



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2026-10-19

Digital-tv återhämtar sig, bredbandskunderna blir mindre nöjda

Årets SKI Streaming, Bredband och Digital-TV 2026 från Svenskt Kvalitetsindex (SKI) visar att kundnöjdheten inom bredband minskar på både privat- och företagsmarknaden, med den tydligaste nedgången bland företagskunderna. Samtidigt återhämtar sig Digital-tv efter fjolårets nedgång. Trots att den tekniska kvaliteten förbättras tappar bredbandsoperatörerna i kundnöjdhet. Service, prisvärde och kundrelationer blir allt viktigare för helhetsupplevelsen.

Kundnöjdheten inom bredband minskar på både privat- och företagsmarknaden. Störst är nedgången bland företagskunderna, där index faller från 69,0 till 66,8. På privatmarknaden är förändringen mindre, från 65,0 till 64,5. Samtidigt går Digital-tv i motsatt riktning och ökar från 59,0 till 61,5. Bakom utvecklingen finns tydliga skillnader i hur kunderna upplever den tekniska leveransen och relationen till sin leverantör.

“Operatörerna förbättrar den tekniska leveransen men kundrelationen utvecklas inte i samma takt. När uppkopplingen fungerar blir pris, flexibilitet och agerandet när något går fel mer avgörande för helhetsbetyget”, säger Johan Parmler, VD på SKI.

Tekniken förbättras men bredbandskunderna efterfrågar mer

Service är fortsatt det svagaste huvudområdet. Särskilt låga är betygen för proaktivitet och känslan av att vara värdesatt som kund. Kunder som har behövt kontakta sin leverantör är dessutom mindre nöjda än de som haft en problemfri kundresa.

Även på företagsmarknaden förbättras den tekniska kvaliteten. Företagen ger högre betyg på bland annat tillgänglighet, säker uppkoppling och hur väl bredbandslösningen fungerar tillsammans med verksamhetens övriga IT-system.

Trots det sjunker kundnöjdheten. Framför allt är företagen mindre nöjda med service, prisvärde och lojalitet. Operatörerna får också låga betyg för sin förmåga att agera proaktivt, hålla kunderna informerade och visa engagemang för verksamheten.

“Företagen efterfrågar mer än drift och support. De

vill ha en leverantör som förstår verksamheten, agerar innan problem uppstår och gör det enkelt att anpassa lösningen när behoven förändras”, säger Johan Parmler.

Driftstörningar slår hårt mot företagens kundnöjdhet

Drygt en tredjedel av företagskunderna uppger att de har drabbats av avbrott eller driftstörningar under det senaste året. Bland dessa företag är kundnöjdheten omkring 15 indexenheter lägre än bland dem som haft en störningsfri leverans.

När något går fel är det framför allt hanteringen som får svaga omdömen. Uppföljningen får lägst betyg, men även information under störningen och tiden till åtgärd bedöms förhållandevis lågt. Samtidigt förbättras företagets syn på säkerhet och teknisk redundans. Resultaten visar därmed att operatörerna stärker delar av den tekniska leveransen, men att förmågan att hantera störningar fortfarande är en viktig del av kundupplevelsen.

Digital-tv återhämtar sig, men från en låg nivå

Efter fjolårets nedgång ökar kundnöjdheten inom Digital-tv. Förbättringen syns inom samtliga övergripande delar av kundupplevelsen. Kunderna ger högre betyg på produktkvalitet, service och prisvärde, samtidigt som lojaliteten stärks.

Även kontakten med leverantörerna fungerar bättre. Svarstider, bemötande och hjälp får högre omdömen och färre kunder uppger att de har haft anledning att klaga. Samtidigt är nivåerna fortsatt låga och många ärenden blir inte lösta vid första kontakten.

Pris och flexibilitet är fortfarande viktiga utmaningar. Kunderna efterfrågar tydligare priser, större möjlighet att själva välja innehåll och bättre villkor för befintliga kunder.

Kundnöjdheten inom streamingtjänster ligger samtidigt kvar på ungefär samma nivå som förra året, med ett branschsnitt på 69,8. Streaming har därmed fortsatt ett tydligt försprång gentemot Digital-tv, även om skillnaden mellan tjänsterna har minskat.

“Digital-tv tar ett tydligt steg framåt, men från en låg nivå. Kunderna jämför också erbjudandet med den enkelhet och valfrihet de möter i streamingtjänster. Därför blir flexibiliteten kring innehåll och pris fortsatt viktig”, konstaterar Johan Parmler.

