SVENSKT KVALITETSINDEX
A part of EPSI Rating Group



FÖR MER INFORMATION
JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX
› johan.parmler@kvalitetsindex.se
› 073-151 75 98

2026-10-22

Hållbarhet och kundnöjdhet hänger ihop – men telekombranschen utvecklas ojämnt

Telekomföretag som får högre betyg för sitt hållbarhetsarbete tenderar också att ha nöjdare kunder. Det visar SKI Telekom 2026 från Svenskt Kvalitetsindex (SKI). Samtidigt utvecklas hållbarhetsomdömena ojämnt mellan branschens olika delmarknader. Studien visar också att få kunder känner till sina leverantörers hållbarhetsarbete, trots att fler efterfrågar information än som upplever att de får den.

Årets resultat visar att privatkundernas hållbarhetsomdömen förbättras något, med ett genomsnitt på 57,3 jämfört med 56,1 föregående år. Bland företagskunderna går utvecklingen åt motsatt håll, från 63,7 till 61,8, även om betygen fortsatt är högre än på privatmarknaden. På delmarknadsnivå förbättras resultaten inom mobil privat och Digital-tv, medan både bredband privat och bredband företag backar. Mobil företag ligger i stort sett oförändrat.

“Det finns ingen gemensam utveckling för hela telekombranschen. Vissa delar återhämtar sig medan andra tappar. Det visar att kundernas upplevelse av hållbarhetsarbetet skiljer sig mellan tjänsteområdena och att det är viktigt att göra ansvarstagandet synligt och relevant för kunderna”, säger Love Westin, analyschef på SKI.

Sett över en längre period är hållbarhetsomdömena högre än 2022 inom samtliga undersökta delmarknader. Utvecklingen har dock inte varit jämn. Flera områden förbättrades tydligt under 2024 men har därefter tappat delar av uppgången.

Få har fått information – fler vill ha den

Resultaten visar också ett informationsgap. På privatmarknaden vill mellan drygt två och knappt tre av tio kunder få information om leverantörens hållbarhetsarbete. Färre än en av tio uppger att de har fått sådan information. Ett liknande mönster finns bland företagskunderna. Där vill ungefär en fjärdedel till en tredjedel få information, medan en mindre andel uppger att de har fått den.

Kännedomen är samtidigt begränsad. Drygt åtta av tio privatkunder inom mobil och bredband uppger att de inte alls känner till sin leverantörs hållbarhetsarbete. Bland företagskunder inom mobil gäller det drygt sju av tio.

“Det handlar inte om att skicka mer information till alla. Majoriteten efterfrågar inte löpande information, och bland dem som är intresserade föredrar de flesta uppdateringar vid enstaka tillfällen. Utmaningen är att nå rätt kunder med konkret och relevant information”, konstaterar Love Westin.

Hållbarhet är en del av kundrelationen

Analysen visar att aktörer som får högre omdömen för sitt hållbarhetsarbete också tenderar att ha nöjdare kunder.

“Hållbarhet är inte en fristående fråga för kunderna. Synen på företagets ansvarstagande hänger samman med förtroendet för företaget och hur kunden upplever relationen som helhet. Sambandet visar inte vad som orsakar vad, men det visar att frågorna hör ihop”, avslutar Love Westin.

SKI hållbarhetsindex bygger på kundernas uppfattning om huruvida företaget investerar i hållbar tillväxt för framtida generationer, förenar ekonomisk framgång med sociala och miljömässiga hänsyn samt tar ett socialt, miljömässigt och ekonomiskt samhällsansvar.

© Svenskt Kvalitetsindex

Not om studien

Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdheten inom telekombranschen sedan 1989. Datainsamlingen för årets studie pågick under september och oktober 2026. Totalt samlades 7 613 intervjuer in.

© Svenskt Kvalitetsindex

Besöksadress
Torsgatan 2
111 23 Stockholm
08-31 53 00
kvalitetsindex.se

SVENSKT KVALITETSINDEX
A part of EPSI Rating Group