.

Det begynte i denne perioden å haste med intensjonsavtale fra Trond Sveen slik at vi fikk bekreftet ovenfor Mattilsynet at Sundhordaland Havbruk ble brukt som ekspedisjonssentral og rensestasjon. Vi forsøker å purre, men fortsatt ingen svar.

## Gründerdagen

Et arrangement (07.04.16) arrangert av den lokale studentorganisasjonen START Ålesund som fremmer innovasjon og entreprenørskap blant studenter. Arrangementet inviterte studentbedrifter ved NTNU i Ålesund om å delta i en pitchekonkurranse, en såkalt «2minutes2convince». Her stilte Østersgutta med Arne og Thomas som representanter og gjorde en knall jobb på scenen. Dessverre var ikke hellet med oss i premieren. På den andre siden opparbeidet vi oss et fantastisk nettverk med en av jury-medlemmene fra smakstilsetningsgiganten Firmenich, som vi senere vil snakke mer om.



Figur 3: Gutta pitcher under "2minutes2convince" på Gründerdagen

## Firmenich

Under hederlig omtale fra scenen under Gründerdagen, tok representanten fra Firmenich til ordet og sa entusiastisk at det var et veldig spennende marked vi var inne i, og ba oss ta kontakt for å diskutere muligheter, han visste om noen han kunne sette oss i kontakt med.

Den 12. april tar vi kontakt med Firmenich per telefon, som setter oss over til produksjonsavdeling. Der sier produksjonsansvarlig at de er interessert i å male østerskjøtt til bruk i smakstilsetning. Dette åpner for enorme muligheter for et nytt sekundærmarked eller en helt ny forretningsmodell! De forespør hvor mange østers vi kan levere på en sesong. Vi gir et estimat fra 10 000 – 20 000 østers. Videre spør de hvor mye kjøtt dette er, og til hvilken kilopris vi skal ha for det. Store muligheter, men en stor avgjørelse som blir satt på vent til vi får avklart nærmere.

Torstein plukker østers i Mefjorden samme dag og sender til analyse i Moss. Og vi purrer på nytt til Trond Sveen for skriftlig avtale.



## Fylkesmessa

Den 13. april var det en ny konkurranse for studentbedrifter ved NTNU i Ålesund. Denne gang var arrangør Ungt Entreprenørskap i Møre og Romsdal, og konkurransen var den årlige Fylkesmessa.

For en gjennomført profil, profilerte Østersgutta seg med matchende Østersgutta t-skjorter gjennom hele dagen. Arrangementet startet her og med en to minutters pitch av forretnings ideen. Arne og Thomas fremførte en solid pitch med noen forbedringer fra forrige pitch gjort under Gründerdagen.

Videre var det speed-dating med ulike juryer med jurymedlemmer av ulik bakgrunn. Vi fikk masse kritiske og konstruktive tilbakemeldinger. Her fikk vi og selge forretningsidéen til juryen, og forklare forretningsplanen i nærmere detalj. En nyttig erfaring å med seg.

Som en avsluttende del, var det markeds plass i Vrimlearealet på campus.

Østersgutta hadde allerede sikret seg femti kasser med Vartdal kasser. Her tenkte vi innovativt, og stablet disse til å forme et åpent isopor hus som fungerte som Østersguttas stand. Vi plasserte et akvarium lånt av universitetets laboratorium, og fylte dette med saltvann og nyplukket østers. Dette var ment for å gi interessenter og forbipasserende et visuelt og håndfast inntrykk av hva vi drev med. Vi opprettet og en liste, der de som ønsket å kjøpe østers av oss i fremtiden kunne skrive seg på. Vi dekorerte standen med et overflod av Østersguttas logo og samarbeidspartnere for å vise legitimitet og etterspørsel. Vi delte og ut visittkort og brosjyrer som interesserte kunne ta med seg.

Østersgutta endte opp med å vinne prisen «Beste samarbeid med næringslivet» og en pengepremie på 3000,-. Juryens begrunnelse var som følger:

*«Kommet svært langt i prosessen. Meget bevisst valg av kontakter. Både kunder, konkurrenter, FOU og myndigheter. Ønskes velkommen av aktører i næringen, og blir kontaktet av interessenter. Realistiske økonomiske forventninger.»*

Summert var dette en meget vellykket dag der vi fikk bekreftet troverdighet og etterspørsel, samtidig som vi fikk promotert oss på en god måte.



Figur 4: Østersgutta på stand under Fylkesmessa til UE.

## Trond Sveen – skriftlig avtale

Vi får endelig en skriftlig avtale tilsendt av Trond Sveen (13.04.16) med bekreftelse på å bruke Sunhordaland Havbruk som rensestasjon og ekspedisjonssentral. Vi blir også informert om at han foreløpig har fått varsel om at han må flytte fra fabrikken der rensingen foregår, men at dette ikke trer i kraft før tidligst september. Dette er noe vi må vurdere i veien videre.

