

Ikke alle ønsker fibertilkobling

Forbrukerundersøkelse

Utarbeidet av Strategisk Analyse, saksnr: 2503527-1

11. april 2025

Sammendrag

Den nasjonale fiberdekningen er på 87,2 %, men kun 71,9 % av husstandene har en fysisk tilkobling. I samarbeid med Ipsos har Nkom undersøkt hvorfor så mange husstander ikke benytter seg av muligheten for tilkobling til fiberbredbånd. Spørreundersøkelsen rettet seg mot husstander som i Nkoms database er registrert å ligge innenfor dekningsområdet til allerede eksisterende fibernett, men som ikke er fysisk koblet til nettene.

Undersøkelsen viser at det er en rekke faktorer som økonomiske, teknologiske, behovs- og informasjonsmessige faktorer som påvirker husstandenes valg om ikke å koble seg til fiberbredbånd.

75 % av husstandene i undersøkelsen mener de ikke klarer seg uten bredbånd, og selv om det er et stort antall husstander som har fiberdekning, så viser undersøkelsen at de fleste av husstandene som ikke er tilkoblet fiber likevel har bredbånd. Disse husstandene benytter seg av alternative teknologier som f.eks. fast trådløst bredbånd og mobilt bredbånd.

Bruken av bredbånd varierer med alder, utdanning og husholdningsstørrelse, hvor underholdning og praktiske tjenester er de mest vanlige bruksområdene. Prisen på bredbånd oppfattes ofte som høy, men den er ikke alltid avgjørende for valg av leverandør. Økonomiske hensyn påvirker spesielt lavere inntektsgrupper og enslige med barn.

Selv om de fleste synes det er enkelt å orientere seg i markedet og mange husstander har en omfattende bruk, så er det likevel mange som kan synes likegyldige til hva slags løsninger og bredbånd husstanden har. Mange vet f.eks. ikke hvilken hastighet de har på internettforbindelsen sin (62 %), 25 % kan ikke nevne noen fiberleverandører i deres område, og 8 % vet ikke om de kan få fiber til husstanden. 40 % vet ikke om de har fått en god pris på bredbåndet, og likevel vurderer langt de færreste å bytte leverandør.

Utelates økonomi som faktor er det likevel noen som ikke ønsker fiberbredbånd. 12 % av utvalget svarer at de ikke ønsker å bli tilkoblet selv om tilkoblingen er «gratis». Flesteparten av disse er fornøyd med det de har, mange mener de ikke har behov, mens andre igjen ikke ønsker graving på eiendommen eller ønsker fleksibiliteten f.eks. mobilt bredbånd gir med å kunne bruke bredbåndet flere steder.

Svarene understreker viktigheten av å opprettholde teknologinøytralitet og legge til rette for at ulike teknologier kan konkurrere om å tilby bredbåndsløsninger til befolkningen. Direkte markedsføring av tilbyderne begrenser informasjonsgapet, men for å bedre forbrukermakten bør denne suppleres med økt informasjon om tilgjengelighet og prisinformasjon for fiber (og bredbånd generelt).

Innholdsliste

1 Innledning.....	4
2 Tilgang og tilgjengelighet.....	5
3 Bruk og behov	8
4 Kunnskap om tilkoblingsmuligheter.....	10
5 Preiseffekter for valg av internettløsning.....	12
6 Diskusjon	15
7 Hva skal til for å få koblet opp flere husstander til eksisterende fibernett?.....	17
Vedlegg A - Metode og feilkilder	20

Figurliste

Figur 1 Hva slags internettforbindelse har husstanden i dag? (kilde: Ipsos)	6
Figur 2 Hvor mange timer per døgn benytter dere internett aktivt? (kilde: Ipsos)	8
Figur 3 Hva brukes internettforbindelsen til? (kilde: Ipsos).....	9
Figur 4 Påstander om at det er enkelt å orientere seg i markedet (kilde: Ipsos).....	11
Figur 5 Påstander om vurderinger av bytte av leverandør (kilde: Ipsos)	11
Figur 6 Hvor fornøyd er du med internettleverandøren (kilde: Ipsos)	12
Figur 7 Vet du hvor mye det koster å bli tilkoblet fiber (kilde: Ipsos).....	14
Figur 8 Geografisk fordeling av svarene (kilde: Ipsos).....	20
Figur 9 Fordeling av utvalg på demografi og bakgrunnsvariabler (kilde: Ipsos)	21

1 Innledning

Nkom skal legge til rette for et likeverdig og sikkert tilbud av ekomtjenester over hele landet. Tilbudet skal være robust, med tilstrekkelig kapasitet og funksjonalitet, fremtidsrettet, av høy kvalitet og til rimelige priser.

Det er store endringer i ekommarkedet. Over flere år er det gamle kobbernettet blitt erstattet av en omfattende utrulling av fiberbaserte bredbåndsnett, men også fast trådløst bredbånd levert over mobilnettene. Satellittbasert¹ bredbånd er foreløpig siste tilskudd på stammen av teknologier som kan gi internetttilkobling i vanskelig tilgjengelige områder for kommersiell utbygging av fastnett, og med nedlastingshastigheter som ikke var mulig for bare få år siden. Dette er igjen med på å endre forbrukerbehov og -mønstre. I ny nasjonal digitaliseringsstrategi fremkommer det at regjeringens mål er at husstander og virksomheter i Norge skal ha tilbud om bredbånd med en nedlastingshastighet på minst 1 Gbit/s innen 2030.² Regjeringens målsetting er teknologinøytral, men med dagens teknologi forutsetter høyhastighets bredbånd med minst 1 Gbit/s nedlastingshastighet fiberbredbånd eller kabel-tv³. Den aktuelle forbrukerundersøkelsen er avgrenset til fiberbredbånd, siden dette er den foretrukne teknologien ved nyutbygging, og det forekommer nesten ikke nyutbygging med kabel-tv.

Dekningsundersøkelsen for 2023 viste at fiberdekningen nasjonalt var på 87,2 prosent, mens det bare var 71,9 prosent som hadde valgt å tilkoble husstanden fysisk til de etablerte fibernetten. Tidligere undersøkelse⁴ indikerte at selv om differansen mellom tilkoblede husstander og husstander med dekning for fiber er høy, så benytter langt de fleste av disse husstanden seg av annen teknologi, som bl.a. fast trådløst bredbånd. Den samme undersøkelsen viser også at det er store forskjeller mellom tettbygde og spredtbygde områder, og at:

- «Aleneboende og par uten barn» har generelt en lavere tilkoblingsgrad, men samtidig en lavere tilkoblingsgrad med økende alder av husholdningen
- At tilkoblingsgrad av fiber kan ha en sammenheng med inntekt (og utdanningsnivå)

For å gå mer i dybden av disse funnene, har Nkom i samarbeid med Ipsos gjennomført en forbrukerundersøkelse blant husstander som har dekning for fiberbredbånd, men som ikke er tilkopleet fiberbredbånd. Problemstillingen for undersøkelsen har vært:

—

¹ Spesielt Low Earth Orbit satellitter (i motsetning til geo-stasjonære satellitter)

² I «Fremtidens digitale Norge – Nasjonal digitaliseringsstrategi 2024-2030, Digitaliserings- og forvaltningsdepartementet (09/2024)

³ Vi har i det etterfølgende valgt å avgrense prosjektet til fiberbredbånd, for selv om det fremdeles er mange aksesser som er basert på kabel-tv, så skiftes disse aksessene i økende grad med fiber. Det er også fiber som er den foretrukne teknologien ved nyutbygging, og det forekommer nesten ikke nyutbygging med kabel-tv.

