



Hardangerfjordruta
– ei kommersiell moglegheit frå 2027

Moglegheitsstudie for operatørar som vurderer konsesjon

Mars 2026

Leiarsamandrag

Hardangerfjorden representerer eit reelt og utviklingsbart moglegheitsrom for ei båt rute med kommersielt potensial. Regionen har veksande etterspurnad etter fjord- og naturopplevingar, høg internasjonal interesse, aukande kommersielle overnattingar og fleire målgrupper som er relevante for eit båtbasert opplevingsprodukt. Fjordcruise og båtsightseeing er samstundes blant aktivitetane turistane i størst grad er villige til å betale for.

- Marknaden er til stades, men kommersiell effekt kjem først når ruta blir utforma som eit tydeleg og samanhengande produkt.
- Kundereisa må fungere frå første søk til avslutta oppleving, med klar informasjon, gode korrespondansar og låg friksjon i kjøpsløpet.
- Hardanger kombinerer fjord, fossar, isbreområde, sider, lokalmat og kulturhistorie på ein måte som gir grunnlag for fleire produktvariantar og inntektsstraumar.
- Potensialet er reelt, men krev eit bevisst val av konsept, stoppstruktur, prising, samarbeid og salslogikk.



Innholdsliste

Føremål og avgrensning	3
Bakgrunn og utgangspunkt	3
Innleiing	4
Marknadspotensial og etterspurnad	4
Reisemønster, målgrupper og sesonglogikk	5
Hardanger som heilskapleg opplevingsregion	1
<i>Attraksjonar og stopp med relevans for eit kommersielt båttilbod</i>	2
<i>Kvam – inngangsport og naturleg startpunkt</i>	2
<i>Ullensvang – stort opplevingsvolum og sterk produktbreidde</i>	2
<i>Ulvik – småskala opplevingar, sider og lokal kultur</i>	3
<i>Eidfjord – sterk merkevare og høg opplevingskonsentrasjon</i>	3
<i>Rosendal og Mauranger – moglege utvidingar</i>	3
<i>Opplevingar på tvers av kommunane</i>	3
Produktet: båtrote i Hardanger	4
<i>Dagens rute og tilbod</i>	5
<i>Alternative ruteopplegg og utviklingsretningar</i>	5
<i>Stoppestader og produktlogikk</i>	10
Kundereise, tenestekvalitet og betalingsvilje	11
Pris og betalingsvilje	11
<i>Innsikt frå marknad og operatørar</i>	12
<i>Samanlikning med liknande båtprodukt</i>	12
<i>Historisk prisutvikling</i>	12
Infrastruktur og kaier	13
Konsesjon og rammevilkår	14
Samarbeid, sal og pakking	15
Avsluttande vurdering	15
Takk til bidragsytarar	15
Hardangerrådet si rolle og invitasjon	16
Kjelder	16
Vedlegg	16

Føremål og avgrensing

Denne rapporten vurderer potensialet for kommersiell drift av ei båt rute på Hardangerfjorden. Føremålet er å synleggjere korleis eit båtbasert tilbod kan utviklast til eit tydeleg, marknadsretta og salbart produkt som svarar på behov i reiselivet, og som kan bidra til auka etterspurnad, lengre opphald og høgare verdiskaping i reiselivet i Hardanger.

Analysen tek utgangspunkt i Hardanger som heilskapleg opplevingsregion og søker å synleggjere breidda av attraksjonar, opplevingar og reisemål langs fjorden. Rapporten har derfor ikkje som mål å framheve enkeltstader, traséar eller kommunar framfor andre, men å vurdere kva for kvalitetar, stopp og sambandslinjer som samla styrkjer grunnlaget for eit attraktivt båtprodukt. Dagens rute er brukt som eit naturleg utgangspunkt, fordi ho omfattar fleire av dei sentrale attraksjonane og knutepunkta som i dag er viktige for turisme og mobilitet i regionen.

Rapporten er utforma som inspirasjon og beslutningsstøtte for operatørar og andre aktørar som vurderer å utvikle et båtbasert tilbod på Hardangerfjorden. Han er ikkje ei teknisk eller fullstendig kommersiell utgreiing av konkrete konsept, men eit samla oversyn over moglegheitsrommet og over dei utviklingsretningane som framstår som mest relevante for ei berekraftig og marknadsretta vidareutvikling.

Bakgrunn og utgangspunkt

«Turistruta Hardanger» har over fleire år vore eit sentralt båttilbod i sommarsesongen og ein etablert del av reiselivsproduktet i regionen. Ruta har i hovudsak vore utvikla for turistmarknaden, men har samstundes måtta fungere på ein måte som også tek omsyn til lokalbefolkninga. Drifta har vore ivareteken av Norled sidan 2007, på oppdrag for Vestland fylkeskommune v/Skyss, gjennom fleire kontraktsperiodar og med ulike fartøy tilpassa etterspurnad og rammevilkår.

Den gjeldande kontraktsperioden 2020–2026 har vore prega av store svingingar i trafikkutviklinga. Ruta nådde eit toppnivå på om lag 30 000 reisande før pandemien, før trafikken fall markant i pandemiperioden. I åra etter har talet på reisande teke seg opp att, men utan å kome tilbake til nivået frå før pandemien. For å halde oppe tilbodet har det i seinare år vore nødvendig med mellombelse tilpassingar, mellom anna i sesonglengd og finansiering. Ruta er vidareført gjennom 2026, samstundes som det er lagt til grunn at tilbodet frå 2027 skal vidareutviklast kommersielt.

Etter nær 20 års driftserfaring er spørsmålet no korleis ruta kan vidareutviklast til eit meir robust og lønsamt produkt. Det inneber å vurdere potensialet innan mellom anna dagsturar, rundreiser, transport mellom attraksjonar, lokal mobilitet og opplevingsbaserte premiumtilbod, og å sjå dette i samheng med produktutvikling, prising, sesongforlenging, samarbeid i verdikjeda og strategisk posisjonering. Slik blir bakgrunnen ikkje berre historia om ei rute som har eksistert, men utgangspunktet for å vurdere kva som skal til for å gjere ho meir relevant og salbar i marknaden.

Innleiing

Hardangerfjorden har eit dokumentert marknadsgrunnlag for fjordbaserte opplevingar. For ein profesjonell operatør ligg moglegheita i å utvikle eit tydeleg og salbart produkt der rute, stopp, korrespondansar, opplevingsinnhald og salslogikk verkar saman. Dette handlar ikkje berre om å segle ei rute, men om å tilby ei reise som er enkel å forstå, attraktiv å kjøpe og relevant for fleire målgrupper.

Hardanger har sterke føresetnader for dette. Regionen kombinerer fjordlandskap, fossar, isbreområde, fruktbygder, siderkultur, lokalmat og kulturhistorie innanfor eit område som eignar seg godt for dagsturar, rundreiser og pakkøløysingar. Det gir grunnlag for å utvikle eit båtprodukt som kan vere både ein attraksjon i seg sjølv og eit effektivt bindeledd mellom opplevingar på land.

Samtidig viser erfaringane at marknadspotensiell åleine ikkje er nok. For å lukkast kommersielt må tilbodet ha eit tydeleg verdiforslag, god samanheng mellom pris og opplevd kvalitet, og ei kundereise som fungerer frå første søk til avslutta oppleving. Det er i denne kombinasjonen av natur, logistikk, opplevingsverdi og salbarheit at det kommersielle potensialet ligg.