## Styremøte april

Østersguttas medlemmer avgir orientering på hva som er gjort til nå, og hva som er planlagt gjort fremover. Vi diskuterer fremtiden med Firmenich, og kommer frem til at vi må gjøre en grundig kalkyle på dette før vi kommer tilbake med et svar til Firmenich. Vi fordeler oppgaver, setter opp disposisjon og legger frem hva som må gjøres frem mot innlevering av innovasjonsprosjekt. Vi går også innom tema «Veien Videre» og det er av en felles enighet om at vi ønsker å gå videre med prosjekt såfremt det viser seg lønnsomt. Vi avtaler og nytt møte med mentor for hjelp til å tolke analyserapport fra Eurofins.

## Mentormøte april

For å tolke analyseresultater fra Eurofins og om verdier er innenfor grensen til hva som er godkjent fra Mattilsynet, kontaktet vi vår mentor (27.04.16). Hun satt oss i



kontakt med sin kollega, Tryg, i Møreforskning. Han hjalp oss å tolke analyser og bekrefter at Eurofins har gjort en feil.

## Facebook

Den 28. april opprettet Østersgutta en Facebookside som et tiltak i markedsføringsstrategien til bedriften. Her opparbeidet vi oss over 300 liker-klikk på siden på under en uke! Dette er noe vi er veldig stolt av når vi sammenligner oss med andre studentbedrifter. Vi har vært aktiv i bruken av siden, og hatt aktiviteter, videoer, bilder og poster hver dag. En kostnadsfri markedsføring som har tjent oss godt.

## Mai

Denne måneden kan oppsummeres som en hektisk innspurt. Det har vært jevne og lange dager med jobbing på samtlige medlemmer av gruppen. Allikevel fant vi tid til å koble av og prioritere team-bygging.

## HR-tiltak

For å bygge samhold, og møtes på arenaer utenfor kontoret, prioriterte vi å sette av en halv dag (07.05.16) til teambuilding blant medlemmene av Østersgutta. Torstein som personalansvarlig organiserte en tur til Alnes, like utenfor Ålesund. Her hadde vi med surfebrett, våtdrakt, fiskestang, grill og stillehavsøsters. Et

meget godt tiltak som vi er sikre på styrket samholdet innad i gruppen, men også ga oss det avbrekke og den motivasjonen vi trengte i den siste intensive uke med mye arbeid.



Figur 5: Østersgutta på HR-tur til Alnes



## **Intensiv uka**

Det ble gjort oppklaring i starten av mai med konkret disposisjon og fordeling av arbeidsoppgaver. Den 5. mai gjorde vi en felles status på hva som er gjort, og hva som skal bli gjort. Vi fordelte videre arbeidsoppgaver ut ifra status. Vi kontakter Sandefjords Blad og tilbyr de å skrive om oss. Vi legger det frem på en måte slik at de kan vinkle artikkelen mot «lokalhelten Rolf Oftedal fra Sandefjord».

Reporteren kjøper historien, og bekrefter at han vil skrive en artikkel om oss. Frem mot 10. mai, jobber medlemmene av Østersgutta jevnt og trutt, og har gjennom en seks måneder lang prosess, nå kommet i mål der vi er stolte av å levere innovasjonsprosjektet som et ferdig produkt. Selv om skriveprosessen stopper her, er ikke kommersialiseringprosessen ferdig, og vi vil holde på med prosjektet frem til vi får et salg. Såfremt det viser seg økonomisk bærekraftig, vi vil også fortsette etter endt studietid.

## Bibliografi

ostersgutta.com. (2016). Hentet fra <http://www.ostersgutta.com/>

startnorge.no. (2016). Hentet fra <http://startnorge.no/>

## Vedlegg

### Vedlegg 1: Osterwalder Business Model Canvas. Første utkast, opplevelseskonsept

- 12.8 "Osterwalders Business Model Canvas"

<b>Partnere</b> -Ålesund kommune -Fylkesmannen -SFS -ÅSS -DNT -Visit Ålesund -Lokale hoteller -Hials	<b>Kjerneaktiviteter</b> - Tilby naturopplevelser på <u>påsunnmøre/Ålesund</u>  <b>Kjerneressurser</b> -Bærekraftig -Innovativt -Kompetansedrevet gruppe -Kortreist -Lokalt -Grønt	<b>Kunde verdi</b> -Status - <u>Belvrealisering</u> - Mestringsfølelse - Læringsutbytte - Selvfølelse -Opplevelse - Status -	<b>Kunderelasjon</b> - Nær kunderelasjon - Opprettholde høye forventinger - Personlig kundeoppfølging - dekke behov etter forespørsel -  <b>Distribusjonskanaler</b> - Direkte salg av tjeneste - avtale med - Oppfølging av kunder etter salg	<b>Kundesegment</b> - aktive unge voksne (18-50) - Skoleungdom -Hotellgjester - Cruiseturister - Uerfarne byfolk -
<b>Kostnadsstruktur</b> - Verdidreven forretningsmodell - Småskala/kortreist - Verdigrunnlag/filosofi		<b>Inntektsstrøm</b> - Spesifikk produkt pris - Fastpris (med særskilte avtaler v/kjøp av større kvantum) - Kontraktbasert levering		



**11. Veien videre**



# Veien videre

Østersgutta SB skal løpet av mai legge ned sin virksomhet som Studentbedrift som en del av mål beskrivelsen til faget Innovasjonsprosesser. Spørsmålet en sitter igjen med er hvor vidt en har vurdert å ta forretnings modellen videre, og ut i den «virkelige verden» som et AS.