⁴ NKOM-SA (7 februar 2025)

Hvorfor avstår så mange husstander å benytte seg av mulighetene for tilkobling av fiberbredbånd?

I dette søkes det også en bedre innsikt i hvilke hindringer det er for å benytte seg av mulighetene for tilkobling. Det var i alt 806 husstander som deltok i undersøkelsen. Underveis viste det seg at i underkant av en tredjedel av disse likevel hadde fiberbredbånd. Dette innebærer at det var 547 husstander som besvarte spørsmålene knyttet til hvorfor man har valgt bort fiberen til fordel for andre bredbåndsteknologier. I og med at 32 prosent av husstandene er tilkoblet fiberbredbånd, gir undersøkelsen også et innblikk i både bruk av og viktige faktorer ved valgt av internettleverandører. Dette er årsaken til at eksempelvis både figur 1 og 2 vises svar fra en andel husstander med fiberbredbånd.

Denne artikkelen gir en kortfattet gjennomgang av svarene fra undersøkelsen. Artikkelen er strukturert på samme måte som spørreundersøkelsen, – etter teamtikker som menes å ha en innvirkning på om husholdningene velger å tilkoble seg:

1. Tilgang og tilgjengelighet
2. Bruk og behov
3. Kunnskap og tilkoblingsmuligheter
4. Preiseffekter

Beskrivelsen etterfølges av en diskusjon av betydningen av svarene, og avsluttes med forslag til tiltak for å «få koblet opp Homes Passed». Metoden for undersøkelsen er lagt i vedlegg A.

2 Tilgang og tilgjengelighet

Nkom gjennomfører årlig dekningsundersøkelser for å se utviklingen for ulike bredbåndsnett og bredbåndsteknologier i Norge. I disse undersøkelsene omtaler Nkom husstander som er innenfor dekningsområdet til et fibernetts *uten* at de er koblet til nettet for «Homes Passed» (HP). Husstander som er koblet til fibernetts omtales som «Homes Connected» (HC).

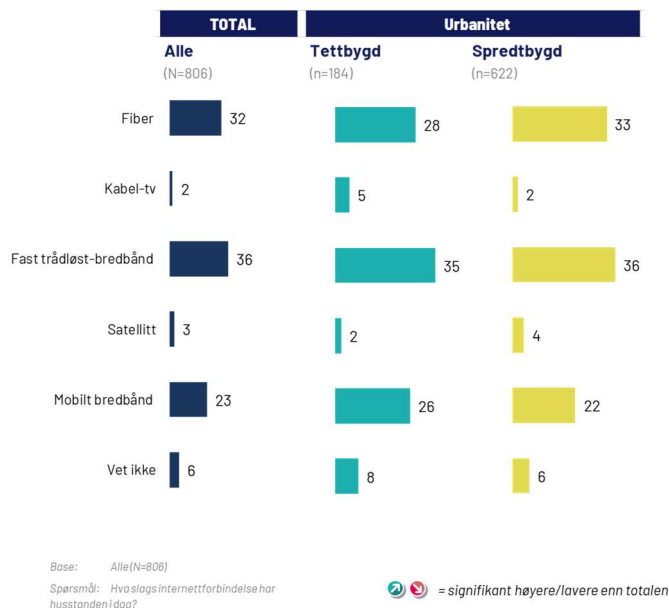
Homes Passed (HP) er en teoretisk størrelse som indikerer om husstanden har mulighet for å bli tilkoblet fiberbredbånd innen normal tid og kost. Nkom henter data på HP fra tilbyderne, men selv om tilbyderne hevder de kan levere fiberbredbånd på en bestemt adresse, er det ikke en garanti for at de faktisk kan eller vil levere.

Nkom samler også inn data om hvilke abonnementer som er på den enkelte adresse i Norge. For fiber danner abonnementsdataene grunnlaget for å fastsette om husstanden fysisk har en fiberkabel tilkoblet huset/leiligheten. Er husstanden først blitt registrert som tilkoblet så antas det at det ikke er endringer i denne statusen, selv om husstanden senere ikke har et aktivt bredbåndsabonnement.

For å få innsikt i hva slags teknologi husstandene bruker når de ikke er tilkoblet fiberbredbånd, er det blitt spurt: **Hva slags internettforbindelse har husstanden i dag?**

Av utvalget (806) er det om lag 62 prosent som svarer at de benytter trådløse løsninger som fast trådløst bredbånd (FTB), satellitt eller mobilt bredbånd⁵⁶. Seks prosent svarer at de ikke vet, mens 32 prosent svarer at de allerede har innlagt fiber⁷.

Av de som allerede har innlagt fiber svarer 63 prosent at de fikk fiberbredbånd for under tre år siden, mens de øvrige (37 prosent) svarte at de fikk fiberbredbånd for over tre år siden.



Figur 1 Hva slags internettforbindelse har husstanden i dag? (kilde: Ipsos)

Svarene viser ingen store forskjeller mellom tettbygde og spredtbygde områder, men viser at de som velger annen teknologi (som fast trådløst bredbånd, mobilt bredbånd) er ofte:

- aleneboende,
- middelaldrende og eldre (husholdninger der den yngste i husholdningen er over 56+ år), og
- lav inntekt (husholdninger som har en samlet inntekt på under 500 000 NOK).

Mens, husstander som velger fiber er ofte:

- familier med barn, og
- medium til høy inntekt (husholdninger som har en inntekt på over 1 mill. NOK).

På spørsmålet «**kan du nevne hvilke leverandører som kan levere fiber til husstanden din?**» (utvalg 806), kunne 75 prosent nevne én eller flere tilbydere som de mente kunne levere fiber til husstanden.

⁵ Det er i spørsmålene lagt spesiell vekt på abonnement på mobilt bredbånd og ikke mobilabonnement

⁶ Med FTB menes her dedikerte bredbånds-abonnement som leveres via mobilnettene og der husstanden gjerne får montert utvendig antenne for å sikre en stabil innendørs internettopplevelse. FTB-abonnement er i tillegg geografisk låst til den aktuelle husstanden. Mobilt bredbånd er bredbåndsabonnement som også leveres over mobilnettene, men i motsetning til FTB så er ikke dette utstyret låst til en geografisk plassering. Man kan f.eks. ta med seg det mobile bredbåndet til fritidsbolig eller båt når man ikke er hjemme.

