



RAPPORT

Innspill til strategisk næringsplan for Eidfjord kommune



Foto: by-studio, iStock

Av Live Nerdrum, Endre Kildal Iversen og Erik Jakobsen

Menon-publikasjon Nr. 56

2025

Forord

Menon Economics og SNF har på oppdrag for Eidfjord kommune utarbeidet en strategisk næringsplan. Formålet med en strategisk næringsplan er å legge til rette for langsiktig og bærekraftig næringsutvikling gjennom klare mål, prioriteringer og samarbeid mellom offentlige og private aktører. Planen skal styrke konkurransekraften, fremme innovasjon og sikre gode rammebetingelser for næringslivet.

Oppdraget har vært ledet av Live Nerdrum (Menon), med Endre Kildal Iversen (SNF) som prosjektmedarbeider. Erik Jakobsen (Menon) har vært prosjektansvarlig og Jonas Erraia (Menon) har vært kvalitetssikrer.

Vi takker Eidfjord kommune for et spennende oppdrag. Vi takker også alle informanter for gode innspill underveis i prosessen. Menon står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

Mai 2025

Erik Jakobsen
Prosjektansvarlig
Menon Economics

Om Menon Economics

Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter. Vi er et konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked.

Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt.

Les mer om vårt arbeid på menon.no.

Om SNF

SNF er et selskap i NHH-miljøet som driver anvendt forskning for privat og offentlig sektor. Selskapet er eid av Norges Handelshøyskole og er godkjent som forskningsorganisasjon av Norges forskningsråd. Forskerstaben består av rundt 25 faste forskere, i tillegg til ca. 90 eksterne forskere fra NHH, UiB og andre institusjoner.

Innhold

1	Innledning	4
1.1	Metode og kilder	4
1.2	Leseguide	5
2	Muligheter og utfordringer for næringslivet	6
2.1	Næringslivet i Eidfjord	6
2.2	Analyse av utfordringer i næringslivet	8
2.3	Trender	13
3	Strategisk næringsplan	15
3.1	Strategiske satsingsområder	15
3.2	Flere helårsarbeidsplasser	15
3.3	Styrke opplevelsesbasert næring	16
3.4	Attraktive og levende sentrumsområder	17
3.5	Økt tilgang til boliger	18
3.6	Industriutvikling i Simadalen som næringsområde	19

1 Innledning

Denne rapporten presenterer innspill til en strategisk næringsplan for Eidfjord kommune. Utarbeidelsen av en strategisk næringsplan innebærer å identifisere satsningsområder med tilhørende tiltak som kommunen skal støtte oppunder. Dette skal svare på utfordringer og muligheter i næringslivet i Eidfjord i dag og fremover. I tillegg skal det utarbeides et forslag til reviderte retningslinjer for næringsstøtte som støtter oppunder satsningsområdene.

Den strategiske næringsplanen skal bidra til tre hovedmål:

- Fremme bærekraftig økonomisk utvikling av lokale næringer
- Legge til rette for økt verdiskaping og helårsarbeidsplasser i kommunen
- Sikre at strategien er fremtidsrettet og tilpasset de regionale, nasjonale og internasjonale markedsforholdene

Planen skal bidra til å styrke det samlede næringslivet, men det er rettet spesielt fokus på de delene av næringslivet der potensialet for utvikling vurderes som størst og der kommunen kan spille en viktig rolle gjennom tilrettelegging. Særlig reiselivsnæringen og reiselivsrelaterte næringer som handel har dermed en relativt stor rolle i planen.

Planen vil være styrende for kommunens arbeid med næringsutvikling fremover og gi tydelige signaler om rammene som ligger til grunn for næringslivet. Planen er et viktig verktøy for å sikre en helhetlig, koordinert, forutsigbar og effektiv tilnærming til næringsutvikling.

I arbeidet med å utarbeide en strategisk næringsplan har det vært fokus på å utarbeide strategiske satsningsområder og tiltak som er konkrete og enkel. Det vil gjøre det lettere for å implementere foreslåtte tiltak i etterkant av oppdraget. Det er også viktig at planen er levende. Det vil si at den enkelt bør kunne evalueres og oppdateres ved endringer internt i kommunen eller eksterne forhold.

Den strategiske planen bygger videre på Eidfjords kommuneplan sin samfunnsdel 2015-2027¹ og de tre satsningsområdene bokommunen Eidfjord, opplevelses- og besøkskommunen og arbeidskommunen.

1.1 Metode og kilder

De strategiske satsningsområdene bygger på et kunnskapsgrunnlag bestående av både eksisterende innsikt og ny innsikt som er opparbeidet gjennom prosjektet. Analysene som er gjort i forbindelse med oppdraget bygger på en spørreundersøkelse blant reiselivsrelaterte bedrifter i Eidfjord og dybdeintervjuer med tre reiselivsrelaterte bedrifter eller organisasjoner. Undersøkelsen ble sendt ut til 35 aktører innen overnatting, servering, opplevelser, transport og varehandel. Undersøkelsen var åpen mellom 06.02 og 05.03 og ble fullstendig besvart av 18 respondenter. Det tilsvarer en svarprosent på 51 prosent. Dybdeintervjuene ble gjennomført med lokale aktører innen henholdsvis formidling, overnatting og opplevelser.

For å få innspill til tiltak tilknyttet satsningsområdene ble det gjennomført en workshop med representanter fra næringslivet. Tolv bedrifter ble invitert og ni av dem deltok. Deltakerne representerte ulike næringer, blant annet landbruk, bygg og anlegg, industri, varehandel og ulike deler

¹ Tilgjengelig [her](#).

av reiselivet. Det ble i tillegg gjennomført en workshop med kommunestyret for å diskutere reviderte forslag til retningslinjer.

1.2 Leseguide

Den strategiske næringsplanen bygger på et kunnskapsgrunnlag som skal belyse mulighetene og utfordringene i Eidfjord. Kapittel 2 presenterer denne kunnskapsoppsummeringen. Kapitlet diskuterer innsikt fra tidligere kunnskapsgrunnlag og resultater fra supplerende analyser som er gjort i forbindelse med dette oppdraget. Kapittel 3 presenterer den foreslåtte strategiske næringsplanen. Den beskriver satsningsområdene og tilhørende tiltak og samarbeidspartnere. Til slutt presenteres forslag til reviderte retningslinjer.

2 Muligheter og utfordringer for næringslivet

2.1 Næringslivet i Eidfjord

Eidfjord er en liten kommune med rundt 970 innbyggere, strategisk plassert innerst i Hardangerfjorden og ved foten av Hardangervidda. Kommunen ligger langs Riksveg 7, som er del av den nasjonale turistvegen over Hardangervidda, og fungerer som knutepunkt mellom fjord og fjell, øst og vest. Næringslivet i Eidfjord har historisk vært preget av en tett sammenheng mellom naturressurser og lokal verdiskaping.

Reiseliv og vannkraft har i over hundre år vært sentrale næringer i Eidfjord. Turismen startet på slutten av 1800-tallet, med Vøringsfossen som hovedattraksjon. Hotell ble bygget både ved fossen og i Eidfjord sentrum, og etter åpningen av Bergensbanen i 1909 økte tilstrømmingen av turister til Hardangervidda og Måbødalen. På 1970-tallet startet kraftutbyggingen for fullt, og Sima kraftverk åpnet i 1980. Selv med naturvern og nasjonalparketablering er Eidfjord fortsatt en av Norges største kraftkommuner. De senere årene har cruiseturisme og hytteutbygging og -turisme økt kraftig.

