

Lærer innovasjon av kidsa



ØKT APPETITT: Den norske ungdomsbedriften Artifish gikk til topps i Europa med en idé som skal øke rensefiskens effektivitet. F.v.: Max F. Kipperberg, Nicholas Sperre, Adrian Sørmoen, Henrik Emblem-Lund, Sebastian Ness og Simen Sæther.

FOTO: TOMM W. CHRISTIANSEN

Norsk ungdomsbedrift til topps i Europa

Ungdomsbedriften Artifish vil redde Norges fjerde største eksportnæring. I bakgrunnen står teknologiselskapene i kø for å tilby rådgivning og jobb.

■ **TORGEIR KVEIM STI**
torgeir.sti@finansavisen.no

Ungdomsbedrifter kan være så mangt, men bak enkelte ideer ligger det langt mer substans. NTNU Ålesund-baserte Artifish vil løse lakselusproblematikken ved å effektivisere bruken av rensefisk.

Etter å ha vunnet regionale og nasjonale konkurranser, møtte ungdommene den europeiske eliten i entreprenørkonkurransen JA Europe, hvor selskapet stakk av med tittelen årets ungdomsbedrift.

– Oppdrettsnæringen utfordres av lakselus, og vi fant ut at rensefisk er en lovende løsning. De er naturlige og skader ikke fisken, men dessverre er de ikke så flinke til å spise lusen, sier Henrik Emblem-Lund, styreleder i Artifish.

Trener rensefisk

Årets tema var miljøvennlige og bærekraftige løsninger, og blant 17.000 europeiske studenter mellom 19 og 30 år vant Artifish foran 14 andre finalister. I tillegg vant selskapet en Ferd-sponset pris for sitt bidrag til å løse samfunnsutfordringer.

Selskapets har utviklet en teknologi, kalt Educational Digital Intelligence, som skal trene rensefisk til raskere å oppfatte lakselus som mat.

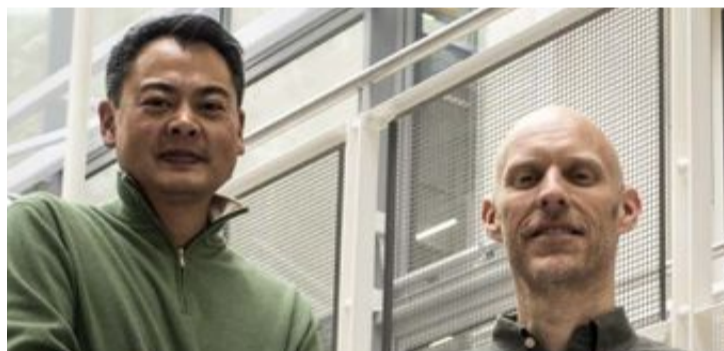
Ved å koble mat med lus utplassert på kunstige laksefisk, håper Artifish å redusere antallet rensefisk som behøves ved å gjøre dem mer effektive.

Etter å ha konkurrert med andre ungdommer, er selskapet nå klare for å satse for seg selv og er på jakt etter potensielle partnere og investorkapital.

– Vi legger ned studentbedriften og starter et aksjeselskap. Foreløpig er det i testfasen, men vi har vært i kontakt ulike aktører som SalMar om å teste dette i fullskala i merdene, sier Emblem-Lund.

Attraktive talenter

Vinnerpremien er heder og ære, men ungdommene følges samtidig tett av sponsorene som i år inkluderte blant andre Avanade, Cisco, Accenture, Ferd, Nordea og SAP. Med tøff konkurranse om de beste hodene og på jakt etter de beste ideene, retter selskapene



GJENSIDIG LÆRING: Matt Joe, teknologisjef, og Henning Hesjedal, Norgessjef i Avanade, mener begge parter har utbytte av konkurransen.

FOTO: TORGEIR KVEIM STI

oppmerksomheten mot en stadig yngre målgruppe.

– Enten de kommer til å jobbe for oss eller ikke, bryr meg ikke. Slik verden fungerer i dag er vi en del av et økosystem der man ikke trenger å kontrollere alt selv. Kanskje kommer vi en dag til å jobbe med disse ungdommene, sier Matt Joe, teknologisjef i konsulent-selskapet Avanade.

Gjensidig utbytte

Det florerer av priser, premier og entreprenørkonkurranser, og på spørsmål hva et teknologiselskap med mange tusen ansatte kan lære av en gruppe ungdommer, er svaret fra Joe gjensidig påvirkning.

Joe peker på at teknologiutviklingen i dag står overfor en rekke utfordringer, deriblant miljøutfordringer og etiske problemstillinger rundt data – områder som i mange tilfeller neglisjeres i

jakten på raske løsninger som gir umiddelbar gevinst.

Teknologidirektøren mener utvekslingen av ideer hjelper de unge gründerne å peile seg i riktig retning i stedet for å gå på trynet, mens sponsorene kan lære av hva morgendagens ansatte og samarbeidspartnere ønsker, hvordan de jobber og hvordan de tenker.

– Vi vokser fort, utvider kontinuerlig i nye markeder og driver med intraprenørskap. Det er den helhetlige tankegangen vi selv ønsker, og det er denne typen selskaper vi ønsker å knytte oss til senere, sier han.

Henning Hesjedal, adm. direktør for Avanade i Norge, sier samtidig at tross klisjeen handler programmene om å gi noe tilbake til samfunnet. Dette innebærer blant annet å øke interessen og forståelsen for teknologi blant unge, spesielt jenter.

– For et selskap som jakter profitt 60 timer i uken, er det

ARTIFISH

- Ungdomsbedrift fra NTNU Ålesund grunnlagt av Henrik Emblem-Lund, Simen Sæther, Max F. Kipperberg, Adrian Sørmoen, Sebastian Ness, Nicholas Sperre og Marius Slettebakk.
- Utvikler en teknologi kalt Educational Digital Intelligence, som skal lære rensefisk å spise lakselus mer effektivt.
- Planlegger å legge ned ungdomsbedriften og starte et AS, og jakter nå utviklingspartnere og investorer.

JA EUROPE

- Konkurranse for ungdomsbedrifter i regi av EU og en rekke sponsorer innen bank, finans og teknologi.
- 17.000 studenter deltar årlig i konkurransen om å bli Europas beste ungdomsbedrift.
- Norske Artifish gikk til topps i årets konkurranse foran 14 andre finalister.

fint å gjøre noe annet innimellom, sier han.

Emblem-Lund i Artifish sier muligheten til å sparre med andre unge og profesjonelle mentorer har vært uvurderlig, og at de håper å være med å løse et problem som angår flere enn norske laksemilliardærer.

– Det er fint å kunne utdanne folk om hvordan fiskeoppdrett fungerer, innse at det er et problem og at det finnes løsninger på problemet. Fremtiden trenger oppdrettsfisk. Det er en utfordring som ikke bare angår Norge, men hele verden, sier han.