⁷ Utgangspunktet for seleksjonen av utvalget at husstandene hadde fiberdekning, men ikke hadde fysisk tilkobling av fiber til husstanden. At likevel 32 prosent svarer at de har innlagt fiber kan skyldes feilkilder i materialet, se vedlegg A metode

25 prosent visste ikke. I Midt-Norge var det flest som kjente til hvilke tilbydere som kunne levere fiberbredbånd til husstanden med 84 prosent, mens det var færrest i Viken som kunne svare på dette spørsmålet (67 prosent). Det er også signifikant høyere andel av husstander med middelalderne og eldre (over 56+ år) som kunne svare på spørsmålet (82 prosent). Husstander med lavere inntekt (under 500 000 NOK) hadde en signifikant høy andel som *ikke* visste hvilke leverandører som kan levere fiber til husstanden (mellom 32-41 prosent). Langt de fleste som kunne svare på spørsmålet hadde blitt kontakten av en leverandør med tilbud om å bli tilkoblet fiber (86 prosent).

For de som svarte at de ikke hadde fibertilkobling (547 husstander) ble det spurt om det «**er mulig å få fiber til husstanden?**». 81 prosent av de som besvarte spørsmålet visste at de kan få fiber til husstanden, 11 prosent svarte at de ikke kan få, mens 8 prosent ikke vet. Innlandet skiller seg ut ved at det er en signifikant høyere andel som vet at de kan få fiber enn i øvrige regioner. For aleneboende viser svarene at det er en signifikant høyere andel som svarer at de «vet ikke».

De som svarte at det ikke er mulig å få fiber til husstanden (102 husstander), fikk et oppfølgingsspørsmål om de ville «[...] **valgt å koble dere til fiber om dere hadde hatt mulighet til det?**». 61 prosent svarte at det ønsket de, men så mange som 39 prosent svarte at det ikke var noe de ønsket.

På spørsmål om «**hvordan fikk dere tilgang til internettløsningen dere har i dag?**» (806 husstander), svarer 35 prosent av utvalget at de ble kontaktet av en tilbyder med tilbud om å bli tilkoblet, mens 29 prosent svarer at de selv kontaktet relevant tilbyder. 20 prosent svarte «annet», hvor et utvalg av svarene som ble gitt var:

- Hele nabolaget gravde
- Bygdeinitiativ for å få fiber til alle husstander
- Kommunen bestilte til alle
- Noen ildsjeler hadde underskriftskampanje, og kommunen kom med tilskudd
- Arbeidsgiver fikset det for meg/En bekjent av meg ordnet det/min avdøde mann ordnet det

Det er en signifikant høyere andel husstander som er blitt kontaktet av leverandør i Innlandet fylke, og i spredtbygde områder. I Viken og Nordland er det derimot en signifikant høyere andel husstander som selv har kontaktet tilbyder.

Utvalget (på 515, hvorav 287 uten fibertilkobling) ble spurt om «**hva er den viktigste faktoren for deg når du velger internettleverandør?**». 41 prosent svarer «stabilitet», mens 28 prosent peker på «pris». «Hastighet» er det 12 prosent som svarer, mens det bare er 6 prosent som svarer «kundeservice». Prisen var derimot den viktigste faktoren (48 prosent) for enslige med barn, mens stabilitet (65 prosent) var den viktigste faktoren for valg av tilbyder for flerfamilier.

3 Bruk og behov

Det er generelt lite kunnskap om hva sluttbrukerne bruker internettilkoblingene til, og hva som er de reelle behovene sluttbrukerne har for tilkobling. Dette kapittelet oppsummerer svarene fra undersøkelsen som relateres til bruk og behov. Svarene er uavhengig av hva slags type bredbåndsforbindelse de har (dvs. at svarene også inkluderer husstandene med fiberbredbånd).

En av påstandene som ble framsatt i undersøkelsen var «**Vi klarer oss ikke uten bredbånd**». 75 prosent var «*svært eller litt enige*» i denne påstanden, mens 18 prosent var «*litt uenig eller uenig*». Resterende svarte enten «*vet ikke*» eller «*verken eller*». Av svarene var det en signifikant høyere andel som svarte «*svært enig*» i husstander som har fiber. I tillegg er det en signifikant høyere andel som svarte «*svært enig*» der den yngste i husstanden er fra 7 til 20 år, men også husstander med eldre (over 56+ år) var det en høyere andel som svarte «*svært enig*». Andelen av «*svært enig*» var også signifikant høyere for inntektsgruppene over 1 mill. NOK, og par og familier med barn.

Ift. bruk er det videre blitt spurt om

«**Hvor mange timer per døgn**

benytter dere internett aktivt

(eksempelvis nettsøk, Gaming,

Netflix, lese nettaviser)?». De fleste

svarte at de brukte mellom 3 til 7

timer i døgnet (44 prosent). For

husstander som har fibertilkobling er det en signifikant høyere andel som

bruker internettet aktivt i 3-7 timer

(51 prosent) enn andre former for

teknologier (42 prosent). I tillegg er

det en signifikant lavere andel blant

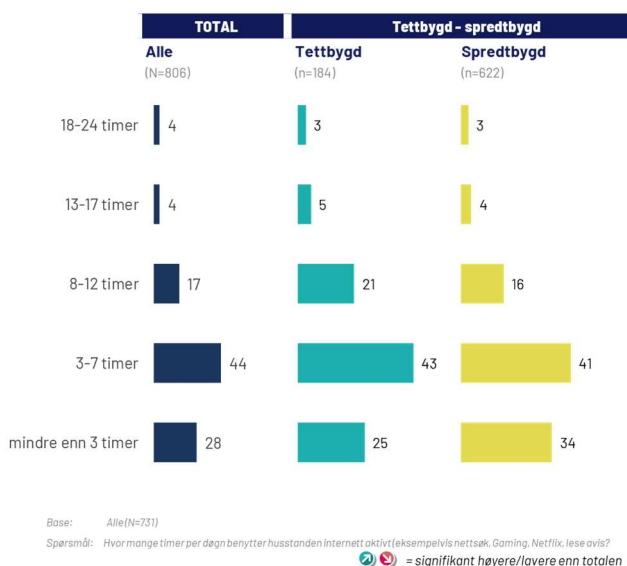
husstander som har fibertilkobling

som bruker internettet aktivt mindre enn 3 timer (20 prosent).

Generelt viser besvarelsene at:

- 28 prosent svarte at de bruker mindre enn 3 timer,
- 25 prosent svarte de bruker mer enn 8 timer i døgnet, og
- 2 prosent svarte at de ikke visste

Som en generalisering så er fordelingen av tidsbruken ift. aldersgruppene normalfordelt. Dvs. de yngste og eldste har de største gruppene som bruker 3-7 timer per dag, «*mellomgruppene*»



Figur 2 Hvor mange timer per døgn benytter dere internett aktivt? (kilde: Ipsos)

aldersgruppene 7-12 år og 21-35 år benytter internett 13-17 timer per døgn, mens aldersgruppen mellom 21-35 bruker med 8-24 timer per døgn.