Forsyningsindustri, det vil si vannkraftproduksjon, er den mest verdiskapende næringen i Eidfjord, hvor Statkraft Energi bidro med 923 millioner kroner i verdiskaping i 2023. Sima kraftverk er det nest største kraftverket i Norge målt i effekt. Verdiskaping er definert som lønnskostnader til ansatte og overskudd (før avskrivning, nedskrivning og skatt) i bedriften, og våre tall er hentet fra Menons regnskapsdatabase², som fordeler verdiskapingen i bedrifter med flere avdelinger tilbake til hver enkelt avdeling. Vannkraften bidrar med stor verdiskaping for Norge, men hele verdiskapingen tilfaller ikke aktører i Eidfjord. Det meste av verdiene flyttes ut av regionen til eierne Statskraft, Eviny og Sunnhordland kraftverk. Like fullt er vannkraftproduksjon viktig for Eidfjordsamfunnet, og Eidfjord fikk fjerde mest inntekter per innbygger fra kraft av norske kommuner i perioden 2020-2022, og samlet sett beregnet til 98 millioner kroner per år.³ Av næringene i Eidfjord er det ikke tvil om at kraftproduksjonen i Eidfjord skaper de største verdiene for storsamfunnet, men næringen skaper forholdsvis sett færre arbeidsplasser i lokalsamfunnet, med 42 sysselsatte i 2023.

Reiselivsnæringen er den klart viktigste næringen for lokal sysselsetting. Bedrifter innen overnatting, transport, opplevelser, servering og formidling sysselsatte 115 ansatte i 2023. Sysselsettingstallene er undervurdert, da tallene hentes fra bedriftenes egenrapportering av sysselsetting på ulike tidspunkt gjennom året. Vi vet at det er store sesongsvingninger i turisme til Eidfjord, som møtes med utstrakt bruk av sesongarbeidstakere innhentet fra andre regioner, slik at midt på sommeren vil antallet sysselsatte overstige oppgitt antall i denne næringen. Reiselivsnæringen stod for 65 millioner kroner i verdiskaping i 2023.

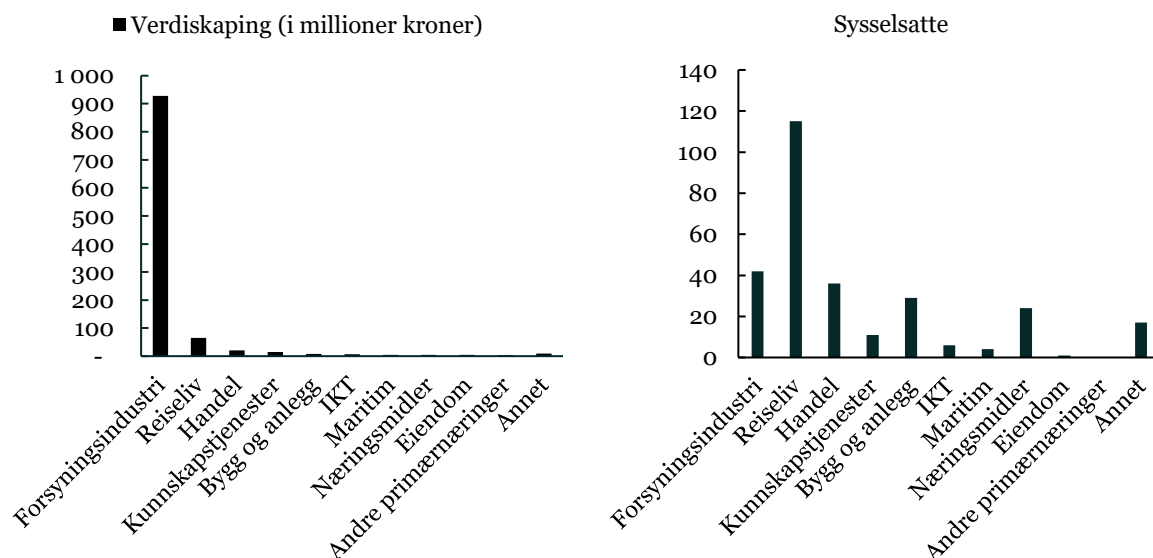
Det er viktig å påpeke at reiselivsrelatert verdiskaping i Eidfjord overgår verdiskapingen som tilfaller bedriftene i reiselivsnæringen (som består av bransjene overnatting, transport, opplevelser, servering og formidling). Fra 2020 til 2025 har antall fritidsboliger økt fra 1159 til 1322, noe som tilsvarer en gjennomsnittlig vekst på 33 fritidsboliger i året. Hvis hver ny fritidsbolig selges for 5 millioner kroner, skaper hyttebygging i Eidfjord 165 millioner kroner i omsetning i året i snitt. En andel av disse inntektene fordeles til grunneiere og bygg- og anleggsbransjen lokalisert i Eidfjord, men også bedrifter og personer registrert i andre deler av fylket og landet. Trolig kan en relativt stor andel av de 8 millioner kronene i verdiskaping og 36 arbeidsplassene i Eidsfjords bygg- og anleggsbransje knyttes til

² Menons regnskapsdatabase inneholder regnskapstall til alle regnskapspliktige selskap i Norge, som innrapportert til Brønnøysundregisteret. Regnskapstallene til en gitt bedrift er fordelt på selskapets avdelinger for å gjøre avgrensede geografiske analyser mer treffsikre.

³ Thema (2023). *Kommunale inntekter fra kraftsektoren*. Rapportnr. 2023-19.

fritidsboligutbygging. I tillegg kommer hytteeiere og andre turisters kjøp av dagligvarer og andre varer og tjenester i Eidfjord.

Figur 1: Verdiskaping og sysselsetting i de ti største næringene i Eidfjord. Kilde: Menons regnskapsdatabase



Reiselivet i Eidfjord er den viktigste påvirkbare næringen hvor kommunen og næringslivet selv kan legge til rette for økt verdiskaping og sysselsetting. Innen vannkraftsproduksjon, og landbruk og andre potensielt viktige næringer, bestemmes inntekts- og sysselsettingsutviklingen i stor grad av eksterne forhold og politikk utenfor lokalpolitikeres og -samfunnets påvirkningsmuligheter. Reiselivsnæringen har på sin side gode forutsetninger for vekst, med en stor etterspørsel fra ulike segmenter, og hvor lokale tiltak, samarbeid og tilrettelegging kan utløse betydelig lokal verdiskaping og sysselsetting.

Eidfjords er et attraktivt og tilgjengelig reiselivsmål. Eidfjord har en strategisk beliggenhet ved fjorden, tett på fjellet og langs en viktig ferdselsåre mellom øst og vest. Kommunen har en betydelig overnattingskapasitet i form av hoteller, campingplasser, gjestgiverier og hytter. I tillegg er cruiseturismen i vekst, og i 2024 var det ventet 82 cruiseanløp med over 176 000 passasjerer.

Flere av Menons tidligere analyser av reiselivsnæringen har vist at næringen kan tåle konjunktursvingninger godt. Når norsk økonomi svekkes ovenfor utenlandet, svekkes norsk krone, og lavere prisnivå tiltrekker seg turiststrømmer fra inn- og utland. En slik utvikling har vi sett i Norge det siste tiåret. Skulle norsk økonomi styke seg kraftig, vil kronen styrke seg og svekke turistetterspørselen, men samtidig vil etterspørselen norske markeder øke, både blant lokalbefolkningen og kurs- og konferansemarkedet i Vestland. Dette er markeder reiselivet i Eidfjord kan rette seg mot i slikt tilfelle. I tillegg etterspørselen fra hyttebefolkningen stabil på tvers av konjunkturer.