Prishöjningar och svagare lojalitet utmanar branschen. Omkring en tredjedel av privatkunderna inom bredband och nästan hälften av Digital-tv-kunderna uppger att deras månadskostnad har höjts. Informationen kring prishöjningarna får låga betyg.

Kundernas kommentarer visar att prisvärde handlar om mer än själva kostnaden. Återkommande höjningar, kampanjer för nya kunder och behovet av att själv förhandla

om bättre villkor skapar irritation. Samtidigt försvagas lojaliteten inom både privat- och företagsbredband. Andelen kunder som uttryckligen planerar att byta leverantör ökar däremot inte.

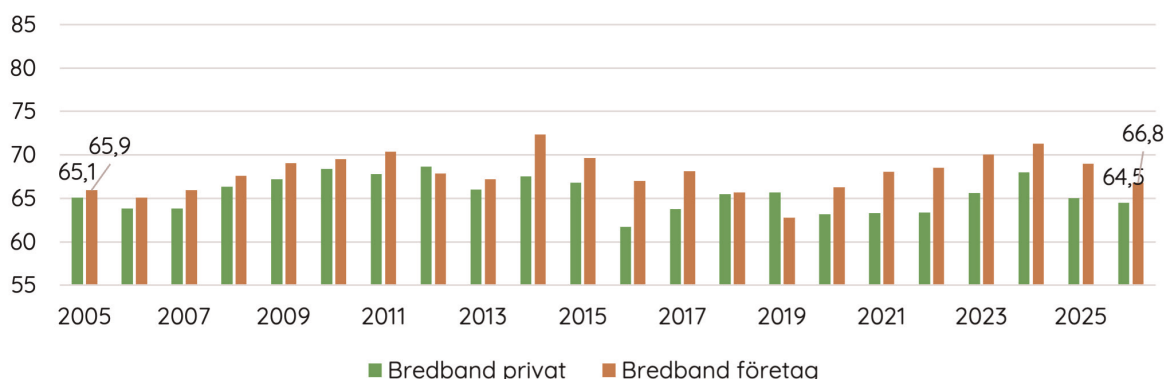
På företagsmarknaden använder nästan vart tredje företag fler än en operatör, vilket är vanligare än förra året. Det kan vara ett sätt att minska sårbarheten, men innebär också att fler företag redan har alternativa leverantörer.

“Lojaliteten försvagas ofta innan kunden faktiskt byter. Kunden stannar kvar, men relationen blir mer villkorad och alternativen mer relevanta. Det ger operatörerna ett tydligt skäl att agera innan nästa prisförändring, driftstörning eller avtalsförhandling”, avslutar Johan Parmler.

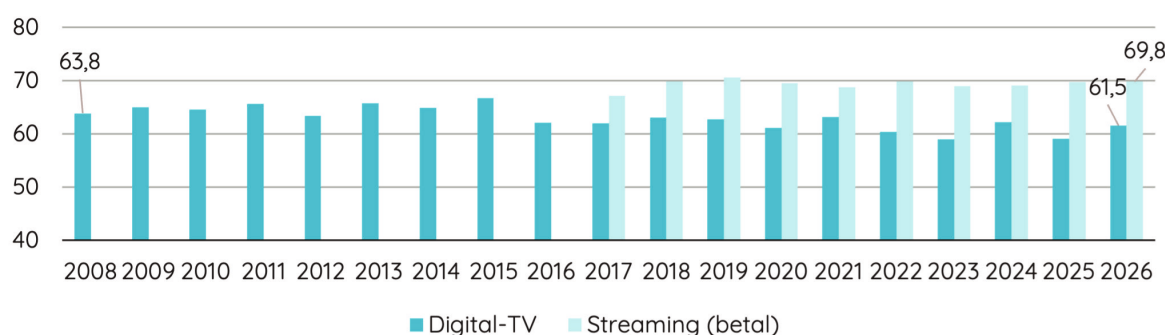
Ownit, Bahnhof och Telia högst i årets mätning

Skillnaderna mellan aktörerna är fortsatt tydliga. Inom privat bredband får Ownit högst kundnöjdhet med 70,9. På företagsmarknaden ligger Bahnhof högst med 70,6. Inom Digital-tv får Telia högst kundnöjdhet med 64,9.