Marknadspotensial og etterspurnad

Tilgjengelege reiselivsdata viser aukande internasjonal etterspurnad og sterkare interesse for fjordbaserte opplevingar i perioden etter pandemien. Reiselivsundersøkinga 2025 frå Innovasjon Noreg viser at fjord- og naturopplevingar er den viktigaste reisemotivasjonen for både norske og utanlandske turistar. Om lag 60 prosent av dei besøkande oppgir fjord og fjell som den opplevinga dei helst vil ha. Dette gir Hardangerfjorden eit godt marknadsgrunnlag, samstundes som regionen opererer i ein konkurranseutsett marknad med etablerte fjorddestinasjonar som Flåm, Geiranger, Sogn og Lysefjorden.

Fjordcruise og båtsightseeing er blant aktivitetane turistane er mest villige til å betale for. Ifølgje reiselivsundersøkinga planlegg om lag 38 prosent av utanlandske turistar slike opplevingar, og særleg britiske og amerikanske gjester skil seg ut med høgt totalforbruk og høg betalingsvilje. Dette støttar vurderinga av at eit godt utforma båtprodukt i Hardanger kan prise seg som oppleving, ikkje berre som transport.

Utviklinga i kommersielle overnattingar underbyggjer biletet av ein veksande marknad. Det er registrert 597 715 kommersielle overnattingar per oktober 2025 (SSB), noko som tilsvarar ein vekst på 20 prosent samanlikna med 2019. Når overnattingar i Kvinnherad og estimert korttidsutleige blir tekne med, tilseier berekningane eit samla volum på om lag 93 000 kommersielle gjestedøgn i 2025 (Visit Hardangerfjord). Utlandsdelen har auka og utgjør om lag 45 prosent av volumet, med Tyskland, Nederland og USA som dei største utanlandsmarknadene.

Ein rapport frå Menon Economics 2025 viser vidare at samla omsetning i reiselivet i Hardanger var om lag 1,6 milliardar kroner i 2023, og at verdiskapinga har auka med om lag 80 prosent sidan 2014. Årleg verdiskapingsvekst viser sterk vekst etter pandemien (særleg 2021 og 2023). Transportsektoren står for rundt 18 prosent av verdiskapinga. Dette peikar på

at transport ikkje berre er ein støttefunksjon i reiselivet, men ein del av sjølve verdiskapinga, særleg i ein region med spreidde attraksjonar, krevjande logistikk og høg etterspurnad etter naturbaserte opplevingar.

Samla viser marknadsbiletet at Hardanger har eit relevant og attraktivt grunnlag for kommersiell båtdrift. Potensialet ligg både i volum og i moglegheita til å skape meirverdi gjennom produktutforming, opplevingsinnhald og betre samanheng i reisa.

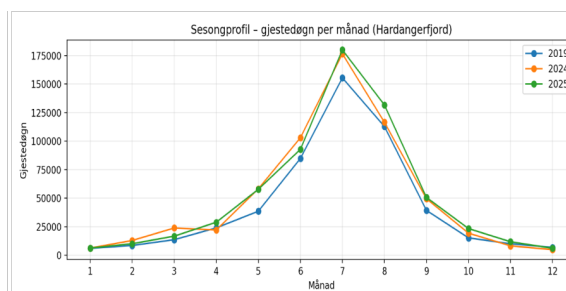
Reisemønster, målgrupper og sesonglogikk

Vestlandet er kjenneteikna av ein høg del baseturistar som bur fleire netter på same stad og gjer dagsutflukter derfrå. Nesten alle turistar kombinerer natur- og kulturopplevingar i løpet av reisa, og mat- og drikkeopplevingar er eit raskt veksande segment. Dette er særleg relevant for Hardanger, som har eit tydeleg fortrinn i kombinasjonen av fjordlandskap, frukt, sider, lokalmat og kulturhistorie.

Særleg relevante målgrupper for båtruta er:

- **Dagsturistar:** søker enkle og godt samansette opplevingar frå Bergen eller andre basar i regionen.
- **Utanlandske FIT-gjester:** verdset fleksibilitet, naturopplevingar og produkt som er lette å forstå og bestille.
- **Cruise-relaterte rørsler:** gir eit supplerande kundegrunnlag for organiserte utflukter og korte opplevingar.
- **Norske ferie- og fritidsreisande:** kan vere viktige både i høgsesong og i skuldersesong.
- **Grupper:** gir høve til meir føreseielege volum og enklare pakking saman med aktivitetar på land.

Sesongprofilen viser at juni og juli er dei mest volumtunge månadene, men tala peikar også på eit tydeleg potensial i skuldersesongane (SSB). For ein operatør er dette viktig, fordi lønsemd ikkje berre blir skapt gjennom toppvolum i høgsesong, men gjennom betre utnytting av kapasitet over ein lengre del av året. Dette krev ei produktutforming som svarar på ulike behov i ulike periodar, og ein salslogikk som gjer ruta relevant også utanfor dei mest besøkte sommarmånadene.



SSB 14172 – Hardangerfjord (46104).

Hardanger som heilskapleg opplevingsregion

Det som gjer Hardanger særleg interessant, er breidda i opplevingane langs fjorden. Regionen rommar både internasjonalt kjende attraksjonar og mindre, autentiske opplevingar: fossefall, isbreområde, fruktbygder, sidergardar, kulturhistoriske miljø, museum og småskala produsentar. På ein dagstur frå Bergen kan ein oppleve både brei og smal fjord, fjell og isbrelandskap – ein kombinasjon som ved andre fjordar ofte krev meir tid og gjerne overnatting.



Hardanger har også gode føresetnader for rundreiser med kombinasjon av buss, tog og båt. Dette gir eit godt utgangspunkt for å utvikle pakkar og reiseløp som gjer det enklare å oppleve fleire delar av regionen utan bil. For eit kommersielt båtprodukt er dette viktig, fordi verdien av ruta aukar når ho blir del av ei større og meir samanhengande oppleving.

Cruisetrafikken er eit viktig segment, men ikkje det einaste. Eidfjord hadde 91 cruiseanløp og om lag 176 000 passasjerar i 2025, noko som gir eit betydeleg kundegrunnlag for organiserte utflukter og båtbaserte opplevingar. Samstundes bør cruise forståast som eitt av fleire segment ruta kan tene, ikkje som den einaste berande marknaden.

Attraksjonar og stopp med relevans for eit kommersielt båttilbod

Langs fjorden finst eit breitt spekter av natur- og kulturopplevingar, frå fjordlandskap og fossefall til fjell, isbreområde, museum, sidergardar og småskala produsentar. Regionen rommar både internasjonalt kjende reisemål og mindre, autentiske opplevingar som samla styrkjer grunnlaget for eit differensiert og salbart båtprodukt. For ei båtrute på Hardangerfjorden er det ikkje berre breidda i opplevingstilbodet som er relevant, men korleis ulike stopp kan inngå i ein tydeleg produktlogikk med høg opplevingsverdi, gode overgangar og moglegheit for pakking.