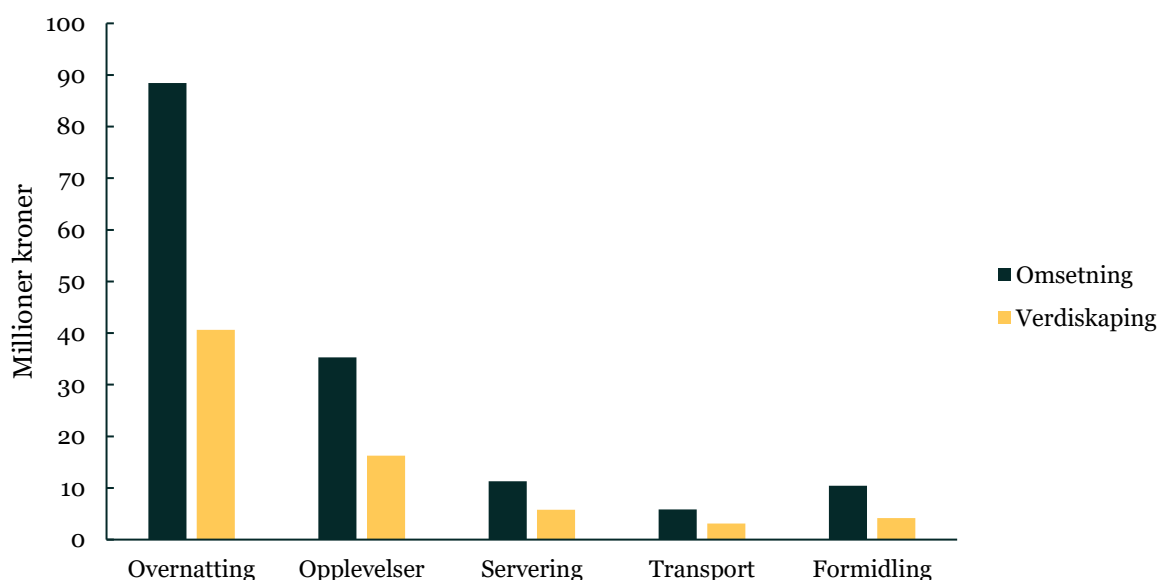
En næringsstrategi må avveie mellom å satse på allerede sterke næringer i Eidfjord og diversifisere til nye næringer. En tydelig fokusering kan gi effektiv ressursbruk og styrket posisjon, men kan gjøre næringslivet sårbart for endringer i rammevilkår og marked. Diversifisering *kan* gi økt robusthet og flere muligheter, men krever investeringer, kompetansebygging og kan svekke innsatsen i de næringene som allerede står sterkt. Siden reiselivet i Eidfjord har et stort verdiskapingspotensial og lav risikiko knyttet til konjunkturer fokuserer vårt innspill til strategisk næringsplan først og fremst på tiltak som kan styrke reiselivsrelatert verdiskaping i Eidfjord.

2.2 Analyse av utfordringer i næringslivet

2.2.1 For lite verdiskaping fra de tilreisende

Reiselivsnæringen i Eidfjord består av fem hovedbransjer: overnatting, opplevelser, servering, transport og formidling. Figuren viser samlet omsetning og verdiskaping i disse bransjene for 2023. Overnattingsbransjen er den klart største, med en samlet omsetning på nær 90 millioner kroner og verdiskaping på over 40 millioner kroner. Blant aktørene finner vi Vøringsfoss Hotel, Fossli Hotel, Kjærtveit Camping og Dyranut Fjellstove, i tillegg til en flere andre bedrifter. Opplevelsesbransjen følger som nest største, med omsetning på rundt 35 millioner kroner og verdiskaping på over 17 millioner. Denne gruppen inkluderer blant annet Norsk Natursenter, Hardangervidda Ski og Fjellsport, og Best Adventures. Servering, transport og formidling har lavere, men viktige bidrag til totalbildet, med samlet omsetning på henholdsvis 11, 6 og 10 millioner kroner. Eksempler på aktører her er Hereid, Trolltoget og Destinasjon Eidfjord. Figuren under et tydelig bilde av reiselivets økonomiske fotavtrykk i kommunen, og viser hvordan ulike deler av næringen bidrar til verdiskaping og lokal sysselsetting.

Figur 2 - Omsetning og verdiskaping i reiselivsnæringen i Eidfjord i 2023. Kilde: Menons regnskapsdatabase



Det er stor potensiell etterspørsel fra turister i Eidfjord

I det følgende beregner vi potensiell etterspørsel knyttet til flere viktige turistsegmenter i Eidfjord.

- Statistisk sentralbyrås overnattingsstatistikk viser at det var 70 757 kommersielle gjestedøgn på hotell, camping og hyttegrend i Eidfjord i 2024. Dersom man antar et forbruk på 1 400 kroner per gjestedøgn, som er gjennomsnittlig forbruk blant norske og utenlandske sommerturister, vil segmentet kunne stå for ca. 100 millioner kroner i omsetning dette året.
- Videre er det 1 322 fritidsboliger i kommunen. Ifølge Hardanger og Voss næringsshages spørreundersøkelse til hytteeiere i Eidfjord i 2023 brukes fritidsboligene ca. 55 døgn i året, av i snitt 2,5 personer, noe som gir ca. 135 gjestedøgn per fritidsbolig. Tallene tilsier at det samlet sett nesten 180 000 gjestedøgn i året på fritidsboligene i kommunen. Hvis vi antar at hyttegjestene bruker 300 kroner per døgn, vil står fritidsboligene i Eidfjord kunne bidra med en omsetning på ca. 50 millioner kroner. Beregningene i delkapittelet over tilsier at hyttebygging kan skape ca. 165 millioner kroner i omsetning i året i snitt.

- I tillegg er det ventet 170 000 cruisepassasjerer i Eidfjord i 2025. Bruker disse 500 kroner i snitt per person i bygda gir segmentet en omsetning på 85 millioner kroner.

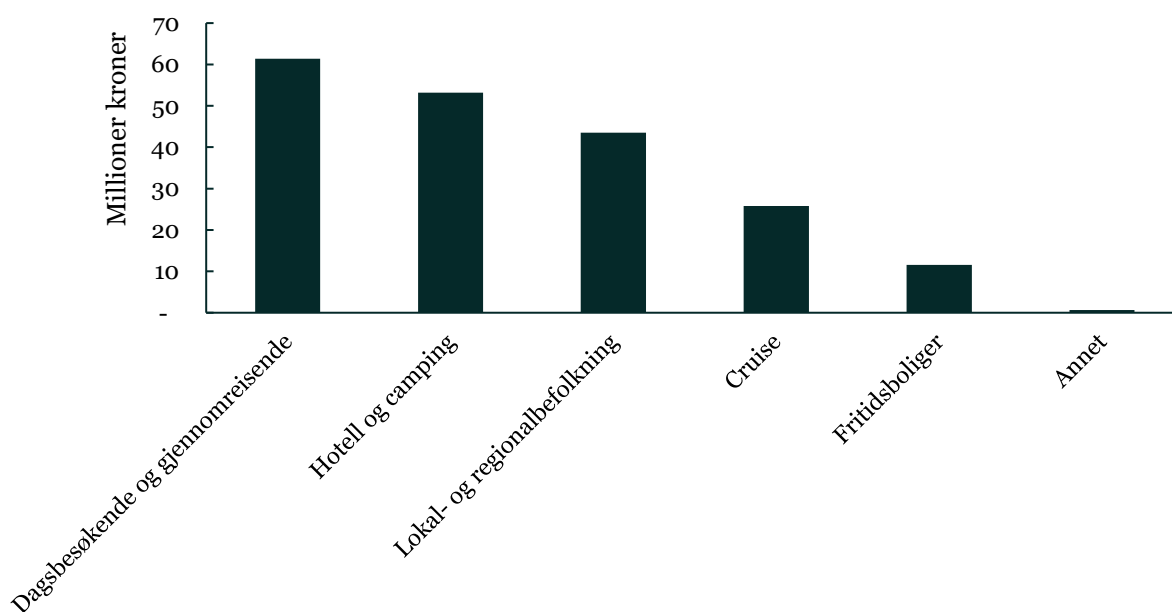
Gitt slike enkle beregninger basert på nevnte antagelser vil turistenes potensielle forbruk og investeringer kunne stå for ca. 400 millioner kroner i omsetning. En omsetning på 400 millioner kroner burde tilsi en verdiskaping på ca. 180 millioner kroner i næringslivet i Eidfjord. En slik verdiskaping er mer enn den samlede verdiskapingen vi finner i bedriftenes regnskap på tvers av reiselivsnæringen, bygg og anlegg, og handel i Eidfjord. I tillegg kommer forbruk og tilknyttet verdiskaping fra andre dagbesøkende og gjennomreisende, et viktig segment for næringslivet i dag.