Tidsbruken synes også å øke med utdannelsesnivået, hvor husstander som har opp til videregående skole benytter internett mindre enn 3 timer per døgn, mens husstander som har høyskole/universitet høy grad benytter internett 13-17 timer pr døgn.

Bruken i antall timer per døgn øker også med antall personer i husholdningen hvor f.eks. aleneboende bruker internett mindre enn 3 timer per døgn, mens flerfamilier bruker internett 18-24 timer per døgn.

På spørsmålet «***hva brukes internettforbindelsen til?***»

hadde respondentene muligheter for flere svaralternativer.

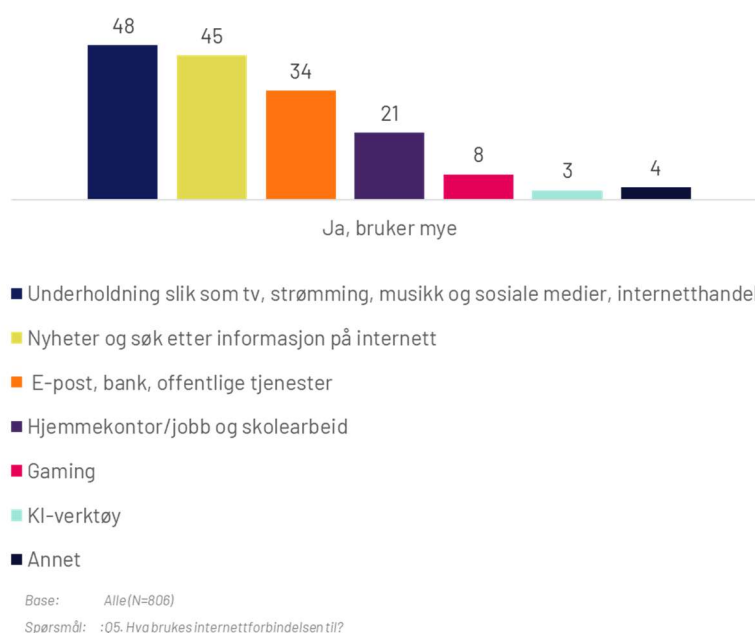
Figur 3 viser hvor mange som har svart «ja, bruker mye» i forhold til det enkelte svaralternativ. F.eks. er det 48 prosent av utvalget (på 806) som har svart at de bruker mye «underholdning, slik som tv, strømming, musikk, sosiale medier og internetthandel». 38

prosent har svart at de bruker dette noe, mens 13 prosent har

svart at de ikke bruker internettforbindelsen til underholdning. Det er en signifikant høyere andel av som bruker internett «mye» i husholdninger der den yngste i husholdningen er under 35 (68 til 80 prosent). Den samme aldersgruppen har også en signifikant lavere andel som svarer at «nei, bruker ikke» (under 2 prosent). Det er også noen signifikante forskjeller mellom husholdningstyper, hvor 99 prosent av familier med barn svarer at de bruker det «mye» eller «noe», mens den samme prosentsatsen for aleneboende er 73 prosent.

45 prosent svarer at de bruker internett mye til «nyheter og søk etter informasjon». Inkluderes de som svarte «noe» så er det ytterligere 50 prosent som bruker internett til dette, mens 5 prosent bruker ikke internett til nyheter eller søk etter informasjon.

«E-post, bank og offentlige tjenester» er det 96 prosent av utvalget (på 806) som bruker «noe» eller «mye», mens det bare er 4 prosent som ikke bruker dette (eller «vet ikke»).



Figur 3 Hva brukes internettforbindelsen til? (kilde: Ipsos)

54 prosent sier de bruker «noe» eller «mye» «Hjemmekontor/jobb og skolearbeid», mens 44 prosent svarer at de ikke bruker internettforbindelsen til det. Det er noen signifikante forskjeller mellom tettbygde og spredtbygde områder. 46 prosent i tettbygde områder til forskjell fra 57 prosent i spredtbygde områder svarer at de bruker internettforbindelsen «noe» eller «mye» til «Hjemmekontor/jobb og skolearbeid». Omvendt er det 51 prosent i tettbygde områder og 42 prosent i spredtbygde områder som svarer at de ikke bruker internettforbindelsen til «Hjemmekontor/jobb og skolearbeid». Det er også signifikant høyere svarprosent for «noe» eller «mye» i aldersgruppene mellom 6-20 år (over 92 prosent).

Gaming og kunstig intelligens (KI) er det generelt få som svarer at de bruker; 72 prosent svarer at de ikke bruker det. Dette svaret er dog mer representativt for de over 56+ år, mens f.eks. om lag 68 prosent av husstander der den yngste i husholdningen er mellom 7-20 svarer at de bruker gaming «noe» eller «mye». For KI svarer om lag 47 prosent i den samme aldersgruppen at de bruker det «noe» eller «mye».

Det er enkelte signifikante forskjeller mellom husstander med og uten fibertilkobling. Fibertilkoblede husstander har en signifikant lavere andel av husstander som svarer at de ikke bruker: underholdning (5 prosent for fiber, 16 prosent for annen teknologi), hjemmekontor (34 prosent for fiber, 47 prosent for annen teknologi) og gaming (65 prosent for fiber, 74 prosent for annen teknologi).

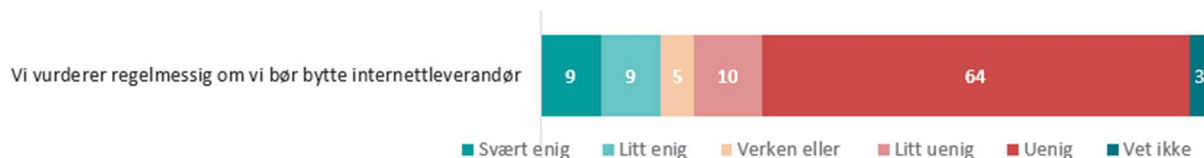
4 Kunnskap om tilkoblingsmuligheter

Et av spørsmålene adresserte hva sluttbrukerne har av hastighet, mer spesifikt «**hvilken hastighet har primærtilkoblingen?**». 62 prosent av utvalget visste ikke svaret på dette spørsmålet. Ellers var svarene fordelt på hastigheter under 100 Mbit/s til 1000 Mbit/s og over. Av utvalget som svarte «vet ikke» var andelen signifikant høyere for inntektsgruppene med en inntekt under 800 000 NOK, og signifikant lavere for inntektsgruppene over 800 000 NOK. Den var også signifikant høyere for de husstandene som svarte at de ikke hadde «*blitt kontaktet av tilbyder med tilbud [...]*», men som hadde «*valgte en løsning vi kjente fra tidligere*» (81 prosent). Demografisk var svarene konsistente på tvers at regioner og landsdeler.