Oversikta under løftar fram attraksjonar og opplevingar som er særleg relevante for eit kommersielt båttilbod, med vekt på stader som ligg langs – eller naturleg kan knytast til – dagens rute mellom Norheimsund og Eidfjord, og til moglege utvidingar i Sørfjorden. Føremålet er ikkje å framheve enkeltkommunar framfor andre, men å synleggjere korleis ulike stopp kan styrkje ruta som heilskapleg opplevingsprodukt.

Kvam – inngangsport og naturleg startpunkt

Kvam er det mest tilgjengelege området frå Bergen og fungerer som naturleg inngang til Hardanger. Kommunen kombinerer nærleik, gode sambandslinjer og eit variert opplevingstilbod, og har derfor ein tydeleg funksjon som start- og slutt punkt i eit båtprodukt. Kommunen er også kjent for å være ein Fossekommune.

Relevante attraksjonar og opplevingar omfattar mellom anna Steinsdalsfossen, Hardanger Fartøyvernssenter, Kunsthuset Kabuso, Hardanger Skyspace, Hardanger Akvasenter, Hardangerbadet, Fykkesund og Spildegarden. Tilbodet spenner frå korte, lett tilgjengelege stopp til kultur- og aktivitetsopplevingar som kan styrkje både dagsturar og pakkøløyser.

For eit kommersielt båttilbod er Kvam særleg relevant fordi området kan fungere som eit effektivt bindeledd mellom Bergen og indre Hardanger. Samstundes gir kombinasjonen av natur, kultur og familievennlige aktivitetar eit godt grunnlag for å utvikle produkt med låg terskel, høg tilgjengelegheit og tydeleg opplevingsverdi.

Ullensvang – stort opplevingsvolum og sterk produktbreidde

Ullensvang har fleire av Hardanger sine mest profilerte attraksjonar og eit særleg breitt grunnlag for produktutvikling. Kommunen kombinerer ikoniske naturopplevingar, sterke kulturmiljø, frukt- og sidertradisjonar og fleire stopp som eignar seg godt i ei båtrute.

Blant dei mest relevante attraksjonane er Trolltunga, Dronningstien, Husedalen, Låtefoss, Kinsovasdraget, Folgefonna, Agatunet, Kraftmuseet i Tyssedal, Mikkelparken og eit stort tal siderprodusentar. Dette gir eit breitt spekter av opplevingar med ulik profil og ulik målgruppe, frå internasjonalt profilerte fjellturar og familieaktivitetar til kulturhistorie og sideropplevingar.

For eit båtprodukt er Ullensvang særleg interessant fordi fleire av attraksjonane kan nåast direkte eller indirekte frå kai i Lofthus, Kinsarvik, Aga, Nå, Tyssedal, Odda og Utne. Dette skaper ein tydeleg fjordarm-logikk der båt ikkje berre fungerer som transportmiddel, men som ein aktiv del av opplevinga og som bindeledd mellom stopp med høg kommersiell relevans. Området eignar seg derfor godt for både dagsutflukter, rundreiser og pakkar som kombinerer båt med vandring, sider, kultur og familieaktivitetar.

Ulvik – småskala opplevingar, sider og lokal kultur

Ulvik har ein annan skala og rytme enn fleire av dei større og meir profilerte stoppa, men nettopp dette gjer bygda relevant i eit kommersielt tilbod. Ulvik er kjend for frukt, sider og småskala opplevingar, og kan gi ruta eit tydelegare innslag av ro, nærleik og lokal identitet.

Attraksjonar og opplevingar omfattar mellom anna frukt- og siderruta, Olav H. Hauge-senteret, Osafjorden og lokale kultur- og naturstiar. Fleire av desse opplevingane eignar seg godt for korte landstopp, smaking, formidling og lågterskel aktivitetar som kan kombinerast med båtreisa utan at logistikken blir for krevjande.

Ulvik er særleg relevant for produkt som ønskjer å kombinere fjordcruise med sideropplevingar, lokal kultur og småskala aktivitetar. I tillegg gir koplinga vidare mot Voss og tog eit interessant utgangspunkt for rundreiser og meir samansette transportløp. Ulvik kan slik styrkje både opplevingsbreidda og fleksibiliteten i ruta.

Eidfjord – sterk merkevare og høg opplevingskonsentrasjon

Eidfjord er eit av dei mest etablerte stoppunkta i Hardanger og har ei sterk merkevare i den internasjonale turistmarknaden. Kombinasjonen av fjord, fossar og høg fjell gir området ei tydeleg opplevingsprofil som er lett å forstå og lett å selje.

Blant dei mest sentrale attraksjonane er Vøringsfossen, Hardangervidda nasjonalpark, Norsk Natursenter Hardanger, Kjeåsen fjellgard og ulike fjordaktivitetar som RIB-safari, kajakk og organiserte utflukter. Dette gjer Eidfjord særleg relevant for gjester som ønskjer ein markant kombinasjon av båtreise og landbaserte attraksjonar innanfor same dag.

Eidfjord har også ei etablert rolle som anløpspunkt for cruise, noko som gir eit supplerande kundegrunnlag for organiserte opplevingar og utflukter. For eit kommersielt båttilbod er dette ein styrke, men den største verdien ligg i at Eidfjord fungerer som eit stopp med høg opplevingskonsentrasjon og tydeleg internasjonal appell.

Rosendal og Mauranger – moglege utvidingar

Rosendal og Mauranger ligg utanfor den tidlegare ruta, men kan vere relevante i eit utvida Hardanger-produkt eller i sesongbaserte spesialløysingar. Attraksjonar som Baroniet Rosendal, Folgefonnsenteret, Bondhusvatnet, Furebergfossen og Åkrafjorden peikar på eit potensial for lengre rundreiser og produkt som kombinerer fjord, kultur og natur på nye måtar.

Desse områda bør ikkje nødvendigvis vurderast som del av ei ordinær hovudrute, men som moglege tillegg eller framtidige utvidingar dersom marknadsgrunnlag, sesongprofil og driftsmodell tilseier det. I rapporten er dei derfor mest relevante som uttrykk for eit vidare moglegheitsrom, ikkje som føresetnad for sjølve kjerneproduktet.

Opplevingar på tvers av kommunane

På tvers av kommunane finst fleire opplevingskategoriar som styrkjer grunnlaget for eit kommersielt båttilbod. Dette gjeld mellom anna fjordcruise og sightseeing, RIB og kajakk, siderkultur, fruktbløming, festivalar og attraksjonar langs dei nasjonale turistvegane.

Desse opplevingane er viktige fordi dei gir ruta større fleksibilitet og opnar for produktutvikling på tvers av sesongar, målgrupper og prisnivå. Siderkulturen er til dømes ein av regionen sine tydelegaste identitetsberarar og eignar seg godt for pakkar med smaking, omvising og korte stopp. Fruktbløminga i mai representerer ein særleg viktig sesongdrivar, medan festivalar og kulturarrangement kan gi grunnlag for meir målretta produkt og auka relevans utanfor høgsesongen.

Samla viser dette at Hardanger ikkje berre har mange attraksjonar, men eit opplevingsgrunnlag som i stor grad kan organiserast rundt ei båtrote. For ein operatør er det sentrale ikkje å inkludere mest mogleg, men å velje dei stoppa og opplevingane som gir best samspel mellom opplevingsverdi, logistikk, salbarheit og betalingsvilje.

