



# Bærekraftsindeks Telekom 2025

## Mer beviste kunder, men telekomselskapenes budskap forblir uklart

EPSI har målt kundetilfredshet i telekombransjen i nærmere 20 år, og siden 2021 har vi også kartlagt kundenes oppfatning av hvor bærekraftig leverandørene opererer. Bærekraft er et omfattende og sammensatt begrep som rommer flere dimensjoner. FN definerer tre hovedområder som bør inngå i arbeidet: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold. Bærekraftsindeksen består av tre spørsmål som samlet er utformet for å avdekke kundenes oppfatning av hvordan deres leverandør arbeider med bærekraft innen disse dimensjonene.

Fra kundeperspektivet kan bærekraft være vanskelig å vurdere, og mange kunder opplever fortsatt at de mangler nok informasjon til å ta stilling. Blant bedriftskundene er kunnskapsnivået høyere, og tre av fire klarer å svare på bærekraftsrelaterte spørsmål. I privatmarkedet er andelen lavere – om lag 60 prosent oppgir at de har tilstrekkelig innsikt til å vurdere sin leverandør. Interessant nok finner privatkundene det enklere å vurdere leverandørens samfunnsansvar enn miljømessige eller økonomiske sider av bærekraft. Dette kan henge sammen med at samfunnsengasjementet – som støtte til idrett, kultur og lokale initiativ – ofte er mer synlig utad enn tiltak som reduserer miljøavtrykket. Mellom fem og ti

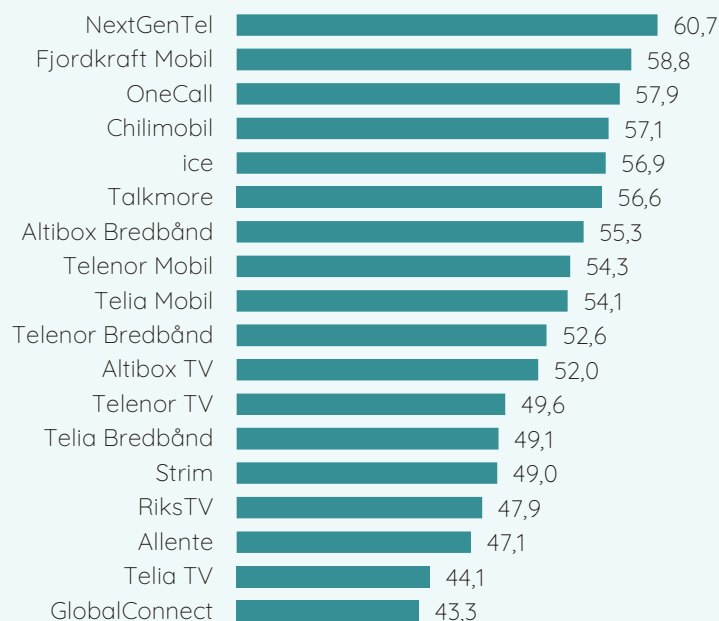
prosent av privatkundene sier at deres leverandør har informert dem om sitt bærekraftsarbeid. Dette tyder på at mange gode initiativer ikke kommuniseres godt nok, og her ligger et tydelig forbedringspotensial for telekomselskapene. Erfaring viser at kunder som faktisk mottar informasjon om leverandørens bærekraftstiltak, også er mer tilfredse og lojale.

Tilbakemeldingene til telekomselskapene er i hovedsak stabile, men vi ser en liten nedgang blant privatkunder i mobilmarkedet. Dette kan indikere at økt kunnskap og bevissthet blant kundene også fører til høyere forventninger og et mer kritisk blikk på selskapenes faktiske bærekraftsarbeid.