Som det framgår av Figur 4, så svarer likevel de fleste av de spurte at det er enkelt å orientere seg om mulighetene i markedet. 63 prosent er svært eller litt enig i denne påstanden.



Figur 4 Påstander om at det er enkelt å orientere seg i markedet (kilde: Ipsos)



Figur 5 Påstander om vurderinger av bytte av leverandør (kilde: Ipsos)

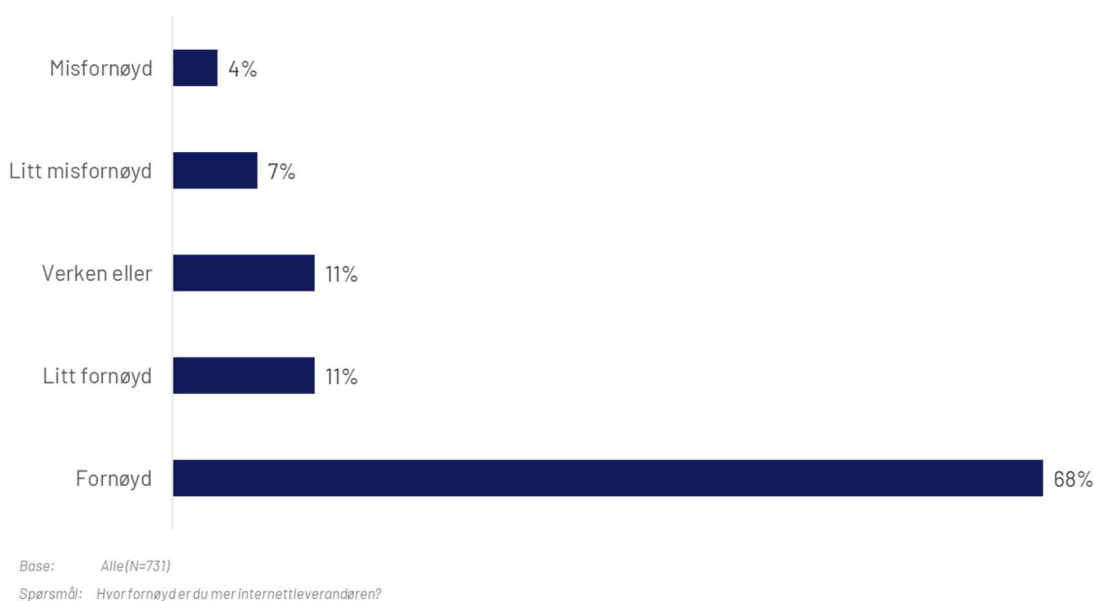
Figur 5 viser at det er svært få som vurderer om de bør bytte internettleverandør. Kun 18 prosent svarer at de er svært eller litt enig i påstanden om at husstanden regelmessig vurderer å bytte leverandør, mens nærmere 75 prosent er litt uenig eller helt uenig i påstanden.

I undersøkelsen så har vi spurt «**hvor ofte søker dere etter informasjon om...**» av de som ikke er tilkoblet i dag:

1. «**muligheten for å tilknytte dere fiber**», hvor 89 prosent (utvalg 208) svarer at de sjelden eller aldri søker denne informasjonen, mens bare 6 prosent svarer de søker informasjonen flere ganger i året
2. «**kostnadene forbundet med å anskaffe fiber**», hvor 86 prosent (utvalg 495) svarer at de sjelden eller aldri søker denne informasjonen, mens bare 5 prosent svarer de søker informasjonen flere ganger i året
3. «**alternative teknologier for internettforbindelsen**», hvor 87 prosent (utvalg 208) svarer at de sjelden eller aldri søker denne informasjonen, mens bare 6 prosent svarer de søker informasjonen flere ganger i året
4. «**sammenlikning av priser**», hvor 83 prosent (utvalg 495) svarer at de sjelden eller aldri søker denne informasjonen, mens bare 7 prosent svarer de søker informasjonen flere ganger i året
5. «**få raskere hastighet til min adresse**», hvor 83 prosent (utvalg 495) svarer at de sjelden eller aldri søker denne informasjonen, mens bare 5 prosent svarer de søker informasjonen flere ganger i året. Sammenlignet med de som har fiber svarte bare 2 prosent at de søkte flere ganger i året om mulighetene for å få større hastighet

Det er generelt små forskjeller i svarene ift. demografi, men familier med barn har generelt en noe lavere svarprosent for «sjelden eller aldri», mens aleneboende har en høyere andel.

Ovenstående spørsmål og påstander kan også ha en sammenheng til hvor fornøyd den enkelte husstand er med internettleverandøren. Som Figur 6 viser så er nærmere 80 prosent «fornøyd eller litt fornøyd», mens om lag 11 prosent er «litt misfornøyd eller misfornøyd». Det er en signifikant høyere andel misfornøyd av de som har alternativ teknologi (ikke fiber), de som bruker internettforbindelsen mye, og hvor de yngste i husholdningen er 21-35 år.



Figur 6 Hvor fornøyd er du med internettleverandøren (kilde: Ipsos)

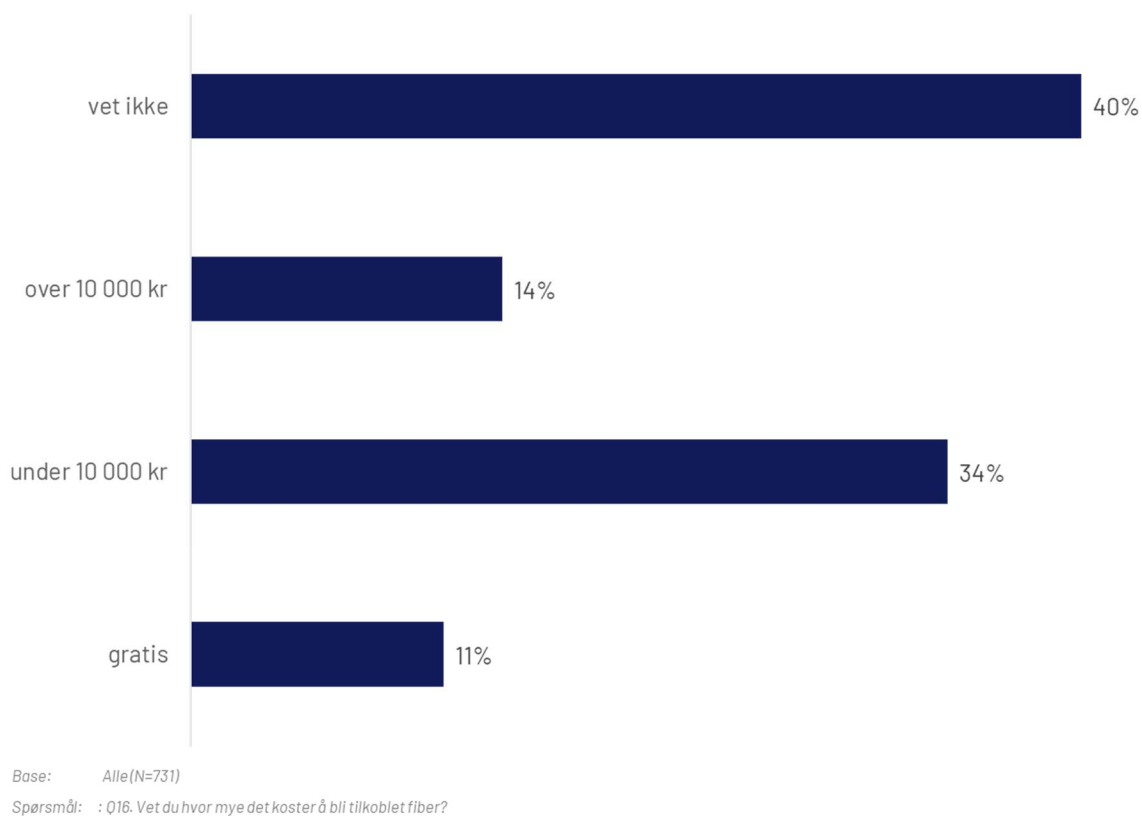
5 Preiseffekter for valg av internettløsning