Produktet: Hardangerfjord ruta

Marknadsgrunnlaget peikar på høg betalingsvilje for fjordopplevingar. Det neste spørsmålet er derfor kva slags produkt som skal seljast, og korleis ruta kan gjerast mest mogleg salbar og gjennomførbar. For ein operatør handlar dette om å utvikle eit tilbod med klar målgruppe, tydeleg opplevingsprofil og stopp som både er attraktive for gjesten og realistiske å drifte.

Den etablerte ruta mellom Norheimsund og Eidfjord via Herand, Utne, Lofthus, Kinsarvik og Ulvik har vist at det finst ein marknad. Samstundes viser erfaringane at ei lang rute med fleire funksjonar kan vere krevjande å gjere tydeleg og lønsam dersom konseptet blir for uklart. Den viktigaste læringa er at resultatata i stor grad har vore avhengige av korleis tilbodet har vore utforma, samordna og utvikla som eit heilskapleg produkt.

For å få større kommersiell effekt bør desse forholda prioriterast:

- **Tydeleg konsept og målgruppe:** rute, frekvens, pris og innhald må støtte same marknadsposisjon.
- **Ruteutforming etter opplevingsverdi:** stopp og strekningar bør prioriterast ut frå kundestraumar, attraksjonsstyrke og salbarheit.
- **Heilskapleg produktansvar:** produktutvikling, sal, marknadsføring og partnerskap må sjåast under eitt.
- **Kundereise som heilskap:** opplevinga må fungere frå første informasjon og bestilling, via transport til båten, opphald og servering om bord, sjølve båtresa og vidare til retur og vidare samband.
- **Saumlaus reisekjede:** båt, buss, tog og landbaserte opplevingar må henge saman både operativt og kommunikativt.
- **Synlegheit og enkel bestilling:** tilbodet må vere lett å finne, lett å forstå og lett å kjøpe.
- **Opplevd meirverdi om bord:** guiding, informasjon, enkel servering, gode fasilitetar og føreseieleg kapasitet styrkjer den samla opplevinga og samsvaret mellom pris og verdi.

Dagens rute og tilbod

Den tidlegare ruta har vore driven av Norled på oppdrag for Vestland fylkeskommune v/ Skyss som eit sesongbasert båttilbod i Hardanger. Ruta har gått mellom Norheimsund og Eidfjord via Herand, Utne, Lofthus, Kinsarvik og Ulvik, med retur langs same trasé, og har bestått av to daglege rundturar.

Stopp	Tur 1	Stopp	Tur 2
Norheimsund	09:00	Eidfjord*	15:20
Herand	09:23	Ulvik*	15:55
Utne	09:55	Kinsarvik	16:35
Lofthus	10:15	Lofthus	16:55
Kinsarvik	10:33	Utne	17:15
Ulvik	11:15	Herand	17:45
Eidfjord	11:54	Norheimsund	18.10

* På tur 2 er det lagt inn 5 minutt meirtid mellom Eidfjord og Ulvik for å gi rom for sightseeing.

Alternative ruteopplegg og utviklingsretningar

I samband med moglegheitsstudie har Hardangerrådet engasjert ein ruteplanleggjar for å skissere ulike ruteopplegg som døme på korleis båtruta kan utviklast vidare. Desse bør forståast som alternative kommersielle retningar, ikkje som ferdige tilrådingar. Det sentrale er å vurdere kva slags kundegrupper og opplevingsmønster ruta skal tene, og korleis rute- og stoppstrukturen kan støtte dette.

Alternativ A – rundtur i heile fjordbassenget

Alternativ A byggjer på ein større rundtur i det indre fjordbassenget, med samband mellom Norheimsund, Sørfjorden, Eidfjord og tilbake. Dette alternativet peikar mot eit meir samanhengande produkt for reisande som ønskjer ei større rundreise i løpet av dagen, og gir god relevans for dagsutflukter og transportetappar knytte til mellom anna Kinsarvik, Tyssedal og Sørfjorden.

Alternativet opnar for kopling til attraksjonar som Trolltunga-relaterte rørsler, Kinsovasdraget og Husedalen, samstundes som det gir fleire moglegheiter for fjordcruise og landstopp undervegs. Eit seinare avgangstidspunkt frå Norheimsund er vurdert som meir marknadsvennleg frå Bergen, og rapporten peikar på at eiga bussløysing kan vere relevant dersom volumet tilseier det.

Alternativ B – to rundturar frå Norheimsund

Alternativ B byggjer på to daglege rundturar frå Norheimsund: ein lengre tur på føremiddagen og ein kortare tur på ettermiddagen. Dette styrkjer fleksibiliteten i tilbodet, gir fleire moglege rundturar frå same hamn og skaper betre grunnlag for dagsbesøk og sein retur.

Modellen er særleg interessant fordi han gjer Ulvik og Eidfjord meir tilgjengelege som rundturstilbod, og fordi han støttar konkrete aktivitetsprodukt. Kinsovasdraget vart trekt fram

som døme på ein dagstur med potensial for auka trafikk, særleg dersom kundane får fleksibilitet i returval og tydelege samband mellom båt og aktivitet. Alternativ C – opphald i Eidfjord på 3 timar

Dette alternativet ligg nær dagens driftsopplegg, med opphald i Eidfjord. Eit opphald på tre timar gir rom for utflukt til Vøringsfossen. I alternativ 2 er opphaldet redusert med 25 minutt, slik at returen korresponderer med Skyss-bussen som i dag går kl. 19.00 frå Norheimsund til Bergen.

Alternativ D – opphald i Eidfjord på 2 timar

Alternativ D går via Jondal og passerer dermed Herand. Ruta omfattar stopp i Utne, medan Aga på vestsida av Sørfjorden er sløyfa. Opphaldet i Eidfjord er redusert til to timar for å synleggjere denne varianten.

Vurdering av rutealternativa

Skiljet mellom dei ulike alternativa bør ikkje berre vurderast operativt, men kommersielt. Utgreiinga tek utgangspunkt i fleire sentrale behov i marknaden: fjordcruise og rundreiser mellom bygdene, rundreiser til og frå Bergen, transportetappar i samband med utflukter og dagsbesøk, samt eit stoppmønster som i større grad kan tilpassast faktisk trafikkgrunnlag og nye hamner. Konseptet er utforma med ein brei tilnærming, og viser ulike måtar å balansere opplevingsverdi, marknadsrelevans, operasjonell gjennomførbarheit og ressursbruk på.

Alternativ A og B er dei mest ressurskrevjande løysingane og peikar mot eit meir aktivt og utvida rutetilbod. Alternativ C og D ligg nærare dagens konsept, med lengre opphald i Eidfjord og retur via Ulvik, men med ulike grep for å styrkje produktlogikken og marknadsrelevansen. Samanlikninga under er derfor ikkje ei rangering, men eit oversyn over kva slags rolle dei ulike ruteopplegga kan spele i eit framtidig kommersielt tilbod.

