



BREDBÅNDSUNDERSØKELSEN 2026

HVA ER KUNDENES DOM OVER
BREDBÅNDSSELSKAPENE I NORGE?

Bredbåndet fungerer godt, likevel vurderer rekordmange å bytte leverandør

Årets EPSI-undersøkelse viser fallende kundetilfredshet og svekket lojalitet blant norske privatkunder. Hele 27 prosent vurderer å bytte bredbåndslleverandør, den høyeste andelen som er målt. Samtidig er bedriftskundene gjennomgående godt fornøyde. NextGenTel topper privatmarkedet, mens Altibox har de mest fornøyde bedriftskundene.

EPSI har målt kundetilfredsheten blant landets største bredbåndslleverandører i en årrekke. Mens tilfredsheten blant bedriftskundene har utviklet seg positivt over tid, er privatkundene fortsatt langt mer forbeholdne i sine vurderinger.

Årets undersøkelse viser at lojaliteten blant privatkundene er svak, og at stadig flere vurderer å bytte leverandør. Andelen som vurderer å bytte, har økt til 27 prosent, det høyeste nivået siden EPSI begynte å måle dette.

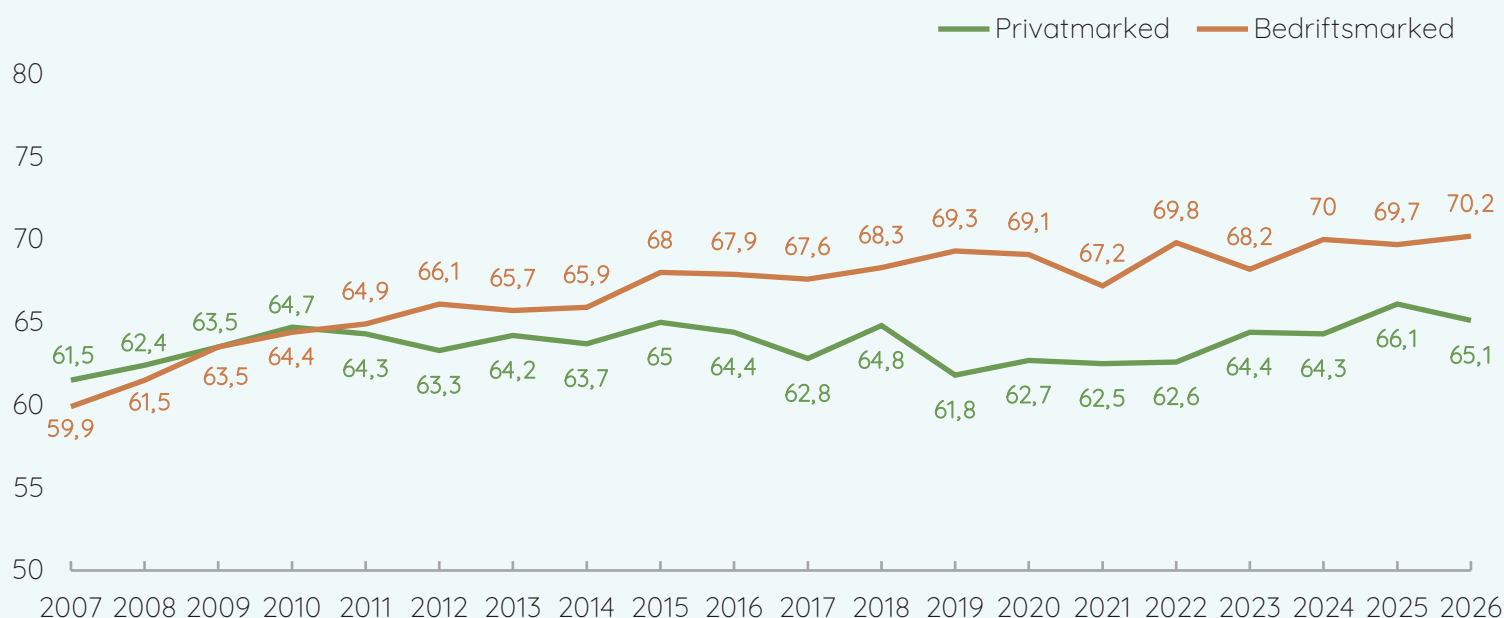
Samtidig er anbefalingsviljen oppsiktsvekkende lav. Omtrent halvparten av bredbåndskundene klassifiseres som kritikere, det vil si kunder som i liten grad er villige til å anbefale leverandøren sin til andre. Bransjens «NPS» er minus 27, mens tilsvarende tall i mobilbransjen er pluss 3.

– Det er et tankekors at stadig flere vurderer å bytte leverandør, selv om bredbåndet fungerer bedre enn før. Målingen viser imidlertid at god kvalitet ikke er nok. Mange synes rett og slett at bredbåndet har blitt for dyrt, og opplever ikke at de får nok igjen for pengene. Når prisene øker, forventer kundene mer, og mange mener at leverandørene ikke leverer nok til å forsvare prisen, sier Fredrik Høst, daglig leder i EPSI Norge.