I undersøkelsen så har vi spurt om at utvalget tar stilling til en rekke påstander som omhandler pris og kostander på internettforbindelsen:

1. «Bredbånd er dyrt, men vi må ha det». 62 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 25 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 4 prosent «vet ikke».
2. «Vi har en veldig god pris på vårt bredbåndsabonnement». 40 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 26 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 34 prosent «vet ikke» eller har svart «verken eller».
3. «Internettabonnementet vårt var en fast pakke som ble tilbudt». 68 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 19 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 10 prosent «vet ikke».

4. «Vi aksepterte en bindingstid på 12 måneder for å få et billigere abonnement». 43 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 40 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 14 prosent «vet ikke».
 5. «Vi har redusert antall strømmetjenester for å senke månedskostnaden». 23 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 62 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 9 prosent «vet ikke».
 6. «Vi har redusert hastigheten på bredbåndsabonnementet vårt for å få en billigere månedskostnad». 11 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 77 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 7 prosent «vet ikke».
 7. «Vi har kuttet ut tv-kanaler for å få en billigere månedskostnad». 26 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 62 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 7 prosent «vet ikke».
 8. «Jeg har ikke råd til å knytte oss til bredbånd» (utvalg på 291) . 13 prosent er «svært eller litt enig» i denne påstanden. Mens 77 prosent svarer «litt uenig eller uenig». 8 prosent «vet ikke».
- Det er generelt ikke noen demografiske forskjeller for dem som svarer er «svært eller litt enig», men det er en signifikant større andel av aleneboende, enslige med barn og husstander der den yngste i husholdningen er mellom 7 og 20 år, som gir dette svaret.

Det er videre spurt om «**vet du hvor mye det koster å bli tilkoblet fiber?**». Som det framgår av Figur 7 så har den største andelen svart at de «vet ikke» (40 prosent). Øvrige 60 prosent har en formening om prisen på tilkobling av fiber. Det er noe få geografiske forskjeller hvor det f.eks. er en signifikant høyere andel som svarer «over 10 000 kr» i Innlandet. Innlandet har også en signifikant lavere andel som svarer «vet ikke» (30 prosent).



Figur 7 Vet du hvor mye det koster å bli tilkoblet fiber (kilde: Ipsos)

Som en avslutning på undersøkelsen så har vi spurt om tre sammenhengende spørsmål om kostnader ved tilkobling:

- **«Ville dere valgt å knytte dere til fiber dersom prisen på tilkobling var under 10 000,- (i tillegg til månedskostnaden)?».** Av utvalget (på 547) svarte 32 prosent at de ville valgt å koble seg til. 55 prosent ville ikke ha gjort det, og 13 prosent svarte «vet ikke». Det er en signifikant høyere andel som har svart at de ville valgt å koble seg til i spredtbygde områder, husstander der den yngste er under 35 år, som har inntekter på over 800 000 kr, og familier med barn.
 - De som svart «nei» (utvalg 299) på forrige spørsmål fikk følgende spørsmål **«Ville dere valgt å knytte dere til fiber dersom prisen på tilkobling var rundt 10 000,- (i tillegg til månedskostnaden), men at dere fikk refundert 5 000,- kroner fra det offentlige?».** Her svarte 20 prosent at de ville valgt å koble seg til. 73 prosent ville ikke ha gjort det, og 7 prosent svarte «vet ikke». Det var generelt små demografiske forskjeller i svarene, men husstander med over 1 mill. kr i inntekt, og familier med barn hadde en signifikant høyere andel som svarte «ja».
 - De som svart «nei» (utvalg 218) på forrige spørsmål fikk følgende spørsmål **«Ville husstanden valgt fiber dersom tilkopling var gratis?».** Her svarte 43

prosent at de ville valgt å koble seg til. 45 prosent ville ikke ha gjort det, og 12 prosent svarte «vet ikke». Det var generelt små demografiske forskjeller i svarene.

- De som svart «nei» (utvalg 98) på forrige spørsmål fikk følgende spørsmål «**Hvorfor ikke?**». Her svarte 42 prosent at de var fornøyd med det de hadde, 17 prosent svarte at de ikke hadde behov, 6 prosent mente det var for dyrt, og 35 prosent svarte «annet». Mange av «annet» svarene ble relatert til at de ikke ønsket graving på eiendommen, eller ikke kan grave pga. at det ville involvere annenmanns eiendom eller pga. vernet eiendom. Andre ønsker fleksibiliteten av trådløst og det å slippe flere abonnementer for hjem, hytte eller på reise, eller det å kunne velge mellom tilbydere. Enkelte svarer også at de ikke eier huset, er i ferd med å selge eller flytte. reiser mye av året.

6 Diskusjon

Undersøkelsen viser at det er en generell høy bevissthet om fiberleverandører (75 prosent av respondentene kunne nevne en eller flere fiberleverandører) og muligheten for å få tilkoblet husstanden fiber (81 prosent). Denne bevisstheten synes å ha en sammenheng med tilbydernes aktive og direkte markedsføring. At 25 prosent av utvalget *ikke* kunne nevne noen leverandører og 8 prosent ikke vet om de kan få tilkoblet fiber, kan derfor tyde på manglende markedsføring i visse områder og/eller et informasjonsgap⁸.