### NextGenTel på topp blant privatkundene

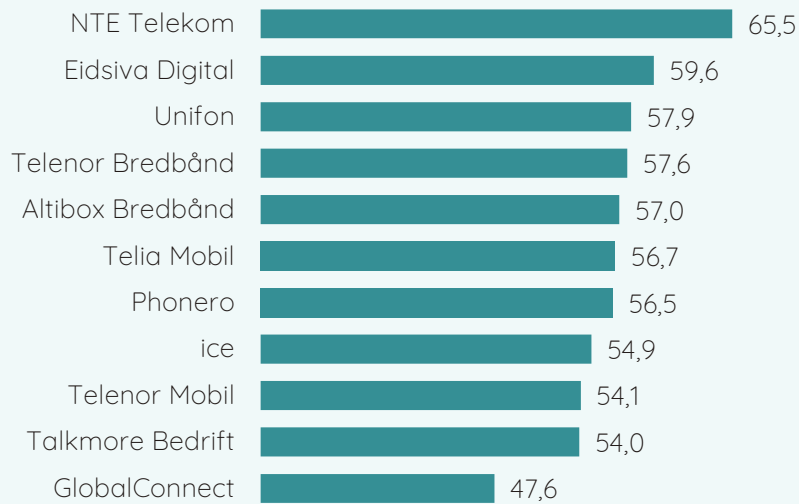
I år ser vi at forskjellene mellom bransjene når det gjelder bærekraft er i ferd med å jevnes ut. Samtidig er det fortsatt markante variasjoner mellom aktørene, særlig blant bredbåndsløse leverandørene. Totalbildet er allikevel at telekomselskapene vurderes som svake på bærekraft, og at det er NextGenTel som ut av de målte selskapene oppnår den beste vurderingen.

### Resultat – Privat Bærekraftsindeks 0-100



## Resultat – Bedrift

Bærekraftsindeks 0-100



### NTE Telekom vinner i bedriftssegmentet

For tredje året på rad får NTE Telekom den beste vurderingen på bærekraft blant bedriftskundene i telekommarkedet. Mange NTE-kunder setter pris på at NTE er en tydelig regional aktør som bidrar til lokalmiljøet. NTE Telekom skiller seg ganske tydelig fra de øvrige målte selskapene, og kundene opplever at selskapet tar sitt samfunnsansvar på alvor og jobber målrettet for bærekraftig vekst. Resultatene viser at NTE i større grad enn andre har lyktes med å gjøre bærekraft til en sentral del av virksomheten.

### Kommunikasjon og relasjon teller

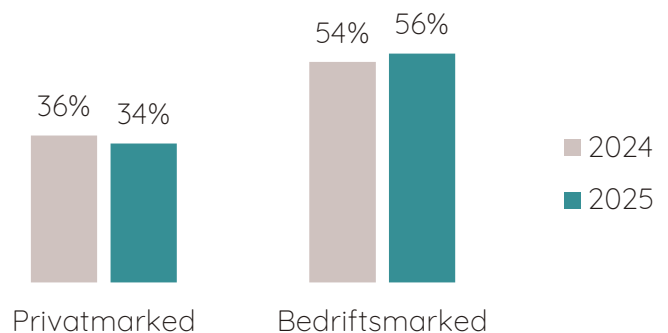
I årets undersøkelse ser vi at relasjonen mellom kunde og leverandør også har betydning for hvordan bærekraftsarbeidet vurderes. Bedrifter som har en fast kontaktperson eller kundeansvarlig gir jevnt over høyere vurderinger av leverandørens bærekraftsinnsats. Dette kan tyde på at dialogen med kontaktpersonene bidrar til bedre forståelse for hva selskapene faktisk gjør på området, og at denne direkte kommunikasjonen styrker inntrykket av engasjement og ansvarlighet.

I privatmarkedet er det noen interessante forskjeller mellom kundegrupper. De eldste og de yngste respondentene gir leverandørene høyere vurderinger

av bærekraft enn de som befinner seg midt i livet. Sett sammen med at den yngste kundegruppen også er den mest opplyste om bærekraftsarbeidet til sin leverandør og i størst grad evner å gi en vurdering, kan dette tyde på at de unge også er mest engasjert i temaet.

Samlet peker resultatene på at både kommunikasjon og relasjon spiller en sentral rolle i hvordan kundene oppfatter bærekraft. For telekomselskapene handler det derfor ikke bare om å gjennomføre gode tiltak, men også om å formidle dem på en måte som når ut til og engasjerer kundene.

### Vurderer du XX som et bærekraftig selskap? Andel Ja



## Om EPSI Rating Norge

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. Les mer på [epsi-norway.org](https://epsi-norway.org)