Videre vil vi drøfte forutsetninger, nedsider og muligheter med å gjøre alvor ut av Østersgutta og til slutt redegjøre for beslutningsgrunnlaget for veien videre.

## Forutsetninger

For at Østersgutta på sikt skal være levedyktig, er vi for det første avhengig av en oppstarts kapital for å etablere vår egen rensestasjon. Per idag er det kun én godkjent rensestasjon i landet som kan rense stillehavsøsters. Dette betyr at vi er avhengig av en ekstern part i vår verdikjede som videre svekker vår konkurransekraft. Det forutsetter samtidig at vi må gå i anskaffelse av kjøretøy som er mer egnet til transport og mellomlagring av stillehavsøstersen, ettersom vi idag kun tar i bruk privatbil.

## Muligheter

Selv om vi står ovenfor noen utfordringer i forhold til startkapital, er ikke dette kritiske faktorer vi er avhengig av for å kunne drifte virksomheten effektiv, det er heller et konkurransefortrinn vi ser fordelaktig. Vi har allerede gjort oss godt kjent i næringen, satt oss inn i et overkommelig regelverk, gjort nødvendige tester og analyser og gjort intensjonsavtaler med en rekke forhandlere og grossister som etterspør vårt produkt. Det er utrolig den responsen og interessen vi sitter igjen med fra aktører vi har vært i kontakt med. Dette viser hvor store mulighetene er på markedet.

Et alternativ til å bruke renseanlegg i Norge, er å gå internasjonalt umiddelbart med Flying Seafoods nettverk av grossister og rensestasjon i Nederland. Der vil kostnaden også i større grad minskes. For å ytterligere styrke verdikjeden, bør vi og vurdere tilbud vi har fått fra smakstilsetnings giganten "Firmenich" om å selge østerskjøtt til disse. Dette styrker vår miljøprofil der vi i tillegg får brukt restavfall



fremfor å selektere vekk østers. Mulighetene er mange, og veien fremover ser lys ut ved å videreføre Østersgutta.

## Nedsider

Vi ser dog noen nedsider ved de forskjellige mulighetene. Og dette går i hovedsak på svekkelse av vår andel i verdikjeden. Velger vi å bruke Flying Seafoods nettverk av grossister og utenlands rensestasjon, vil vi være nødt til å satse fullt ut på en "Go-Global-strategi" med det samme. Dette kan vise seg lønnsomt hvis vi klarer å høste nok Stillehavsøsters - ut ifra etterspørsel. En stor nedside med dette er at vi sitter igjen med særdeles lite forhandlingsmakt.

Velger vi en to-delt forretnings modell med salg til restauranter på den ene siden, og østerskjøtt som smaktilsetning på den andre siden, vil det være svært ressurskrevende å manuelt skille østerskjøtt fra skallet. Dette fremstår ikke å være et hinder, men det vil føre til en enormt høy kilopris, som vi er usikre på om Firmenich vil godta.

Mattilsynets reglement for omsetning av muslinger er av det mest regulerte regelverket for mat, som til slutt betyr at overnevnte alternativer vil kreve analyser og tester som er nokså kostbare. Dette er en nedside med tanke på profitt og inntjening, men med en effektiv høsting og en verdikjede som vi i større grad er i kontroll over, vil dette gi oss et fortrinn.

## Beslutningsgrunnlag

På bakgrunn av de nevnte forutsetninger og de negative hindringene i prosjektet, kan det tolkes som Østersgutta fremtid er avhengig av en rekke faktorer for å være levedyktig nok til å ta steget videre. På en annen side, er det nettopp disse faktorene vi fra begynnelsen av identifiserte som faktorer som ga oss konkurransefortrinn. Det er også et hav av muligheter i denne bransjen, etterspørselen etter varen vi ønsker å levere er stor, og mange interessenter har på eget initiativ tatt kontakt med oss. Dette gir oss en drivkraft til å fortsette arbeidet videre mot et endelig salg og høstetillatelse.



Arbeidet mot realisering av prosjektet stopper ikke etter fullført levering av prosjektoppgave. Vi vil begynne i det små og få til en inntjening som gjør oss bærekraftige, og på sikt effektivisere høsteprosessen nok til å oppnå en lønnsom inntjening. På sikt vil vi utvikle en forretningsmodell som kan ta høyde for en inntjening som viser seg lønnsomt utover dugnad som arbeidskapital. Vi er optimistiske mot veien videre, og ivrig etter å realisere forretningsideen til Østersgutta på et kommersielt nivå.