



# BREDBÅNDSTUDIEN 2023

---

HVOR FORNØYDE ER  
BREDBÅNDKUNDENE I NORGE?

# Kundene krever stabilt og godt bredbånd, men står leveransen i stil til forventningene?

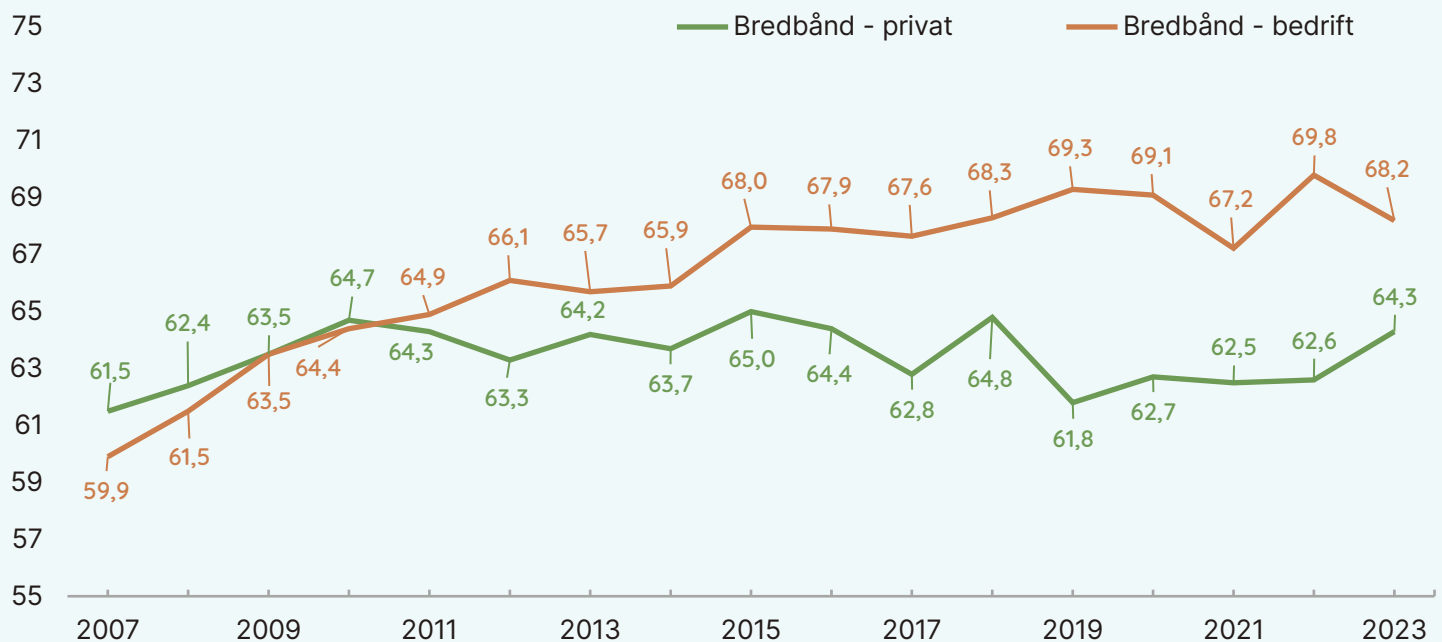
Digitaliseringen av samfunnet gjør at stadig flere funksjoner og tjenester nå utføres på nettet. En stabil og god internettoppkobling er derfor en nødvendighet for folk flest, både hjemme og på jobb. Det investeres mye i bredbånd i Norge i dag, og bredbånd er samfunnskritisk infrastruktur. Det er derfor heller ikke noen tvil om at både privat- og bedriftskundene i Norge har høye krav og forventninger til kvaliteten på internettaksessen. Tilgang på et stabilt og raskt bredbånd er viktig, om ikke avgjørende, for næring, verdiskaping og bosetting rundt om i Norge.

Et godt bredbånd er med andre ord en forutsetning for å kunne få hverdagen til å gå rundt. I våre digitale liv tar vi tilgangen på internett for gitt – noe som bare er der

og skal fungere – på samme måte som blant annet strøm, vann, avløp og vei. Internett tilgang er blitt en basisressurs – en hygienefaktor – som folk forventer skal fungere uten problemer i dagliglivet. De færreste av oss tenker på bredbåndet når det fungerer – noe som stort sett er tilfellet, men i det øyeblikket bredbåndet er nede skaper det fort misnøye og frustrasjon.