Oversikta under samanfattar skilnader som er særleg relevante for ein operatør:

Alternativ	Passar best for	Kommersiell styrke	Mogleg utfordring
Dagens rute	brei dekning av etablerte stopp, klassisk fjordrute og eksisterande marknad	etablert og kjend løysing med brei geografisk dekning.	lang rute med fleire funksjonar, mindre spissa produktlogikk, og svakare kommersiell tydelegheit
Alternativ A	samla fjord- og utfluktsprodukt	tydeleg rundreiseprofil og sterk kopling til Sørfjorden og dagsutflukter	lengre reiseløp og mindre fleksibilitet i løpet av dagen
Alternativ B	fleksible dagsbesøk og fleire rundtursmoglegheiter	betre valfridom for gjesten og fleire kombinasjonar frå same hamn	meir komplekst ruteprodukt og mindre dekning sør i fjorden
Alternativ C	ei enklare og meir konsentrert rute med tydeleg fjordcruiseprofil	ligg nær dagens konsept, med 3 timars opphald i Eidfjord og tydelegare struktur	mindre geografisk dekning og svakare kopling til Sørfjorden og aktivitetar lenger inne i fjorden
Alternativ D	ei rute med Jondal/Folgefonna-relevans og eit produkt nært dagens løysing	kombinerer lengre opphald i Eidfjord med stopp i Jondal og breiare marknadsgrunnlag enn C	meir kompleks enn C, men framleis smalare enn A og B i geografisk nedslagsfelt

Teknisk-operativ presentasjon og driftsrammer

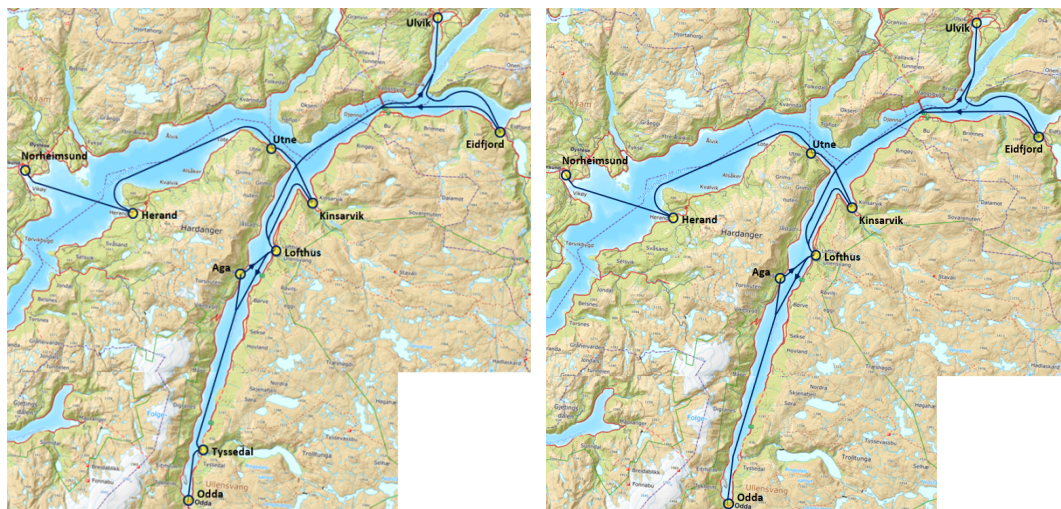
For å gjøre vurderinga av rutealternativa meir operativ, er dei skisserte konseptane under supplerte med rutetabellar og driftsrammer frå utgreiingsarbeidet. Desse er ikkje tilrådingar, men illustrerer kva som er praktisk mogleg innanfor dei operasjonelle rammene som ligg til grunn.

Rutetabellene er rekna ut med 22 knop marsjfart mellom hamnene i alle alternativa.

Rutetabell – alternativ A

Alternativ A	A1 Tur 1	A1 Tur 2	A2 Tur 1	A2 Tur 1	A3 Tur 1	A3 Tur2	A4 Tur1	A4 Tur 2
Buss Bergen → Norheimsund	07:25 08:50		08:15* 09:55*		07:25 08:50		08:15* 09:55*	
Norheimsund	09:00		10:00		09:00		10:00	
Herand	09:23		10:23		09:23		10:23	
Utne	09:55		10:55		09:55		10:55	
Kinsarvik	10:10		11:10		10:10		11:10	
Lofthus	10:33		11:33		10:33		11:33	
Tyssedal	11:10		12:10		-		-	
Odda	11:20		12:20		11:15		12:15	
Aga	12:00		13:00		11:55		12:55	
Lofthus	12:07		13:07		12:02		13:02	
Ulvik	13:00		14:00		12:55		13:55	
Eidfjord	13:35	14:05	14:35	15:05	13:30	14:05	14:30	15:05
Lofthus		14:57		15:57		14:57		15:57
Aga		15:05		16:05		15:05		16:05
Odda		15:45		16:45		15:45		16:45
Tyssedal		15:55		16:55		-		-
Lofthus		16:30		17:30		16:25		17:25
Kinsarvik		16:55		17:55		16:50		17:50
Utne		17:10		18:10		17:05		18:05
Herand		17:42		18:42		17:37		18:37
Norheimsund		18:05		19:05		18:00		19:00
Buss Norheimsund → Bergen		19:00 20:25		19:15** 20:40**		19:00 20:25		19:10** 20:35**

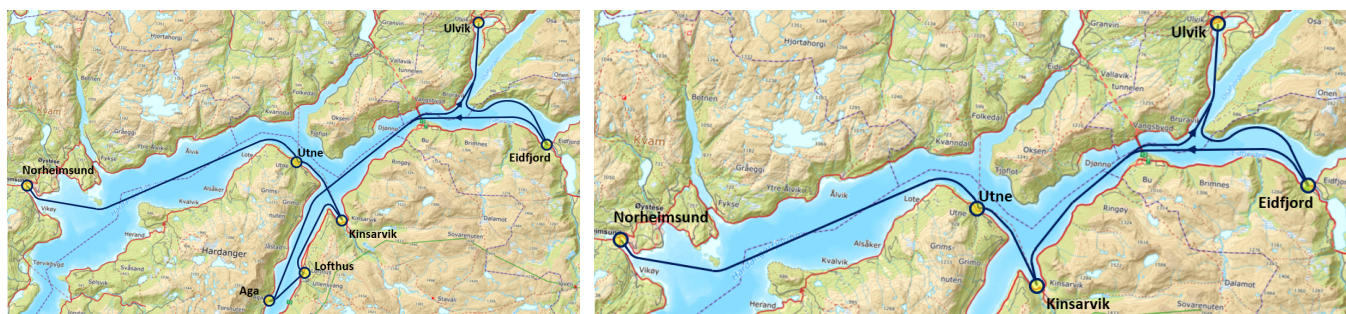
Merknader: *Eiga buss, stoppar i 20 min ved Steinsdalsfossen. **Dagens Skyss-rute må seinareleggjast med 15 min.