Kundnöjdhet Bredband

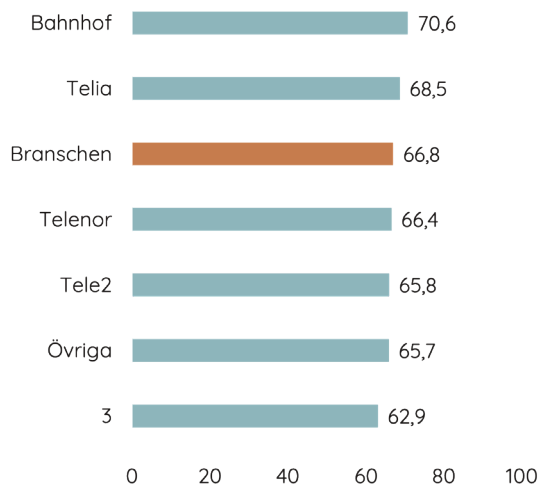


Kundnöjdhet Digital-TV & Streaming



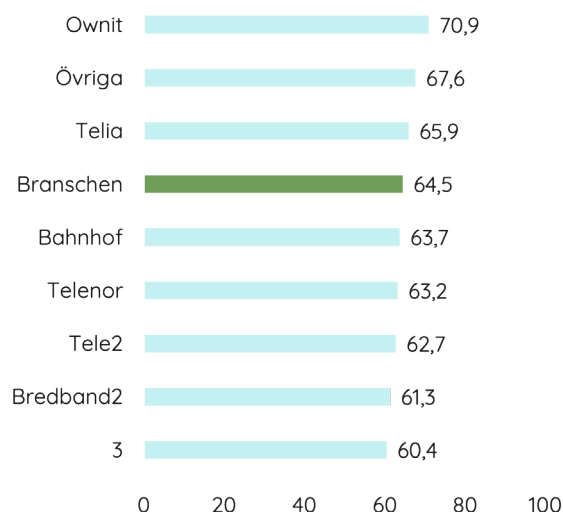
SKI Bredband 2026

Företagskunder

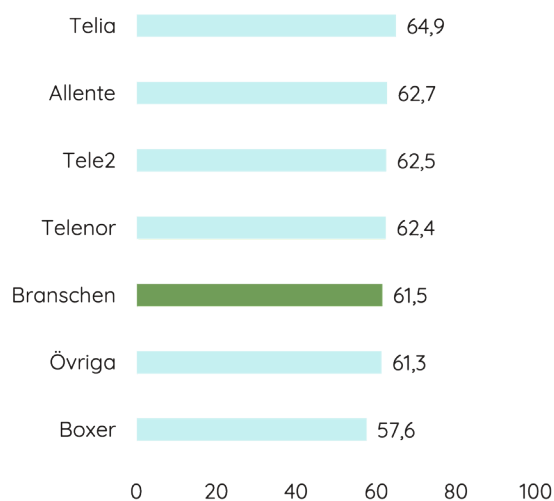


SKI Bredband 2026

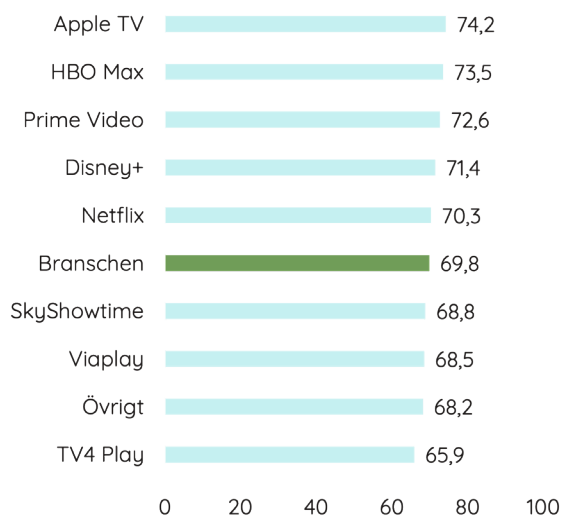
Privatkunder



SKI Digital-TV 2026



SKI Streaming 2026



Not om studien

Datansamlingen pågick under september och oktober 2026. Totalt genomfördes 4 915 intervjuer. Studien bygger på ett slumpmässigt urval av svenska folket och svenska företag. Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdhet bland bredbandsleverantörer sedan 2005, digital-TV sedan 2008 och streamingtjänster sedan 2017.