Direkte markedsføring fra tilbydere og aktiv etterspørsel fra husstander er metodene som hyppigst oppgis som bakgrunn for å skaffe husstanden internettløsninger. Undersøkelsen tyder imidlertid også på at fellesskapsbaserte initiativer spiller en viktig rolle. (Tidligere) Viken fylke er f.eks. et område hvor store deler har tilgang til flere tilbydere, men samtidig at det er 33 prosent av de spurte som *ikke* kan gi eksempler på fiberleverandører til deres husstand. Dette kan indikere behov for økt markedsføring og/eller økt fokus og tilgjengelighet av informasjon om fiberdekning som inkluderer tilgjengelige tilbydere. Selv om regionale forskjeller og husstandstyper påvirker bevisstheten og interessen for fibertjenester, er det viktig å adressere informasjonsgapet og vurdere tiltak for å øke tilgjengeligheten, spesielt i områder med lav dekning.

⁸ I undersøkelse viser svarene at det spesielt er Innlandet og Midt-Norge hvor det er flest husstander som svarer at de har hatt besøk av tilbyder (hhv 40 og 39 prosent), mens Viken og Nord-Norge har de laveste tallene med hhv 30 og 31 prosent.

Tilgang til internett og bredbånd oppfattes som essensielt for de fleste husholdninger (75 prosent), og det er generelt et varierende bruksmønstre ift. alder, utdanning og husholdningsstørrelse.

Underholdning og praktiske tjenester er uansett de mest vanlige bruksområdene, mens spesifikke aktiviteter som gaming og KI er mer nisjepreget. Settes dette i sammenheng med at 62 prosent *ikke* hadde kjennskap til hvilken hastighet husstanden hadde, og at forbrukerne er mer opptatt av stabilitet (41 prosent) framfor hastighet (12 prosent), så gir det samlet en indikasjon på at hastighetene (og pakker) primært fremmes av tilbyderne og ikke av forbrukernes behov. Dette underbygges også av at 68 prosent svarte at de hadde fått et pakketilbud. Selv om direkte markedsføring gir en sideeffekt med økt informasjon til forbrukeren, så indikerer tallene også at tilbyderne får betydelig mersalg av denne salgsformen.

Det er en generell oppfatning om at bredbånd er dyrt, selv om bare:

- 28 prosent svarer at prisen har en betydning for valg av leverandør, og
- 40 prosent mener de har fått en god pris på bredbåndsabonnementet

Mange forbrukere har begrenset bevissthet/kunnskap om prisalternativer og tilkoblingskostnader, og økonomiske hensyn synes derfor spesielt å påvirke valg av tjenester blant de lavere inntektsgruppene og enslige med barn. «Dyrtiden» synes også å påvirke valget av bredbåndstjenester, og som et ledd i å redusere kostnadene svarer 23 prosent at de har redusert antall strømmetjenester, 11 prosent har redusert hastigheten på bredbåndsabonnementet, og 26 prosent har redusert antall tv-kanaler. 13 prosent svarer også at de ikke har råd til å tilknytte seg bredbånd.

Økonomiske hensyn spiller med andre ord en vesentlig rolle i hvordan forbrukerne tilpasser sine utgifter, og kostnadene utgjør fortsatt en barriere for noen. Spesielt bekymringsfullt er forskjellene mellom ulike demografiske grupper. For eksempel er det urovekkende at barn i husholdninger uten tilgang til høyhastighetsinternett risikerer å ha dårligere forutsetninger for å delta i digital læring og skolearbeid, noe som kan påvirke deres utdanningsresultater negativt. Videre viser undersøkelsen at eldre, og fremtidige eldre (56+), er overrepresentert blant dem som ikke har tilgang til høyhastighetsinternett. Dette kan gjøre det vanskeligere for dem å benytte seg av digitale helsetjenester som telemedisin og nettbaserte konsultasjoner, noe som igjen kan påvirke deres helse og velferd og legge ytterligere press på kommunenes allerede pressede ressurser.

34 prosent svarer at de ikke vet om de har fått en god pris på bredbåndet. Dette viser at mange forbrukere har begrenset kunnskap om prisalternativer og tilkoblingskostnader, hvilket igjen kan føre til at mange ikke alltid velger eller får de mest kostnadseffektive løsningene. Det indikerer også at forbrukermakten i forhandlingene med tilbyderne er begrenset. Ny ekomlov tar sikte på å styrke forbrukerrettighetene ved at det *«stilles krav til at abonnentenes avtalevilkår skal være lettere*

tilgjengelig og ikke inneholde diskriminerende vilkår»⁹ m.m. Direktivet som ny ekomlov bygger på inneholder også bestemmelser om å sikre prissammenligningstjenester. Regjeringen har foreløpig videreført kravet om at prissammenligning utelukkende skal gjelde for nummer-baserte tjenester. Bredbånd vil med andre ord ikke inkluderes i et lovpålagt krav for prissammenligningstjenester, og det er derfor rimelig å anta at forbrukerrettighetene ikke vil styrkes på dette punktet.

7 Hva skal til for å få koblet opp flere husstander til eksisterende fibernett?

Vi har i denne artikkelen gjennomgått svarene fra en undersøkelse som er gjennomført av Ipsos på oppdrag fra Nkom. Hensikten har vært å få perspektiver på, og kunnskap om, hvorfor det er så mange som har muligheter for å bli tilkoblet til fiberbredbånd, men som likevel ikke benytte seg av mulighetene. Utfra dette har det underliggende formålet vært å kunne få signaler om det er tiltak som kan iverksettes eller generelt hva som kan gjøres for å få koblet opp «Homes Passed».

Svarene viser generelt at selv om husstandene ikke er tilkoblet fiberbredbånd, så benytter de fleste husstandene likevel andre muligheter som f.eks. fast trådløst bredbånd, og andre mobile løsninger. Likevel viser denne undersøkelsen at over 12 prosent (av utvalget på 806) svarer at de ikke ønsker å koble seg til fiber, selv om etableringen og tilkoblingen er gratis. 42 prosent av disse (utvalg 98) svarer at de er fornøyde med det de har, hvilket understreker behovet for å opprettholde teknologinøytralitet som en del av strategien for bredbåndsutbygging. Ved å tillate ulike teknologier å konkurrere på like vilkår, kan man også sikre at den beste og mest kostnadseffektive løsningen velges der de er mest hensiktsmessige. Selv om det i dag kun er fiberbredbånd og kabel-TV som ivaretar Regjeringens mål om gigabyte til alle husstander, så er det rimelig å anta at 5G (og etter hvert 6G), satellittbredbånd, og fast trådløst bredbånd vil kunne tilby gigabyte innen 2030. Det er derfor viktig også framover å følge utviklingen i private bredbåndsabonnement fremover, for å se i hvilken grad FTB og andre «alternative» teknologier greier å bevare antall abonnement, avta eller også vokse i konkurranse med fiber.