Rutetabell – alternativ B

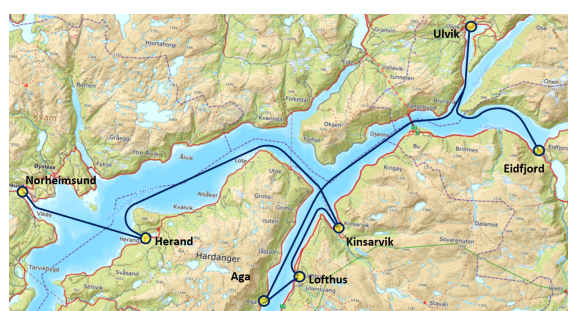
Alternativ B	B1 Tur 1	B1 Tur 2	B2 Tur 1	B2 Tur 2
Buss Bergen → Norheimsund	07:25 08:50	13:20 14:45	08:15* 09:55*	14:25 15:50
Norheimsund	09:00	15:05	10:00	16:05
Utne	09:45	15:50	10:45	16:50
Kinsarvik	10:00	16:05	11:00	17:05
Lofthus	10:23	-	11:23	-
Aga	10:30	-	11:30	-
Ulvik	11:25	16:50	12:25	17:50
Eidfjord	12:00	17:25	13:00	18:25
Aga	13:00	-	14:00	-
Lofthus	13:08	-	14:08	-
Kinsarvik	13:35	18:10	14:35	19:10
Utne	13:48	18:23	14:48	19:23
Norheimsund	14:30	19:05	15:30	20:05
Buss Norheimsund → Bergen	15:00* 16:25	19:15** 20:40**		22:10 23:25

Merknader: * Kl. 16:00 på laurdagar. ** Dagens Skysst-rute må seinareleggjast med 15 min.
 *** Eiga buss, stoppar i 20 min ved Steinsdalsfossen.



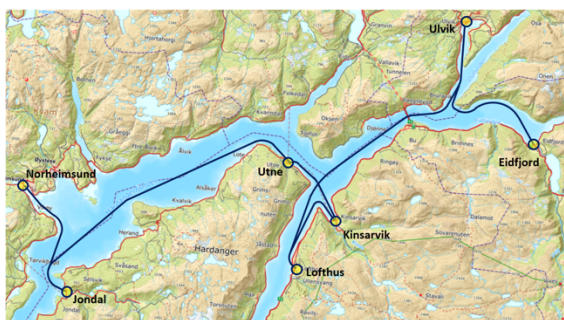
Rutetabell – alternativ C

Alternativ B	B1 Tur 1	B1 Tur 2	B2 Tur 1	B2 Tur 2
Buss Bergen → Norheimsund	07:25 08:50		08:15* 09:55*	
Norheimsund	09:00		10:00	
Herand	09:23		10:23	
Kinsarvik	10:05		11:05	
Lofthus	10:28		11:28	
Aga	10:35		11:35	
Ulvik	11:30		12:30	
Eidfjord	12:05	15:10	13:05	15:45
Ulvik		15:45		16:20
Aga		16:40		17:15
Lofthus		16:48		17:23
Kinsarvik		17:10		17:45
Herand		17:52		18:27
Norheimsund		18:15		18:50
Buss Norheimsund → Bergen		19:00 20:25		19:00 20:25



Rutetabell – alternativ D

Alternativ B	B1 Tur 1	B1 Tur 2	B2 Tur 1	B2 Tur 2
Buss Bergen → Norheimsund	07:25 08:50		08:15* 09:55*	
Norheimsund	09:00		10:00	
Jondal	09:25		10:25	
Utne	10:15		11:15	
Kinsarvik	10:30		11:30	
Lofthus	10:53		11:53	
Ulvik	11:50		12:50	
Eidfjord	12:25	14:25	13:25	15:25
Ulvik		15:00		16:00
Lofthus		15:57		16:57
Kinsarvik		16:20		17:20
Utne		16:35		17:35
Jondal		17:25		18:25
Norheimsund		17:50		18:50
Buss Norheimsund → Bergen		19:00 20:25		19:00 20:25



Stoppestader og produktlogikk

For å gjere ruta meir salbar må stoppestadene forståast som delar av ei tydeleg produktlogikk. Norheimsund er vestleg inngang og naturleg start- og slutt punkt med kopling mot Bergen. Herand og Jondal er relevante dersom Folgefonna-tilgang og landtransport kan gjerast enkel og stabil. Utne, Lofthus, Aga og Nå representerer kultur, frukt, sider og fjordliv og eignar seg godt for pakkar med lokalmat, kulturhistorie og korte landstopp.

- **Norheimsund:** vestleg inngang og naturleg start- og slutt punkt med kopling mot Bergen.

- **Herand/Jondal:** relevante der Folgefonna-tilgang og landtransport kan gjerast enkel og stabil.
- **Utne, Lofthus, Aga og Nå:** eignar seg for pakkar med sider, kulturhistorie og korte landstopp.
- **Kinsarvik:** har familieprofil og lett tilgjengelege aktivitetar.
- **Tyssedal/Odda:** gir kopling til fjell, ikonattraksjonar og vidare reiser.
- **Eidfjord og Ulvik:** kombinerer sterke stopp med høvesvis dagsutfluktslogikk og kultur-/siderprofil.

Kinsarvik har lett tilgjengelege opplevingar og familieprofil, medan Tyssedal og Odda gir kopling til fjell, ikonattraksjonar og vidare reiser. Eidfjord kombinerer cruiseanløp med sterk dagsutfluktslogikk knytt til Vøringsfossen og Norsk Natursenter. Ulvik har kultur- og siderprofil og mogleg kopling vidare mot Voss og tog.

I vidare produktutvikling bør stopp prioriterast ut frå tre forhold: opplevingsverdi på strekninga, korrespondansar og reisetider, og kor lett det er å byggje bokbare pakkar saman med lokale aktørar. Eit stopp er i denne samanhengen ikkje berre ein stad, men ei kommersiell rolle i ruta – til dømes knutepunkt, signaturstopp, pakkestopp eller volumstopp.

Kundereise, tenestekvalitet og betalingsvilje

Kundereisa må forståast som ein del av sjølve produktet. For gjesten startar opplevinga lenge før ombordstiging: når tilbodet skal finnast, forståast, samanliknast og kjøpast. Innsikt viser at båtruta ikkje alltid har vore tilstrekkeleg synleg i reiseplanleggjarar, at bookingløysingar har vore uoversiktlege, og at korrespondansar og praktisk føreseielegheit har vore for svake. Dette er forhold som direkte påverkar både konvertering, kundeoppleving og lønsemd.

Når ruta skal utviklast vidare, bør ho derfor utformast som ei heil teneste frå første søk til siste landstopp. Det inneber at informasjon må vere tydeleg, kjøpsløysingane enkle, korrespondansane forståelege og kvaliteten om bord tilpassa den opplevinga kunden betaler for. Guiding, enkel servering, god informasjon, trygg kapasitetshandtering og ei kjensle av flyt i reisa kan vere avgjerande for om kunden opplever båten som verd pengane.

Betalingsvilje må i denne samanhengen forståast som resultat av opplevd kvalitet. Pris kan ikkje kompensere for svak produktlogikk, men eit godt samansett produkt kan legitimere høgare pris. Dette gjeld særleg når båten blir posisjonert som oppleving og ikkje berre som transportmiddel.

Pris og betalingsvilje

Pris er eitt av dei viktigaste kommersielle grepa i ei framtidig løysing. Erfaringar og innspel frå samtalar og møte mellom Skyss, kommunar i Hardanger og aktørar i reiselivet, kombinert med innspel frå marknadsaktørar, peikar på at det finst eit reelt handlingsrom for å styrkje

inntektsgrunnlaget gjennom eit høgare og meir marknadstilpassa prisnivå. Dette føreset samstundes at tilbodet blir opplevd som tydeleg, samanliknbart og verdifullt for kundane.