Hva er så statusen på bredbåndsopplevelsen ute blant kundene og brukerne nå i 2023? Er kundene fornøye med internettjenesten deres? Vi har intervjuet drøyt 3400 privat og bedriftskunder rundt om i Norge for å få klarhet i dette.

**FIGUR 1** Kundetilfredsheten i bredbåndsbransjen 2007-2023



# Bedring i privatsegmentet, men bredbåndsopplevelsen preges fortsatt av feil og problemer

En fersk studie om kundetilfredsheten med internettleverandørene i Norge viser at folk flest har blitt mer fornøyde med sine bredbåndleverandører. Tilbakemeldingene på bredbåndsløstjenesten er tydelig mer positiv nå enn for ett år siden. Både hastigheten, stabiliteten og wifi-kvaliteten vurderes som bedre enn i fjor. Målingen viser også at servicenivået som bredbåndsselskapene tilbyr har hevet seg over det siste året, og at det er blitt enklere å komme i kontakt med leverandøren når man har spørsmål eller trenger hjelp. I sum så fører det til at leverandørene i større grad leverer på kundenes krav og behov, og fremstår totalt sett som mer pålitelige.

Men, til tross for framgang, ligger kundetilfredsheten fortsatt på relativt lave nivåer sammenlignet med andre bransjer EPSI måler. Studien viser at det fortsatt er 37% av kundene som er mer eller mindre misfornøyde med tjenesten.

## Fortsatt mange feil med bredbåndet

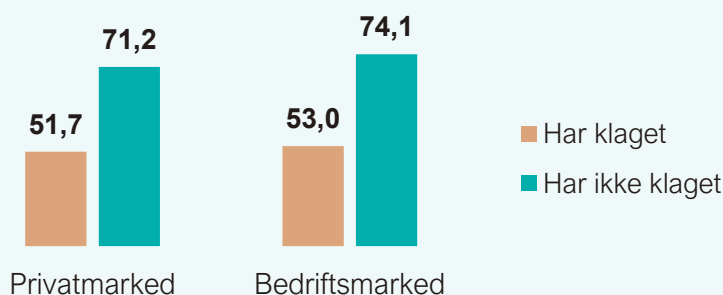
Mange kunder har problemer med bredbåndet. Andelen som har hatt grunn til å klage har holdt seg relativt stabil de seneste 6 årene. Undersøkelsen viser at tett på hver tredje bredbåndkunde i løpet av det siste året har opplevd feil eller problemer de opplever som en klagesak. Samtidig viser målingen at andelen som

faktisk har klaget til bredbåndleverandøren har gått ned. Mens at vi i 2018 så at «alle» som hadde noe å klage på faktisk klagde til sin bredbåndsløstjenesteleverandør, viser årets studie hver femte klageårsak ikke ble rapportert inn til leverandøren. Analysen viser at det er særlig de yngre kundene som lar være å kontakte sin bredbåndsløstjenesteleverandør når de har problemer med tjenesten.

Hvorfor en såpass tydelig andel av kundene velger å ikke klage til sine leverandører er imidlertid uklart. En forklaring kan være at mange har tidligere erfaringer med å klage på lignende problemer uten å oppleve en løsning. Kun halvparten av de klagende kundene oppgir at leverandøren har fått fikset problemstillingen/feilen. Dette bidrar til at kundene over tid mister troen på at klager vil føre til forbedringer, og etter hvert velger å la være å klage (eller nøyer seg med å dele frustrasjonen med venner, kollegaer og naboer). Det er uheldig, for kundeklager er viktige for enhver bedrift – de gir et verdifullt innblikk i kundeopplevelsen og hvor forbedringsmulighetene ligger.

Det å ta skikkelig tak i klageproblematikken slik at mengden med feil og problemer reduseres vil være nødvendig dersom bredbåndsløstjenesteleverandørbransjen skal løfte kundetilfredsheten ytterligere.

**FIGUR 2 Kundetilfredshet splittet på om man har klaget eller ikke**



**56%**

I bedriftsmarkedet oppgir at problemet ble løst når de klaget

**50%**

I privatmarkedet oppgir at problemet ble løst når de klaget

## NØKKELTALL Bredbåndstudien privatmarked 2023

76%

Abonnerer på strømmetjenester som Netflix, TV2 Play, HBO, ViaPlay osv.