Spørreundersøkelse tyder på lavere etterspørsel i Eidfjord enn potensialet tilsier

Vi har kartlagt de ulike segmentenes økonomiske betydning for Eidfjord gjennom en spørreundersøkelse til bedrifter i reiselivet, handel og bygg og anlegg. Med segment mener vi ulike typer tilreisende og har i denne analysen undersøkt følgende fem segmenter: dagsbesøkende og gjennomreisende, hotell og camping, lokal- og regionalbefolkning, cruise og fritidsboliger. Sistnevnte inkluderer kun forbruk og ikke hyttebygging.

Figuren under presenterer omsetning fra de ulike segmentene, som samlet sett summerer seg til 150 millioner kroner, sett bort i fra lokalbefolkningen. Dette er omtrentlige anslag fra bedriftene og det er derfor usikkerhet i resultatene.

Figur 3: Respondentenes bedrifters omsetning fordelt på segment. N=18. Kilde: spørreundersøkelse til reiselivsbedrifter i Eidfjord



Resultatene viser at dagsbesøkende og gjennomreisende er det største segmentet med 33 prosent av omsetningen, tilsvarende 60 millioner kroner. Like etter følger hotell og camping og lokal- og regionalbefolkningen med henholdsvis 25 og 22 prosent av omsetningen. Cruise står for 14 prosent, og fritidsboliger er det minste segmentet med 6 prosent av omsetningen. Om cruise vet vi at Book Hardanger formidler opplevelsesbilletter til cruisepassasjerer for om lag 10 millioner kroner, mens havneinntektene for 2024 er oppgitt til 13 millioner kroner, hvorav en del av inntektene fra havneavgift går tilbake til reiselivstiltak i Eidsfjord. Dette er inntekter som vil øke i årene som kommer som følge av planlagte økninger i havneavgiftene. Vi vet også at fritidsboligene bidrar mer til lokaløkonomien enn det figuren tilsier gjennom store investeringer i hyttebygging.

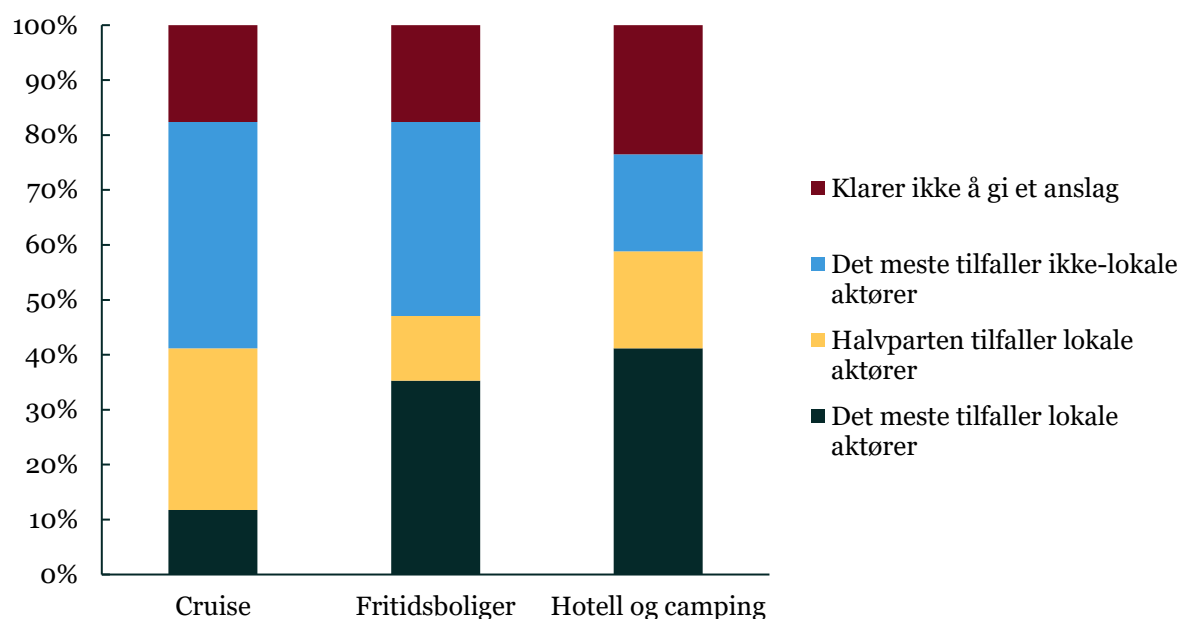
Resultatene fra spørreundersøkelsen tilsier en omsetning på 150 millioner kroner fra turistsegmentene i Eidfjord. Altså er beregnet potensiell turistetterspørsel mye høyere enn omsetningen faktisk er ifølge tallene fra spørreundersøkelsen. Selv om både våre enkle beregninger og spørreundersøkelsen er heftet med stor usikkerhet, tror vi at næringslivet i Eidfjord kan få betraktelig mer verdiskaping fra dagens turiststrømmer enn hva som er tilfelle per i dag.

Det kan være flere grunner til at det er lavere verdiskaping i næringslivet i Eidfjord enn beregningen av etterspørsel for hvert enkelt segment skulle tilsi. Vi vet at cruiserederiene i stor grad benytter seg av leverandører fra andre deler av landet. Hytteturistene kjøper sannsynligvis varer og tjenester fra butikker og håndverkere i andre kommuner som Bergen og Voss. Det er sannsynlig at hotellgjestene bruker mindre penger på lokale opplevelser, butikker, cafeer og restauranter slike turister gjør i andre deler av landet. Hvis dette stemmer, burde det være stort potensial for å øke verdiskapingen i næringslivet i Eidfjord fremover.

Bedriftene tror mye av etterspørselen forsvinner ut av kommunen

Konklusjonen støttes av vår spørreundersøkelse til bedriftene. Et flertall av bedriftene som gir et anslag tror at det meste av omsetningen knyttet til cruise- og fritidsboligturisme tilfaller ikke-lokale aktører.

Figur 4: Andelen omsetning som kommer fra de ulike segmentene per bransje. N=18.
Kilde: spørreundersøkelse til reiselivsbedrifter i Eidfjord



Bedriftene oppgir at mye av verdiskapingen knyttet til cruiseturisme forsvinner ut av kommunen, særlig innen cruisebasert turisme hvor store deler av inntektene tilfaller eksterne aktører. Cruisepassasjerer bruker varierende grad av lokale tilbud, da de får behov dekket gjennom all-inclusive tilbud om bord på skipene. I tillegg tilbys utflukter til utsiktspunktet ved Vøringsfossen av aktører fra andre deler av landet med avtale med cruiseagentene. Per i dag er det få opplevelsesbedrifter i Eidfjord, og dermed blir en liten andel av cruiseetterspørselen til arbeidsplasser i Eidfjord. Undersøkelsen blant hytteeiere viser at det stort potensial for å øke gruppens økonomiske bidrag ved å styrke lokaltilbudet. Hytteeierne bruker i liten grad servicetilbudet i Eidfjord sentrum. Det er få store dagligvarebutikker i bygda, og hytteeierne tar heller storhandelen i nabokommuner på vei til hytten, slik som Voss. Detaljhandelen har i utgangspunktet mulighet til å holde åpent på søndager fra april til september fordi Eidfjord kommune er godkjent som en "typisk turiststed" av Statsforvalteren. Ellers etterspør hytteeierne restauranter, cafeer og flere andre servicetilbud å bruke penger på.