Innsikt frå marknad og operatørar

Fleire kommersielle aktørar i marknaden – mellom anna Fjordtours, BookHardanger og Gofjords – vurderer ein moderat til betydeleg prisauke som realistisk. Eit konkret døme frå 2025 er Gofjords, som lanserte billettane sine med rundt 50% høgare pris enn tidlegare. Prisauken var mellom anna grunngeven i Skyss sine tilrådingar om prosentvis prisjustering og forseinkingar i prisutsendingar frå Norled.

Trass i det høgare prisnivået rapporterte Gofjords god etterspurnad og få prisrelaterte utfordringar. Først etter at konkurrentar valde lågare prisnivå, justerte Gofjords ned gjennom kampanjar. Erfaringane indikerer at kundane er relativt lite prissensitive, så lenge prisnivået er konsistent mellom aktørane og produktet blir opplevd som samanliknbart.

Samanlikning med liknande båtprodukt

Fjordtours og BookHardanger framhevar at prisnivået i Hardanger med fordel kan harmoniserast med tilsvarande fjordopplevingar i Noreg, til dømes i Sognefjorden, Geirangerfjorden og Nærøyfjorden. Desse marknadene opererer generelt med høgare billettprisar, særleg i høgsesong, og er difor relevante referansepunkt for vidare vurderingar.

Tilråding:

Det blir tilrådd å gjennomføre ei systematisk prisanalyse og benchmarking mot samanliknbare fjord- og cruiseprodukt i Noreg. Ei slik analyse bør inkludere prisnivå, etterspurnadselastisitet, sesongvariasjonar og marknadsposisjonering.

Historisk prisutvikling

Skyss og Norled sine prisar over tid

Tabellen under gir ei samla oversikt over historiske billettprisar for dei aktuelle båtrotene i perioden 2021–2026. Oversikta omfattar både dei tidlegare maksimalprisane fastsett av Skyss og dei prisane operatør sjølv publiserer etter innføringa av ny prismodell i 2024.

Fram til den nye prisstrukturen trådde i kraft 1. oktober 2024, sende Skyss maksimalprisar til nettobåtrutene. Operatørane stod fritt til å selje billettar til lågare pris enn desse maksimalprisane. Prisane som er oppgitt for perioden 2021–2024 er derfor Skyss sine maksimalprisar. Det er ikkje kjent om Norled faktisk har nytta desse prisane eller sett egne prisar i desse åra; dette må eventuelt avklarast direkte med Norled.

For 2025 og 2026 er prisane henta frå Norled sine egne nettsider. I samband med innføringa av ny prismodell for båt i Vestland frå 1. oktober 2024 vart det vedteke at definerte turistruter kunne ha egne prisar. I politisk sak FTING PS 128/2023 er Turistruta i Hardanger, samt strekningane til Flåm og Aurland, definerte som turistruter. På desse strekningane kan operatør sjølv fastsette prisar på enkeltbillettar, men må følgje den fastsette pristabellen for periodebillettar. Dette gir operatør høve til å ta marknadsprisar i turistmarknaden, samtidig

som fastbuande framleis kan reise med periodebilletter på like vilkår som på andre strekningar.

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Vaksen	350	358	373	388	404	445
Barn	175	179	186	194	202	223
Honnør	175	179	186	194	202	223
Student	210					267
Pris tur/retur voksen	525	537	560	582	606	

Sjå vedlegg for prisar for alle strekningar.

Infrastruktur og kaier

Tilgang til eigna kaier er ein grunnleggjande føresetnad for drift, regularitet og vidare produktutvikling.

I Hardangerfjorden finst det både kommunale og private kaier som kan nyttast i båtruta. Informasjon om kaiene er henta frå Skyss (inkludert ei tilstandsvurdering frå Sweco i 2024), verksemdsleiar for veg, park og hamn i Ullensvang kommune - Hjalmar Heimvik (motteke mars 2026), hamnesjef i Kvam kommune - Jarle Flotve (motteke februar 2026), og kontakt med private eigarar av kaier i Sørfjorden (mars 2026). Operatøren er sjølv ansvarleg for å inngå avtale med kommunar og private eigarar.

Oversikt og vurdering

- TG1 = god eller svært god stand.
- TG2 = tilstand som krev vidare undersøkingar eller oppfølging.
- TG3 = omfattande skadar eller større investeringsbehov.

Kjernekaier og hovudruta

Kai	Eigarskap, mål og tilstand	Lading, landinfrastruktur og tilkomst
Norheimsund kai	Eigarforhold: Kvam kommune Lengd/djupn: L 36,1 m; djupn 2,57-3,67 m (målt 1 m ut frå front) Tilstand: TG1 - ny og i svært god stand (2023)	Lading/drivstoff: Eksisterande 25 kW uttak. Moglegheit for opptil 300 kVA med ny nettstasjon (0,9-1,3 mill. kr) Landinfrastruktur: Leskur/rutetavle; nær toalett, butikkar og servering. Tilkomst: God bussdekning; regionalt knutepunkt.
Øystese kai	Eigarforhold: Kvam kommune Lengd/djupn: Ca. 60 m; djupn ikkje kartlagt, men handterer større fartøy (fiskefartøy, kystvakt) Tilstand: God; blir brukt aktivt til grusmottak og større båtar	Lading/drivstoff: Ingen straum tilgjengeleg; vatn via låst vasskiosk. Ingen lading. Landinfrastruktur: Ingen venterom; enkel arbeidskai. Tilkomst: Buss via Øystese sentrum.
Herand kai	Eigarforhold: Jondal kommune + Indre Hardanger Skogeigarlag (50/50) Lengd/djupn: L 27 m; djupn 3,37-5,67 m	Lading/drivstoff: Ikkje tilgjengeleg. Landinfrastruktur: Sommartoalett, LED-belysning,