55%

Er regelmessig avhengig av bredbånd for hjemmekontor.

84%

Oppgir at bredbåndslinjen de har er god nok til at strømmetjenestene fungerer tilfredsstillende.

22%

Vurderer å bytte sin bredbåndslieferandør i løpet av det kommende året

### Altibox på topp i en bransje som sliter med å skape de helt store kundeopplevelsene

Årets måling viser at Altibox er tilbake på topp i denne målingen. En skår på 66,5 er langt fra et resultat som tilsier at kundene er begeistrede, men det er et godt resultat i en bransje hvor tilfredsheten er og har vært svak. Altibox kundene rundt om i Norge er noe mer fornøyde med deres internettjeneste enn hva kunder av konkurrerende bredbåndsselskaper er. Altibox framstår som en pålitelig internettleverandør som leverer en stabil og rask internett aksess, og har relativt sett lite kundeklager. I tillegg til det vurderes kundeservicen som meget god, og dette gjør at Altibox i sum leverer den beste bredbåndsopplevelsen i årets måling.

Det selskapet som har den mest positive utviklingen fra

i fjor er Telenor. Telenor kan vise til en god utvikling over de siste par årene, og kundene vurderer kvaliteten på internettaksessen som klart bedre enn hva som var tilfellet for bare 2 år siden. Kundeservicensenteret får også bedre tilbakemeldinger, og er også blitt flinkere på å håndtere kundeklager.

Det er NextGenTel som denne gangen er på bunn blant de målte aktørene. NextGenTel kan vise til en fremgang i kundetilfredsheten, men nivåene er fortsatt relativt lave. NextGenTel er i følge kundene konkurransedyktige på pris, men bredbåndskvaliteten match'er dog ikke helt nivåene til hovedkonkurrentene. Dette i kombinasjon med at servicenivået (til tross for fremgang) fortsatt er relativt svakt, gjør at bredbåndsopplevelsen ikke står i stil til de forventningene som kundene har.

FIGUR 3 Kundetilfredshet 2023 privatmarked



\*Øvrige innebærer kunder av andre selskapet enn de overnevnte, for eksempel Taffjord Bredbånd, ice, Nokab, Modum Kabel-TV, Eninvest og mange flere.

# Hva svarer bedriftene når de vurderer sine bredbåndleverandører?

Årets måling av bredbåndslleverandørene i bedriftsmarkedet viser en nedgang på 1,6 punkter. Kundetilfredsheten i bedriftsegmentet er fortsatt på ett tydelig høyere nivå enn hva vi ser i privatmarkedet, men en oppgang i privatsegmentet og en nedgang i bedriftssegmentet gjør at gapet er mindre enn på lenge.

Bredbåndskvaliteten går litt tilbake, men vurderes fortsatt som god og tydelig bedre enn i privatmarkedet. De aller fleste bedriftene opplever dessuten at de har riktig bredbånd til deres bruk. Men, jevnt over opplever bedriftene at de får mindre bredbånd for pengene i år enn før, og pris oppgis som hovedårsaken til at bedrifter vurderer å bytte leverandør det kommende året. På toppen av dette forteller bedriftskundene at kundekommunikasjonen, kundeinformasjon og proaktiviteten har svekket seg over det siste året. Brorparten av kundene ønsker å bli kontaktet en gang i blant. God oppfølging gjør at kundene føler seg mer sett og bedre ivaretatt. Dette er noe

bredbåndsselskapene bør gjøre mer av, for det bidrar til å skape gode og langsiktige kunderelasjoner.

Mange av leverandørene tilbyr også andre tjenester til sine kunder. De av bedriftene (ca 1/3-del) som har et bredere kundeforhold med sitt bredbåndsselskap (som f.eks. at de også kjøper mobiltelefonitjenester eller strøm), er mer fornøyde totalt sett enn de bedriftene som ikke gjør det.

## Færre har kontaktperson, flere ordner opp selv?

Over de siste par årene har studien vist at færre og færre bedrifter har egne kontaktpersoner hos bredbåndsselskapene. Årets måling viser en liten oppgang, men det er fortsatt kun 19% av bedriftene som oppgir å ha en fast kontaktperson (ned fra 29% i 2018). Den lave andelen kan være et tegn på at færre bedrifter har behov for faste kontaktpersoner, og at flere kunder løser problemstillinger selv gjennom at de har den nødvendige kompetansen in-house.