2.2.2 Skjev sesongstruktur

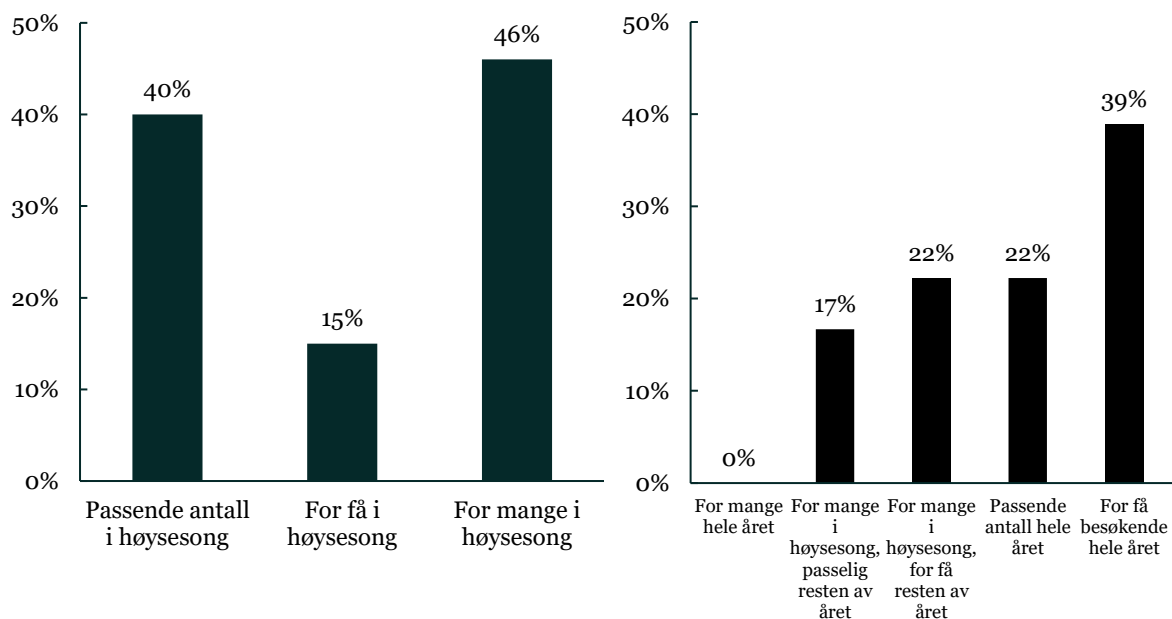
Den korte og hektiske turistsesongen i Eidfjord fører til at mye av verdiskapingen skjer i løpet av få sommermåneder, noe som begrenser næringslivets mulighet til helårsdrift og stabil inntjening. Høysesongen i Eidfjord finner sted i juni til august. Mai og september har også noe aktivitet, men karakteriseres som skuldersesongen. I april og oktober er det relativt få besøkende. I tillegg reduseres inntektsgrunnlaget for lokale aktører fordi cruisepassasjerer ofte tilbys utflukter av aktører fra andre deler av landet.

Besøksutviklingen i Eidfjord er preget av betydelige sesongvariasjoner, med klart høyest trykk i sommermånedene, og veldig lite aktivitet på vinteren. Flere av hotellene og campingplassene stenger ned om vinteren. Eidfjord får stort sett besøk av cruisepassasjerer fra april til oktober, hvorav de fleste cruiseanløpene er i sommermånedene. Hyttebruken er imidlertid jevnt fordelt gjennom året, med en liten nedgang om våren.

En utfordring som oppstår med skjev sesongstruktur, er å skaffe nok sesongarbeidskraft til å møte turisttetterspørselen. Sesongarbeidskraften må hentes inn fra andre deler av landet og utlandet, trenger ny opplæring og et midlertidig sted å bo. Prosessen med å hente inn og lære opp arbeidskraften kan være tids- og kostnadskrevende, og det er vanskelig å finne tilstrekkelig med bosteder til alle. Samtidig demper sesongvariasjonene de positive induerte ringvirkningene av reiselivet. Induserte ringvirkninger skapes når arbeidstakere bruker lønnsinntekten sin lokalt og på den måten skaper grunnlag for andre bedrifter, innenfor eksempel handel, overnatting og servicenæringer, men også offentlig tjenesteyting finansiert av økte skatteinntekter. Sesongansatte sparer store deler av arbeidsinntektene og tar med verdiene ut av Eidfjord ved sesongslutt, slik at inntekter opptjent i Eidfjord blir til økt konsum og ringvirkninger andre steder. I tillegg går de kommunale skatteinntektene fra sesongarbeidere som regel til arbeidstakerens bostedskommune, registrert ved årsslutt, ikke til kommunen der arbeidet utføres.

Dersom turisttetterspørselen hadde vært jevnere fordelt mellom sommer- og vinterhalvåret, ville det vært grunnlag for helårsdrift ved hoteller og opplevelsestilbydere, og disse ville da kunne tilby helårsarbeidsplasser til sine ansatte. En økning i helårsarbeidsplasser vil bidra til større induerte ringvirkninger av reiselivet i Eidfjord. En økt andel helårsarbeidsplasser vil bidra positivt til befolkningsutviklingen, både direkte ved at de ansatte i reiselivsbedriftene i større grad bor i bygda, men også indirekte ved at deres arbeidsinntekter fører til økte inntekter i næringslivet lokalt, og økte skatteinntekter.

Figur 5: a) Spørsmål: «Hva mener du om tallet på turister i kommunesenteret i høysesong og lavsesong?» Kilde: Vestlandsforsknings tålegrenseanalyse (2024). b) Spørsmål: «Hva synes du om volumet av besøkende i dag?». N=18. Kilde: Menons spørreundersøkelse til bedrifter (2025)



Vestlandsforsknings tålegrenseanalyse⁴ (2024) viser at mange innbyggere mener at dagens cruisetrafikk overstiger tålegrensen for lokalsamfunnet i høysesong, se a) i figuren over. Undersøkelsen viser at 40 prosent av innbyggerne mener at antallet turister i høysesongen er passe, 15 prosent ønsker flere turister, mens 46 prosent ønsker færre turister. Blant personer mellom 19 og 45 år tilpasser 76 prosent bruken av sentrum når det er cruiseanløp. Av disse unngår 26 prosent sentrum helt, mens 50 prosent begrenser seg til nødvendige ærend. Likevel er 60 prosent av de spurte enige i at sommeren gir en fin kontrast til det rolige vinterhalvåret, og 65 prosent mener at reiselivet gir ungdom mulighet for sommerjobb. Ungdom setter pris på liv og aktivitet i sentrum om sommeren, siden de ellers opplever det som stille resten av året. Hele 71 prosent av respondentene ønsker flere turister i lavsesong, men bare 6 prosent vil ha færre turister, og 23 prosent mener det er passelig med turister i lavsesong.

Videre har vi kartlagt bedriftenes holdninger knyttet til volumet av tilreisende i dag. Respondentene har blitt bedt om å ta stilling til hva de synes om volumet i høysesong og resten av året, resultatene presenteres i b) i figuren over. Resultatene viser at majoriteten, 60 prosent, mener det er for få besøkende i lavsesong. Over halvparten av disse mener det er for få besøkende hele året (39 prosent av respondentene). Samtidig mener 39 prosent at det er for mange besøkende i høysesong. Resultatene viser at reiselivet har en utfordring med helårsturisme, i likhet med resten av Fjord Norge. Basert på resultatene i kombinasjon med innspill fra åpent tekstfelt er inntrykket at det ønskes en økning i besøkende utenfor høysesong, men at respondentene er delt når det gjelder høysesongen. Her er det en del som mener det er rom for flere besøkende, mens flere andre tenker det er passende eller for mange.