Kai	Eigarskap, mål og tilstand	Lading, landinfrastruktur og tilkomst
	Tilstand: TG1 - god, men lokale betongskadar og armeringskorrosjon	livbøye, leiderar (ein manglar handløpar). Tilkomst: Tilkomst med mindre buss.
Jondal kai	Eigarforhold: Ullensvang kommune (kaifront) Lengd/djupn: Kaifront ca. 36 m; flytebrygge 12 m; djupn ikkje kartlagt (blir brukt av grusbåtar) Tilstand: God; ny fending våren 2026	Lading/drivstoff: Ingen landstrøm/drivstoff. Landinfrastruktur: Offentleg venterom med toalett. Tilkomst: Buss (bruk blir koordinert med Skyss).
Jondal flytebrygge	Eigarforhold: Ullensvang kommune Lengd/djupn: Ca. 12 m; for mindre båtar. Tilstand: God.	Lading/drivstoff: Ingen. Landinfrastruktur: I tilknytning til hovudkaien. Tilkomst: Buss (via Jondal sentrum).
Kinsarvik kai	Eigarforhold: Ullensvang kommune Lengd/djupn: L 38,8 m; djupn 1,96-5,26 m Tilstand: TG1 - god og vedlikehalden kai (spunt + steinkai)	Lading/drivstoff: Ingen lading; 5 MW-lading krev investering ~9,9 mill. kr (Hardanger Energi) Landinfrastruktur: Sommartoalett, god belysning, livbøye, manglar redningshake. Tilkomst: Buss.
Lofthus	Eigarforhold: Privat (Tonny Thers) Lengd/djupn: L 52 m; djupn 1,80-5,80 m Tilstand: TG3 - omfattande skadar; tilrådd riving/nybygg (7,77 mill. kr)	Lading/drivstoff: Ikkje tilgjengeleg. Landinfrastruktur: Belysning frå bygg; livbøye; ingen redningshake; leier utilgjengeleg. Tilkomst: Buss; nær butikk og toalett.
Ulvik kai	Eigarforhold: Ulvik herad Lengd/djupn: L 49 m; djupn 1,66-5,86 m Tilstand: TG2 - betydeleg armeringskorrosjon, tilrådd vidare undersøkingar	Lading/drivstoff: Ikkje tilgjengeleg. Landinfrastruktur: God belysning, livbøye, manglar redningshake og eigna leier. Tilkomst: Buss.
Eidfjord kai (rutebåtkai)	Eigarforhold: Eidfjord kommune Lengd/djupn: L 120,4 m; djupn 3,6-5,22 m Tilstand: TG1 - svært god stand; trekai på stålrørpeler	Lading/drivstoff: Eksisterande 70 kW. Moglegheit for 1 MW Landinfrastruktur: God belysning, livbøyer, toalett og service nært. Tilkomst: Buss og turisttransport.
Utne ferjekai	Eigarforhold: Fylkesvegferjekai / Statens vegvesen-systemet Lengd/djupn: Dimensjonert for bilferje; djupn ikkje oppgitt. Tilstand: Betongskadar, erosjon og fendingslitasje dokumentert 2024 (moderat til høg skadegrad)	Lading/drivstoff: Ikkje omtalt for hurtigbåt. Landinfrastruktur: Standard ferjeanlegg. Tilkomst: Ferje + buss.
Odda kai	Eigarforhold: Ullensvang kommune Lengd/djupn: Ikkje oppgitt; flytebrygge 20 m Tilstand: God stand; fungerande fending, pullertar og redningsstigar	Lading/drivstoff: Landstrøm og vatn tilgjengeleg Landinfrastruktur: Ikkje venterom etter opning av ny bussterminal (1. mai 2026) Tilkomst: Buss (ny terminal tett ved).
Odda gjestebrygge	Eigarforhold: Ullensvang kommune Lengd/djupn: Flytebrygge ca. 20 m. Tilstand: God.	Lading/drivstoff: Landstrøm og vatn tilgjengeleg via hovudkaiområdet. Landinfrastruktur: Rett ved sentrumsfunksjonar. Tilkomst: Buss (ny terminal).

Konsesjon og rammevilkår

For ein operatør er det ikkje nok at marknadsgrunnlaget er attraktivt. Ruta må også kunne realiserast innanfor gjeldande formelle krav. Nedanfor er dei viktigaste punkta frå utgreinga om ruteløyve og dokumentasjonskrav.

Søknad om ruteløyve skal handsamast politisk, og ein bør rekne med ei saksbehandlingstid på om lag tre månader.

Dette må vere med i søknaden om ruteløyve:

- Ruteplan med trasé, stoppestader og frekvens.
- Forslag til takstregulativ.
- Politiattest for dagleg leiar eller transportleiar (kan ikkje vere eldre enn tre månader).

- Skatteattest og attest frå konkursregisteret for føretaket (kan ikkje vere eldre enn tre månader).
- Søknad om ruteløyve med fartøy har i tillegg eit krav om garanti. Føretaket må stille garanti for det tal fartøy som skal nyttast i ruta:
- Garantisummen er sett til 106 000 kr for første fartøy og 59 000 kr for påfølgjande fartøy.

Samarbeid, sal og pakking

Verdien av båtruta aukar når ho blir koplå til andre delar av reiselivet. Transport bør derfor forståast som del av ei større verdikjede, ikkje som ei isolert teneste. Når båt, aktivitetar, overnatting og servering blir koplå saman i bokbare produkt, aukar både relevansen for kunden og inntekspotensialet for operatøren.

Dette er særleg viktig i Hardanger, der mange attraksjonar og opplevingar ligg spreidde langs fjorden og krev gode samband. Pakkar med sider- og smaksopplevingar, kulturhistorie, korte landstopp, dagsutflukter og rundreiser kan styrkje både salbarheita og differensieringa av ruta. Samtidig krev dette tettare samspel mellom transport og opplevingsaktørar, og ein kanalstrategi som gjer tilbodet lett å finne og enkelt å kjøpe.

Avsluttande vurdering

Hardangerfjorden har eit tydeleg marknadsgrunnlag for ei båtrute som blir utvikla som meir enn transport. Regionen har sterk attraksjonskraft, relevante målgrupper, dokumentert betalingsvilje for fjordopplevingar og eit opplevingsinnhald som eignar seg godt for differensiering. Samstundes viser erfaringane at lønsemd krev eit tydeleg konsept, godt rutedesign, gjennomtenkt stoppstruktur, sterke korrespondansar og ei kundereise som fungerer i praksis.

For ein operatør er det derfor ikkje berre spørsmålet om ruta kan driftast, men om ho kan gjerast til eit produkt som er så tydeleg, relevant og godt samansett at kunden vel båt fordi det er den beste måten å oppleve Hardanger på. Det er i dette spennet mellom natur, logistikk, oppleving og salbarheit at det kommersielle potensialet ligg.

Takk til bidragsytarar

Arbeidet med denne rapporten har vore gjennomført i tett dialog med ei rekkje lokale og regionale aktørar. Det har likevel ikkje vore kapasitet til å snakke med alle som kunne ha bidrege med relevante perspektiv. Vi er merksame på at mange fleire sit på verdifulle innspel, og vil rette ei særleg takk til alle som har delt erfaringar, vurderingar og kunnskap undervegs.

Hardangerrådet si rolle og invitasjon

For spørsmål, utfyllende informasjon eller vidare dialog om arbeidet med båtruta i Hardanger, kan førespurnader rettast til:

Ann Irene E. Myrheim

Dagleg leiar, Hardangerrådet IKS

Mobil: **+47 90 99 19 56**. E-post: ann.myrheim@hardangerraadet.no

Hardangerrådet står som regional koordinator for prosjektet og vil kunne svare på spørsmål knytte til både prosess, samarbeidspartnarar og vidare framdrift. Ta gjerne kontakt dersom du ønskjer innsyn i grunnlagsmateriale, bidra med innspel eller drøfte moglege vidare steg.

Kjelder

- Skyss (rute- og trafikkdata, prisgrunnlag, søknad ruteløyve).
- SSB (overnattningar og reiselivsstatistikk).
- Innovasjon Noreg: Reiselivsundersøkinga 2025.
- VisitHardangerfjord (nøkkeltal og marknadsinnsikt).
- Innspel frå turoperatørar/marknadsaktørar (m.a. Fjordtours, BookHardanger og Gofjords).
- Innspel frå reiselivsverksemdar i Hardanger.

Vedlegg

Følgande vedlegg kan fåast på førespurnad:

Vedlegg A. Skyss: Presentasjon og referat frå dialogmøte.

Vedlegg B. Skyss: reisetal, priser per strekning.

Vedlegg C. Skyss: vurdering av kaier i Hardanger.

Vedlegg D. Innhenta tal frå reiseliv – nye stopp.

Vedlegg E. Siste tal frå VisitHardangerfjord (ink. SSB, Menon, Opinion).

Vedlegg F. Alternative ruteplanar - detaljer i tilbod per hamn, og driftsoperasjon.