## NØKKELTALL Bredbånd bedriftsmarked 2023

27%

Oppgir å ha blitt kontaktet av deres bredbåndslleverandør det siste året

36%

Benytter seg av leverandøren sin selvbetjeningsløsning

58%

Har det siste halvåret blitt kontaktet av en konkurrent til deres bredbåndsselskap

9%

Oppgir at de har fått informasjonen om hvordan leverandøren sin jobber med bærekraft

Det er allikevel verdt å merke seg at de kundene som har egne kontaktpersoner og en personlig relasjon til sine bredbåndsselskaper er markant mer fornøyde, noe som tyder på at de kundensvarlige rundt om gjør en meget god jobb.

Det er fortsatt slik at det er de større bedriftene som er de som er mest fornøyde med sine bredbåndsselskaper, men i årets måling er differansen blitt noe mindre. De større bedriftene har andre krav og forventninger til bredbåndsløseleverandøren og krever større grad av tilpassing og oppfølging. Årets måling viser at både Altibox, NTE og GlobalConnect leverer godt i denne kundegruppen.

#### NTE inntar topplasseringen,

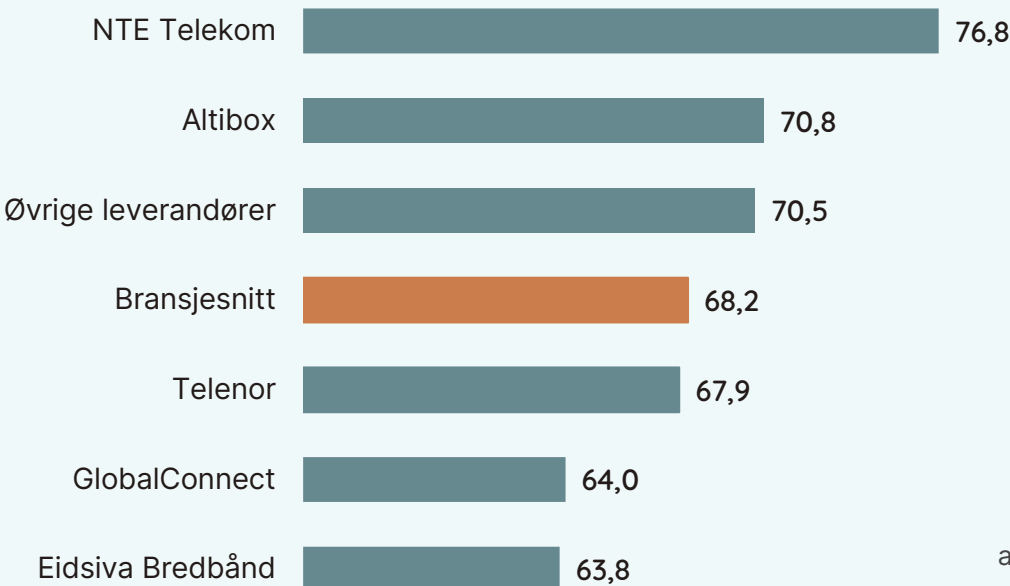
I årets måling er det NTE Telekom som får den beste tilbakemeldingen. Med en skår på solide 76,8 går NTE rett til topps i sin første EPSI måling. De leverer et godt

og stabilt produkt, og blir oppfattet av kundene som en pålitelig leverandør. Kundene anerkjenner NTE's lokale forankring, noe som gir dem en fordel i det å komme tett på kundene, å ta initiativ og å holde dem godt informert om kundeforholdet.

Altibox er den eneste av aktørene i bransjen som kan vise til fremgang fra i fjor. Kundene til Altibox er meget tilfredse med bredbåndskvaliteten, men etterlyser enda mer proaktivitet og oppfølging.

Det er Eidsiva Bredbånd som i denne målingen får den svakeste tilbakemeldingen. Bredbåndskvaliteten til Eidsiva Bredbånd har hevet seg over det siste året, men også kundene deres etterlyser mer oppfølging og en bedre service når de ha behov for det. Dette i kombinasjon med at kundene opplever at prisene er blitt mindre konkurransedyktige over det siste året gjør at bredbåndsopplevelsen ikke helt når opp til de forventningene som kundene har.

**FIGUR 4** Kundetilfredshet 2023 bedriftsmarked



\*Øvrige bredbåndsselskaper er mindre selskaper som blant annet Telia, Eninvest, Tafjord og NextGenTel.