⁴ Engeset, A. B., Løseth, K. og Furberg, D. (2024) Kunnskapsgrunnlag for tolegrenseanalyse av Eidfjord kommunesenter. VF-rapport nr. 10-2024

2.2.3 Manglende infrastruktur

Basert på tidligere rapporter, workshop med næringslivet i Eidfjord og intervjuer med lokale aktører konkluderer vi med at næringslivet i Eidfjord har utfordringer knyttet til manglende infrastruktur.

Eidfjord har et **begrenset boligtilbud**, noe som særlig rammer sesongarbeidere og potensielle tilflyttere. Mange som vurderer å flytte til bygda etterspør mindre leiligheter for å kunne prøvebo i kommunen før de eventuelt kjøper noe større. Samtidig melder reiselivsnæringen om store utfordringer med å skaffe nok boliger til sesongarbeidere i høysesongen. Det er et ønske om å etablere midlertidige boliger, for eksempel i form av brakkerigg eller andre enkle løsninger, for å sikre tilstrekkelig kapasitet gjennom sommersesongen. Mangelen på boliger gjør det vanskelig å rekruttere arbeidskraft og hemmer mulighetene for langsiktig bosetting og næringsutvikling.

Trafikkflyten i og rundt sentrum er en vedvarende utfordring, særlig i sommermånedene når det er stor tilstrømming av turister og cruisepassasjerer. Trange veier, begrenset parkering og lite tilrettelegging for gående og syklende skaper kø, utrygghet og frustrasjon. Innbyggere har etterlyst en tryggere og mer oversiktlig trafikkavvikling, blant annet ved å flytte parkering ut av sentrum og etablere et sammenhengende gangsystem. Som én innbygger uttrykker det: "Å bygge parkeringshus i utkanten, så har alle det mykje tryggare." (Vestlandsforskning, 2024, s. 51)

Det er stort behov for bedre **tilrettelegging av fellesområder i sentrum**. Innbyggere etterspør både ikke-kommersielle tilbud som lekeplass, torg og park, og kommersielle tilbud som butikker, opplevelsesbasert handel, restauranter og kafeer. Områder i og rundt kaia har potensial for bedre arealutnyttelse og kan i større grad åpnes opp for publikumsvennlige funksjoner som uteservering, møteplasser og aktivitetstilbud. Det er også behov for en mer balansert og skånsom tilnærming til cruiseturismen i Eidfjord, slik at både innbyggere og besøkende får bedre opplevelser av sentrum. Det pekes særlig på behovet for å redusere antallet cruiseanløp og å vurdere en ny plassering av cruisekaia utenfor sentrum, for å unngå trafikkbelastning og forstyrrelser i tettstedet. Det er også bekymring for støy, både fra skipenes fløyter, høyttaleranlegg og sjøfly, som oppleves som sjenerende for både fastboende og besøkende. Flere ønsker at kommunen satser på mindre cruisebåter med maksimalt 2–3000 passasjerer, som bedre kan tilpasses lokalmiljøets kapasitet og tåleevne.

2.3 Trender

Vi presenterer overordnet viktige trender innen kraft og reiseliv som kan påvirke næringsutviklingen i Eidfjord fremover.

2.3.1 Økende kraftetterspørsel og markedsusikkerhet

Det er forventet stadig **økende etterspørsel** etter kraft og mindre forventet vekst i kraftproduksjon.⁵ Samtidig er det begrensninger i kraftnettet og økt kapasitet innebærer store investeringer.⁶ Dette er komplekse prosesser som tar lang tid. Samtidig er energieffektivisering og tilhørende teknologier i fremvekst som kan optimalisere bruken av kraften bedre. Dette kan gi lavere etterspørsel etter kraft og redusere gapet mellom tilbud og etterspørsel. Det er samtidig vesentlig usikkerhet knyttet til utvikling på denne typen teknologier og effekten av dem. I Norge er det stor politisk uenighet om kraftforvaltningen og ønsket om internasjonale samarbeid som medfører ytterligere usikkerhet.

⁵ NOU 2023:3 Mer av alt – raskere. Tilgjengelig [her](#).

⁶ NVE (2023). Langsiktig kraftmarkedanalyse 2023. Tilgjengelig [her](#).

Oppsummert vil det være et stort behov for kraft fremover, men markedet er preget av stor usikkerhet. Det er dermed usikkerhet i de fremtidige kraftprisene.

2.3.2 Naturbaserte reiser i vekst: Økende interesse for opplevelser og slow tourism

Det har frem til i dag vært sterk vekst i etterspørselen etter aktiviteter, spesielt for **naturbaserte opplevelser**⁷. Norge har vært et attraktivt land for denne typen ferier og Vestlandet har hatt en viktig posisjon i disse markedene. Naturnære og naturforsterkende opplevelser kommer med stor sannsynlighet til å komme enda mer i fokus i tiden fremover, både nasjonalt og internasjonalt. I tillegg har en annen gren av friluftslivet blitt mer ”sportifisert” og fartsfylt, og med det et større behov for tilrettelegging og guiding. Eidfjord vil kunne nyte godt av denne trenden fremover og være et attraktivt reisemål for mennesker som søker naturbaserte reiser. Særlig vil Eidfjord utenfor høysesong kunne være attraktivt for reisende som søker roligere typer opplevelser.

En annen trend som trolig vil ha økende betydning i tiden fremover er «**slow tourism**»⁸. Med «slow tourism» menes økt fokus på ansvarlighet, bærekraft og samfunnsansvar på reise. De reisende har en økende bevissthet rundt de potensielt negative konsekvensene reiseliv kan ha på natur- og lokalsamfunn. Det medfører økt fokus på klimaavtrykk, sosial merkevareprofil, valg av sertifiserte bedrifter og forbruk på lokale premisser. I dette ligger også et ønske om å komme tettere på lokalsamfunnene som besøkes. Dette kan være til fordel for Eidfjord i lavsesongen ettersom det kan oppleves lite turistifisert og gjør det mulig å oppleve naturen og komme tettere innpå lokalbefolkningen. Dette henger også sammen med økende etterspørsel etter autentiske opplevelser, det vil si jakt på det ekte og unike.

2.3.3 Sentralisering

Alle små distriktskommuner er sårbare for konsekvenser av sentralisering. Selv om befolkningstallet i Eidfjord er på omtrent samme nivå i 2025 som i 2010, er sentralisering en tydelig trend som kan ramme Eidfjord hardere i tiden fremover. Det er eksempler på kommuner som har lyktes i å motvirke denne trenden, blant annet Aurland og Hemsedal. Begge disse er eksempler på kommuner der reiselivet står sterkt. Reiseliv er den mest effektive næringsstrategien for befolkningsvekst gjennom å øke lokalbefolkningens livskvalitet og dermed bo- og blilyst. Reiselivstilbudet representerer et verdifullt tjenestetilbud til lokalbefolkningen. Reiselivet har betydning for bo- og blilyst på flere områder. For det første bidrar reiselivsaktiviteten til å øke befolkningsgrunnlaget gjennom flere arbeidsplasser. Arbeidsplassene som direkte og indirekte er knyttet til reiselivsvirksomheten, legger grunnlaget for et lokalt tjenestetilbud som er nødvendig for å ha et levedyktig og attraktivt bosted, for eksempel barnehager, skoler og helse- og omsorgstjenester. For det andre benyttes reiselivsproduktene av lokalbefolkningen og gir økt livskvalitet. Det gjelder mange ulike tilbud som restauranter, butikker, naturaktiviteter og kulturelle tilbud. Når det er et tilstrekkelig befolkningsgrunnlag som etterspør reiselivstjenester blir det lønnsomt å etablere nye tilbud. Menon har tidligere vist at kommuner som lykkes med vekst i reiselivsnæringen opplever høyere vekst i påfølgende år.⁹ I den forbindelse er kritisk masse et nøkkelord, det vil si hvor er brekkpunktet der det ikke er nok markedsgrunnlag for å opprettholde ulike tilbud. I tillegg kan reiselivet bidra til andre effekter som mangfold, kunnskap og kompetanse.