Resultatene er særlig interessante i lys av diskusjonene om å åpne fibernettene for flere tjenesteleverandører.

– Mange kunder er lite fornøyde, men blir likevel værende hos leverandøren sin. Det kan skyldes at de opplever å ha få alternativer. Dersom kundene får flere reelle valgmuligheter, kan vi fort se at flere velger å bytte leverandør, sier Høst., sier Høst.

Kundetilfredsheten i bredbåndsbransjen 2007 - 2026



God kvalitet, men svak verdi for pengene

Til tross for tilbakegangen i kundetilfredshet får den tekniske kvaliteten gjennomgående gode vurderinger. Tilbakemeldingene på hastighet og stabilitet har blitt stadig bedre, og de fleste opplever at bredbåndet lever opp til forventningene.

Forbedringene i den tekniske kvaliteten har imidlertid ikke gitt tilsvarende utslag på opplevd verdi for pengene. Stabilt og raskt internett tas i stor grad for gitt, mens pris og kundeoppfølging får større betydning for tilfredsheten.

Også vurderingene av digital sikkerhet svekkes. Økt oppmerksomhet rundt digital sikkerhet kan ha bidratt til større bevissthet og høyere forventninger. Det er samtidig verdt å merke seg at mange kunder ikke vet om leverandøren tilbyr tjenester som gjør dem tryggere på nett.

– Her har leverandørene en jobb å gjøre, både med å utvikle relevante sikkerhetstjenester og gjøre kundene bedre kjent med det de allerede tilbyr. Når prisene øker, blir det enda viktigere å synliggjøre verdien av tjenestene. Kundene må forstå hva de får igjen for pengene, sier Sindre Brochmann, senioranalytiker i EPSI Norge.

NextGenTel på topp – Telia faller tilbake

NextGenTel beholder førsteplassen i privatmarkedet. Kundene vurderer kvaliteten på bredbåndet minst like godt som hos konkurrentene, men mener de får mer bredbånd for pengene.

– NextGenTel viser at det ikke nødvendigvis handler om å tilby høyest mulig hastighet, men om å levere en tjeneste som dekker kundenes behov til en pris de er fornøye med. Samtidig er selskapet flinke til å holde kundene informert og følge dem opp. Det gir uttelling på tilfredsheten, sier Brochmann.

Telia går tilbake og havner nederst i årets måling.

– Telias utfordring handler ikke først og fremst om pris. Den oppfattes som relativt konkurransedyktig. Problemet er at kundene opplever bredbåndet som mindre stabilt, samtidig som de ikke alltid får

hjelpen de trenger. Flere sitter også igjen med en følelse av at selskapet ikke bryr seg nok om dem som kunder. Det er en krevende kombinasjon, sier Brochmann.

Bedriftskundene fortsatt godt fornøye

I bedriftsmarkedet holder kundetilfredsheten seg på et godt nivå. Lojaliteten er også høyere enn i privatmarkedet: 17 prosent vurderer å bytte leverandør, mot 27 prosent blant privatkundene. Bedriftene opplever at bredbåndet leverer som forventet, og gir gode vurderinger på både stabilitet, hastighet og support. I motsetning til privatmarkedet fortsetter også vurderingene av digital sikkerhet å stige. Samlet bidrar dette til å styrke tilliten til leverandørene.

– Det er positivt å se at servicen gjennomgående får gode tilbakemeldinger. Vi ser også at bedrifter med en fast kontaktperson er særlig fornøye, men også at det er relativt få bedrifter som har en slik kundeansvarlig, påpeker Brochmann.

De digitale selvbetjeningsløsningene får mer moderate vurderinger og brukes foreløpig kun av en relativt liten andel av kundene. Her har leverandørene fortsatt et forbedringspotensial, både når det gjelder brukervennlighet og å få flere kunder til å ta løsningene i bruk.