# Om EPSI Rating og bredbåndstudien 2023

EPSI Rating er en leverandør av uavhengige kundetilfredshetsanalyser, og er en ekstern revisor av kundemassen. EPSI samler inn, analyserer og formidler informasjon om kunders forventninger, opplevd kvalitet og verddivurdering av produkter og tjenester. Det norske selskapet er en del av EPSI Rating Group som gjennomfører kundetilfredshetsstudier i hele Norden og i flere andre europeiske land. I Sverige jobber vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex – SKI.

## Hvordan beregnes kundetilfredsheten?

EPSI studiene er erfaringsbaserte målinger der de faktiske kundene intervjues angående deres kundeopplevelse. EPSIs modellanalyse, som er utviklet ved Handelshøgskolen i Stockholm, ligger til grunn for målingen. Modellanalysen henter frem informasjon og innsikt i forhold til hvem som er tilfredse eller utilfredse, og hva som skal til for å opprettholde og styrke kundetilfredsheten.

Den helhetlige analysen av brukeropplevelsen presenteres i en bransjerapport og i tilhørende presentasjoner for bedrifter som ønsker det. I tillegg til kundetilfredshet og kundelojalitet så måler EPSI også fem andre områder (aspekter) som bidrar til å forklare hva som gjør kunder tilfredse og lojale. Hvert aspekt består av et antall underliggende spørsmål. Figuren nedenfor viser de aspekter som EPSI-modellen bygger på.

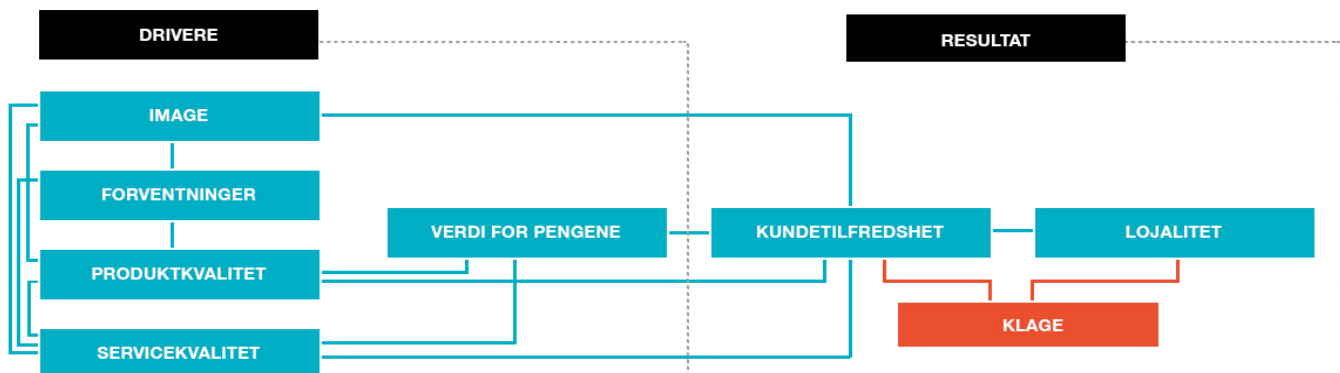
## Om bredbåndstudien 2023

Feltarbeidet er gjort av Norstat/EPSI i perioden fra 30. august til 10. oktober. Totalt er det gjennomført drøyt 2214 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 85 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført drøyt 1210 intervjuer med bedrifter med én ansatt eller flere. Spørreskjemaene inneholder ca. 60 spørsmål, og flertallet av spørsmålene besvares på en skala fra 1-10 der 1 er dårligst og 10 er best. Generelt sett så har bransjer og bedrifter med en kundetilfredshetskår under 60 store vanskeligheter med å motivere kundene til å bli, mens resultater over 75 peker på en sterk relasjon mellom leverandør og kunde. Videre kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

For mer informasjon, ta kontakt:

Fredrik Høst, Daglig leder  
fredrik.host@epsi-norway.org  
+47 48 86 76 01

Sindre Brochmann, Senior forretningsutvikler  
sindre.brochmann@epsi-norway.org  
+47 45 87 01 92





## Ansvarlige for sammendrag:

**Fredrik Høst**    Daglig leder

**Sindre Brochmann**    Senior forretningsutvikler

**Anna Latysheva**    Dataanalytiker

**Sara Stebbings**    Analyserådgiver