⁷ Elmahdy, Haukeland og Fredman (2017). Tourism megatrends, a literature review focused on nature-based tourism. NMBU

⁸ NHO Reiseliv (2025). Ti trender for norsk reiseliv i 2025. Tilgjengelig [her](#).

⁹ Menon (2024). Krise i fiskeriet: Tiltak mot redusert befolkning i kystkommunene i Finnmark. Tilgjengelig [her](#).

3 Strategisk næringsplan

3.1 Strategiske satsingsområder

Basert på kunnskapsgrunnlaget fra forrige kapittel har vi identifisert fem satsningsområder som vi mener adresserer de viktigste utfordringene og mulighetene for næringsutvikling i kommunen. De fem strategiske satsningsområdene er:

1. Flere helårsarbeidsplasser
2. Styrke opplevelsesbasert næring
3. Attraktive og levende sentrumsområder
4. Økt tilgang til boliger
5. Industrisatsing i Simadalen

Vi tar nå for oss hvert strategiske satsningsområde og diskuterer tilhørende tiltak og potensielle samarbeidspartnere for å realisere potensialet i satsningsområdet. Tiltakene er basert på innspill fra workshopen med representanter fra næringslivet og intervjuer, samt Menons faglige vurderinger.

3.2 Flere helårsarbeidsplasser

Skjev sesongstruktur og lavt forbruk blant tilreisende gjør det krevende å opprettholde helårsarbeidsplasser. Å styrke grunnlaget for slike arbeidsplasser er derfor en sentral prioritering. Dette satsningsområdet gjelder i prinsippet for hele næringslivet, men er særlig relevant for reiselivet. Sesongutvidelse er dermed et viktig virkemiddel for å legge til rette for flere helårsarbeidsplasser i kommunen. Høysesongen er på sommeren, så satsningen bør fokusere på aktiviteten utenfor sommermånedene, for eksempel på vinteren og/eller skuldersesongene.

3.2.1 Tiltak

Følgende tiltak kan bidra til flere helårsarbeidsplasser:

- **Tettere samarbeid og koordinering:** Samarbeid vil være nyttig mellom reiselivsbedrifter, mellom kommunen og reiselivsnæringen og mellom kommuner. Økt samarbeid kan bidra til å sikre et godt og helhetlig tilbud på vinteren og i skuldersesongene. Samarbeidet kan skje mellom reiselivsbedrifter, for eksempel gjennom å samordne åpningstider eller dele informasjon om andre reiselivsbedrifter til egne gjester. Det kan også være nyttig med samarbeid mellom reiselivsnæringen og kommunen for å sikre at reiselivet utvikles på en bærekraftig måte som tar hensyn til alle berørte, inkludert lokalbefolkningen. Det kan også være hensiktsmessig med samarbeid mellom kommunene i Hardanger, blant annet ved å dele på menneskelige ressurser.
- Styrke samarbeidet **for strategisk destinasjonsutvikling** mellom kommunen, Visit Eidfjord, Visit Hardangerfjord og Book Hardanger. De to sistnevnte organisasjonene har regional struktur, digitale løsninger og tilgang til markedet. Reiselivsnæringen, representert av Visit Eidfjord, og kommunen kan bidra med samordning av innsats og legge til rette investere i tiltak knyttet til produktutvikling, pakking, sesongforlengelse og vertskapsløft, blant annet gjennom Eidsjord kommunes næringsfond. Samarbeidet bør ta utgangspunkt i et felles utviklingsprogram mellom aktørene med forpliktende planer og mål. Dette arbeidet bør kobles til den langsiktige strategien for reiselivet i Hardanger, som skal utarbeides over ett år fra mai 2025 av Visit Hardangerfjord.

- Jobbe for å få inn en tung **kommersiell aktør**, tilsvarende Norway's best i Flåm, som i samarbeid med kommunen kan skape og utnytte mulige synergier i reiselivet. Denne aktøren vil ha større økonomiske muskler som gjør det mulig å tenke langsiktig og drive strategisk destinasjonsutvikling. Eidfjord kommune kan ta eierposisjoner enten alene eller med andre aktører. En slik kommersiell aktør kan for eksempel investere i å holde åpent nøkkelbedrifter selv om det er negativ lønnsomhet fordi det gagnar hele reiselivet.
- **Helårsvei over Hardangervidda:** Stengte veier vinterstid er en viktig barriere for reiselivet i Eidfjord. Det bør jobbes langsiktig med helårsvei, i samarbeid med andre kommuner og fylkeskommunen.
- **Prisdifferensiering for cruise:** Lavere priser i skuldersesongen gir insentiver til mer cruiseaktivitet i lavsesongen.
- **Opprettholde et godt vintertilbud:** For at det skal være reiselivsrelatert aktivitet i kommunen på vintertid er det viktig at de eksisterende tilbudene opprettholdes eller videreutvikles. Skianlegget og løypenettet er viktige vintertilbud som tiltrekker både fritidsboligbesøkende og andre tilreisende.
- **Organisere arrangementer:** Forbruk knyttet til arrangementer drypper på mange deler av næringslivet og fungerer som god profilering og markedsføring for kommunen.
- **Godt kollektivtilbud:** Et godt utbygd kollektivtilbud på veien og på fjorden gjør Eidfjord mer tilgjengelig. Kommunen bør jobbe tett sammen med fylkeskommunen for å sikre et godt tilbud.

3.2.2 Samarbeidspartnere

- Andre kommuner i Hardanger og Voss regionen
- Vestland fylkeskommune
- Visit Eidfjord
- Book Hardanger
- Visit Hardanger

3.3 Styrke opplevelsesbasert næring

Utvikling av opplevelser skal bidra til å løse utfordringen med at tilreisende legger igjen relativt lite forbruk i kommunen. Et bredere opplevelsestilbud kan øke verdiskaping på to måter. For det første kan det øke døgnforbruket for de besøkende som ville vært i Eidfjord uansett, for eksempel fritidsboligbesøkende. For det andre kan det utløse flere gjestedøgn, for eksempel at besøkende blir i Eidfjord en helg i stedet for en dag eller at fritidsboligbesøkende tar en ekstra helg på fritidsboligen.

3.3.1 Tiltak

Følgende tiltak kan bidra til utvikling av opplevelser:

- Løfte eksisterende tilbud
 - Videreføre eksisterende tilbud som **skiløyper og skianlegg** sammen med næringslivet, hytteeiere og grunneiere.
 - Mer **pakketering** av det eksisterende tilbudet, for eksempel bussturer med flere stopp og mat- og drikkepauser.
 - **Markedsføring** av opplevelser, særlig mot cruiserederiene og turoperatørene.
 - **Bedre informasjonsflyt fra rederiene** til bedriftene slik at reiselivet kan tilpasse seg kundenes behov, både med tanke på ønsket tilbud og praktiske aspekter som når cruiseskipene er i Eidfjord.
- Utvikling av nye tilbud
 - Utvikling av **stinettverk**.