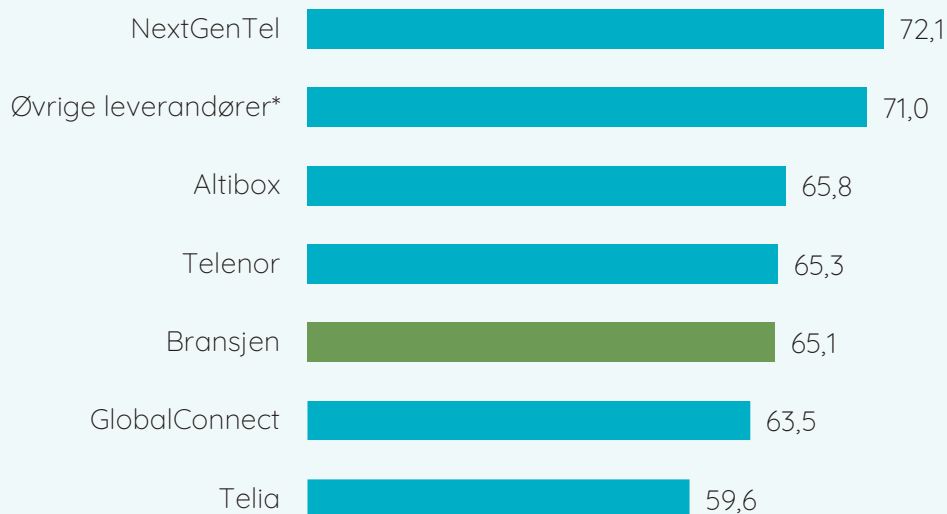
Altibox på topp i bedriftsmarkedet

Altibox går frem og toppe årets måling. Selskapet får gode vurderinger på både stabilitet og kundeoppfølging, og kundene opplever at Altibox er en leverandør som er enkel å forholde seg til.

Eidsiva Digital fortsetter den positive utviklingen. Selv om selskapet fortsatt ligger nederst blant de målte aktørene, har avstanden til bransjesnittet blitt mindre. Kundene etterlyser imidlertid mer oppmerksomhet, tettere oppfølging og mer konkurransedyktige priser.

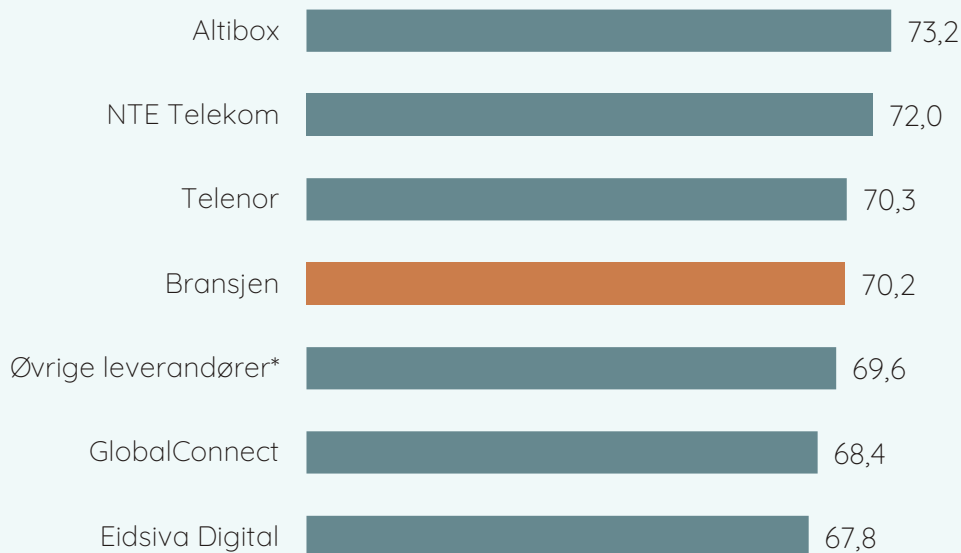
– Altibox viser at det ikke bare handler om å levere en stabil bredbåndstjeneste. Bedriftene setter også pris på en leverandør som er tilgjengelig, viser interesse og følger dem opp. Det er nettopp kombinasjonen av gode tjenester og sterke kunderelasjoner som gir utslag på tilfredsheten, avslutter Høst.

Kundetilfredshet bredbånd Privat 2026



*Øvrige bredbåndsselskaper inkluderer kunder av Eninvest, Starlink, Tussa, 3net og mange flere

Kundetilfredshet bredbånd Bedrift 2026



*Øvrige bredbåndsselskaper inkluderer kunder av Telia, Eninvest, Tussa og mange flere

Om studien Bredbåndsstudien 2026 bygger på svar fra nesten 2 300 bredbåndskunder i privat- og bedriftsmarkedet. Datainnsamlingen ble gjennomført i september og oktober 2026. Studien kartlegger blant annet kundetilfredshet, lojalitet, verdi for pengene, service, digitale løsninger, kommunikasjon og kunderelasjon.



Ønsker du mer innsikt fra studien?

Denne rapporten er en oppsummering av en større datainnsamling blant nesten 2 300 bredbåndskunder i privat- og bedriftsmarkedet. Undersøkelsen omfatter en rekke spørsmål, fritekstsvaer, og analyser som ikke alt er beskrevet i dette sammendraget.

Vi kan blant annet tilby en dashbordløsning hvor du som kunde får resultater på alle spørsmål, historisk utvikling, fritekstsvaer og mulighet for å sammenligne med andre aktører i bransjen.

Ønsker du mer innsikt og detaljerte tall per aktør i undersøkelsen, eller kanskje din bedrifts helt unike kundeundersøkelse tilpasset din bransje? Ta gjerne kontakt med oss:

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

Ønsker du å lese mer om EPSI kan du gjøre det her: [Om EPSI](#)

Ønsker du å lese mer om hvordan vi måler kundetilfredshet finner du dette her: [Om kundetilfredshet](#)