- Utarbeide en **kommersiell strategi for Vøringsfossen** for å øke inntjeningen på attraksjonen etter inspirasjon fra Loen Skywalk og Dalsnibba. Vøringsfossen er en av Norges mest ikoniske attraksjoner og del av satsingen på Nasjonale turistvegar, der Statens vegvesen har utviklet infrastruktur med høy arkitektonisk kvalitet for allmennheten. For å øke lokal verdiskaping bør det utarbeides en strategi for hvordan lokal reiselivsnæring, innenfor rammene av turistvegprosjektet, kan tilby opplevelser, guiding, servering og tjenester.
- En **kommersiell aktør** som tenker helhetlig og strategisk vil kunne spille en viktig rolle, både i å løfte eksisterende tilbud og å videreutvikle nye tilbud.
- Utvikle kunnskapsgrunnlag
 - Gjennomføre en **mulighetsstudie** på hva slags typer opplevelser som har potensial
 - Gjennomføre en **besøksundersøkelse** på hva turistene ønsker seg av opplevelser
- Støtte oppunder forprosjektet for å utvikle **guideutdanning** i regionen for å tilføre mer guidekapasitet til regionen.
- Bistå bedriftene i å **øke profesjonaliteten**. Det er en fragmentert struktur i reiselivet i Eidfjord, med små levebrødsbedrifter som mangler ambisjoner og ressurser til å investere i produkt- og kapasitetsutvikling. Kommunen kan bidra til å øke profesjonaliteten ved å tilføre egenkapital, lånekapital eller investeringstilskudd. Næringshager i regionen, som Hardangervidda næringshage og Voss næringshage, kan være sentrale samarbeidspartnere i dette arbeidet. Det kan også dreie seg om rådgivning og tilbud om kompetanseutvikling. Disse tiltakene forutsetter selvsagt at bedriftene selv er motiverte.

3.3.2 Samarbeidspartnere

- Eidfjord kommune
- Visit Eidfjord
- Visit Hardanger
- Book Hardanger
- Grunneiere
- Hytteeiere
- Hardanger og Voss næringshage

3.4 Attraktive og levende sentrumsområder

Satsningsområdet sentrumsutvikling er ment å bidra til utfordringen med at tilreisende har et relativt lavt forbruk i kommunen og at sentrum er dårlig organisert. Et attraktivt sentrum kan bidra til at flere forbikjørende stopper, og at tilreisende er i Eidfjord lenger.

3.4.1 Tiltak

Følgende tiltak kan bidra til sentrumsutvikling:

- Mer attraktivt sentrumsområde
 - Lage **grønne områder** i nærheten av veien.
 - Utvikle **lekeområder** som er attraktive for barnefamilier.
 - Legge til rette for **næringsarealer** til butikker, kafeer og andre tjenestetilbud i nærheten til veien og pynte gatene sånn at det innbyr til handling.
- Tiltak som kan gi bedre **trafikkflyt**: dette vil øke attraktiviteten og forbedre sikkerheten i sentrum.
- Forbedre parkeringssituasjonen

- **Bussene og langtidsparkerende bør føres bort fra sentrum** for å redusere trykket i sentrum.
- Tilrettelegge for **kortere stopp i sentrum**.
- **Informasjon** om fasiliteter
- Installere flere **offentlige toalett**

3.4.2 Samarbeidspartnere

- Hardanger og Voss Næringshage

3.5 Økt tilgang til boliger

Mangelen på både helårsboliger og sesongtilpassede botilbud er en betydelig utfordring for næringsutvikling i Eidfjord. Både offentlig sektor og reiselivet opplever vansker med å rekruttere arbeidskraft på grunn av begrenset boligtilbud. Behovet spenner fra mindre leiligheter for tilflyttere til midlertidige løsninger for sesongarbeidere. Kommunen har iverksatt noen boligprosjekter og tomtekjøp, men det er fortsatt behov for økt tempo og bedre koordinering. Et mer variert og tilgjengelig botilbud er en forutsetning for å møte fremtidige behov i både næringsliv og lokalsamfunn.

3.5.1 Tiltak

Følgende tiltak kan bidra til bedre bostedskapasitet:

- **Utvikle mer tomteareal.** Eidfjord kommune har i dag noe ledig tomteareal og har startet planlegging av nye boliger og kjøp av tomter, blant annet i Kyrkjevegen, Skulevegen og Vikehagen. Likevel er tilgangen på byggeklare tomter fortsatt begrenset i forhold til behovet, både for helårsbosetting og sesongtilpassede løsninger. Det er behov for å øke tempoet i utviklingen av nye tomteområder og sikre god planlegging og tilrettelegging for ulike typer boliger.
- **Bygge boliger** til utleie. For innflyttere representerer bygging av hus en risikofylt investering fordi de vil få en relativt lav pris for huset dersom de bestemmer seg for å selge det igjen. Derfor kan det være hensiktsmessig å bygge hus eller leiligheter som tilflytterne kan leie i første omgang sånn at de kan vurdere om de vil bli boende for så å eventuelt bygge sitt eget hus på et senere tidspunkt.
- Samarbeide med næringslivet om å utvikle et **fleksibelt leilighetskompleks** som kan brukes av sesongarbeidere i forbindelse med arrangementer. Gjennom å være fleksibelt kan kapasiteten utnyttes godt og det kommer mange til gode. Et slikt leilighetskompleks har blant annet blitt bygget i Geiranger.
- Gi insentiver til innbyggere som bygger **sesonghybler** i egen bolig.

3.5.2 Samarbeidspartnere

- Eiendomsutviklere og lokale entreprenører
- Reiselivsbedrifter og andre næringsaktører
- Hardanger og Voss næringshage
- Husbanken
- Innovasjon Norge
- Statsforvalteren i Vestland
- Innbyggere og grunneiere

3.6 Industriutvikling i Simadalen som næringsområde

Industriutvikling i Simadal er ikke direkte et svar på en konkret utfordring, men representerer en betydelig mulighet for ny næringsetablering og verdiskaping i kommunen. Simadal har en interessant kombinasjon av tilgjengelig areal, svært god tilgang på fornybar energi (Sima kraftverk), og eksisterende kraftinfrastruktur med høy kapasitet. Området er allerede regulert som næringsområde, og det er interesse fra ulike aktører for etablering av ny industri her. Veien fra Eidfjord sentrum til Simadal er smal og svingete, noe som gir noen logistiske begrensninger, men ikke utelukker utvikling.

3.6.1 Tiltak

Følgende tiltak kan bidra til industriutvikling i Simadalen:

- Tilrettelegge med **vei og tilkoblingspunkter** for å redusere barriere for å etablere seg.
- Utarbeide et **kunnskapsgrunnlag** om hvilke næringer som er aktuelle. Eidfjords tilgang på kraft er attraktivt for kraftintensive næringer som blant annet datasenter, hydrogenproduksjon og battericelleproduksjon. Hver av næringene har ulike fordeler og ulemper som bør belyses for å kunne proaktivt jobbe mot å tiltrekke seg de rette aktørene.
 - Datasenter: Utnytter fornybar energi med lav miljøpåvirkning og lite transportbehov.
 - Batterifabrikk: Krever mer logistikk og investeringer, men kan gi lokal sysselsetting og bidra til nasjonale verdikjeder innen det grønne skiftet.
 - Hydrogenproduksjon: Muliggjør eksport av energi i produktform og støtter klimamål, men gir færre arbeidsplasser og innebærer transport- og markedsteknisk usikkerhet.
- Vurdere en næringsstrategi der Simadalen kan utvikles for **mer arbeidsintensive næringer** med sterk lokal forankring og lavere kraftbehov. Dette kan omfatte tilrettelegging for produksjonsbedrifter innen trebearbeiding, modulbygging og næringsmiddelindustri. Det kan også utredes muligheter for gjenbruks- og materialforedling, som kompostering, resirkulering og biokullproduksjon. Området kan også brukes til lager- og logistikkformål der transportbehovet er begrenset.

3.6.2 Samarbeidspartnere

- Statkraft
- Hardanger og Voss næringshage
- Innovasjon Norge
- Vestland fylkeskommune
- Statsforvalteren i Vestland
- Siva (næringsbygg og industriparker)
- Relevante industriklynger (f.eks. Battery Norway, Greenstat, datasenterkonsortier)
- Private utviklere og investorer



Menon
Economics

Menon Economics

Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo

+47 909 90 102

post@menon.no

menon.no