Undersøkelsen viser varierende vilje til å koble seg til fiber, og at det spesielt er husstander med personer over 56+ som har den laveste viljen og ønske om å koble seg til. Dette indikerer at de yngste husholdningene (under 35), de som er nærmest født og oppvokst i den digitale verden, og har hatt dette som en del av sosialiseringen, opplæring og utdanning er med på å fremme det å få koblet opp Homes Passed, selv om det også er mange utfordringer med kompetanseutviklingen som f.eks. NOU

⁹ [Prop. 93 LS \(2023–2024\) - regjeringen.no](#)

2024:20¹⁰ påpeker. Digital inkludering av eldre har vært i søkelyset i mange år, og det er en rekke tiltak som er iverksatt i årenes løp. Dette inkluderer f.eks. tilgangen og tilgjengeligheten eldre har til finansielle tjenester¹¹, støtte til Seniornett¹², Bu heime-reforma¹³ og støtte til opplæring i kommunene¹⁴¹⁵. Dette er alle tiltak som ikke nødvendigvis øker andelen av tilkoblede på fiberbredbånd, men som i vel så stor grad er med til å tilby digital opplæring og opprettholde alternativer til de som ikke er og heller ikke vil bli digitale.

Teknologi rettet mot eldre handler derimot ikke utelukkende om individets behov, men i økende grad også om samfunnets behov. F.eks. så viser perspektivmeldingen¹⁶ at det ikke vil være tilstrekkelig med «varme hender» til å ivareta fremtidige pleietrengende. Velferdsteknologi vil derfor bli en forutsetning for å kunne gi kvalitet i de kommunale tjenestene, og hvor tilgangen til trygt, sikkert og robust internett er vesentlig. Samfunnets behov for utrulling av velferdsteknologi vil derfor på sikt kunne måtte overstyre individuelle ønsker og behov.

Behovet for informasjon og tilgjengeliggjøring av informasjon er i forrige avsnitt nevnt som et viktig initiativ til å øke forbrukermakten (herunder å redusere kostnadene for forbrukerne), men vil også kunne virke opplysende og øke bevisstheten om fordelene ved og behovene for å være tilkoblet. Opprettholdelse av initiativene rundt universell utforming og språklig tilgjengelighet er viktig i denne sammenheng. I tillegg kan det også vurderes målrettede tilbud til demografiske grupper som er tilbøyelige til å koble seg til. Dette kan f.eks. være å opprettholde og forsterke tilbudet med gratis tilgang på bibliotek og samfunnshus, men det kan også være nye former for tilbud og støtte f.eks. gjennom hjelpemiddelsentralene, husbanken (f.eks. som en del av bostøtte), NAV og andre offentlige virkemidler. Det kan også være en utvidelse av hva som regnes som skattefordel når det dekkes av arbeidsgiver m.m.

Denne undersøkelsen har hatt et forbrukerperspektiv, og utfra svarene fra undersøkelsen er det nærliggende å konkludere med at uansett hvilket (frivillig og myndighetsstyrt) tiltak som iverksettes, så vil det likevel ikke treffe alle. Kjernen er derfor kanskje i større grad å fortsette søkelyset på å legge til rette for at husholdningene har mulighet for tilkobling, snarere enn at alle skal være tilkoblet?

¹⁰ [NOU 2024: 20](#)

¹¹ [NOU 2024: 21](#)

¹² [Vil øke den digitale kompetansen hos eldre - regjeringen.no](#)

¹³ [Regjeringa foreslår fem millioner til digital inkludering av eldre - regjeringen.no](#)

¹⁴ [Åtte millioner kroner til digital opplæring i 17 kommunar - regjeringen.no](#)

¹⁵ [Fortsetter samarbeid om digital inkludering - KS](#)

¹⁶ [Meld. St. 31 \(2023–2024\)](#)

Undersøkelsen åpner også for nye problemstillinger. F.eks. så kan med fordel mange av de aktuelle spørsmål også rettes mot husstander i andre geografiske områder som ikke er dekket av denne undersøkelsen, eller områder som denne undersøkelsen viser har et informasjonsgap som følge av manglende markedsføring. Det vil også være hensiktsmessig å få bedre kunnskap om prissensitiviteten til forbrukerne, men også å gjennomføre en undersøkelse på mer oppdaterte dekningstall, gjerne med større utvalg av respondenter. Dette både for å få en bedre reliabilitet i svarene, men også for å kunne se om det er endringer fra denne undersøkelsen.

Denne undersøkelsen viser at det er utstrakt bruk av direkte markedsføring og salg fra tilbyderne, og herunder også en sterk indikasjon på at tilbyderne får mersalg av denne salgsformen. Undersøkelsen viser derimot ikke et tilbyderperspektiv, så er f.eks. mersalget med til å dekke tilbyderens kostnader ved utbygging, og er det nødvendig for å sikre investeringskostnadene og fortsatt utbygging? Vil mersalg f.eks. kunne medvirke til at flere husstander får muligheten til å tilkoble seg fiberbredbånd?

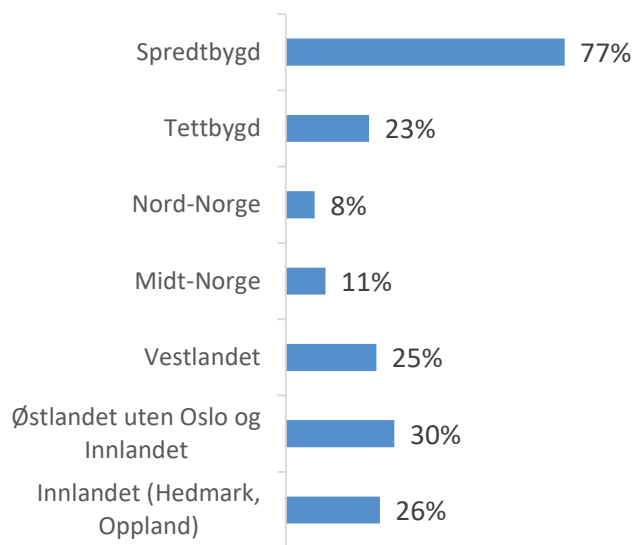
Vedlegg A - Metode og feilkilder

Utvalget for undersøkelsen har vært husstander med dekning (HP), men som er registrert uten tilkobling (HC). Pga. de økonomiske rammene har vi ikke søkt nasjonal representativitet, men avgrenset til en regional representativitet.

Dette betyr at utvalget er blitt avgrenset til fylker der forskjellen mellom graden av dekning og tilkobling er størst, og som i tillegg har en lav tilkobling. Det er i tillegg bedt om at spredtbygdeområder ble prioritert. Mer konkret har utvalget blitt begrenset til fylkene Innlandet, Viken, Nordland, og Trøndelag. I tillegg er også Vestland representert, men da som et grunnlag for sammenlikning og mulighet for å undersøke om det er spesifikke forhold som gjør seg gjeldende i fylker hvor differansen mellom dekning og tilkobling er minst. I tillegg har Nkom i oversendelsen av adresselister til Ipsos valgt å utelukke

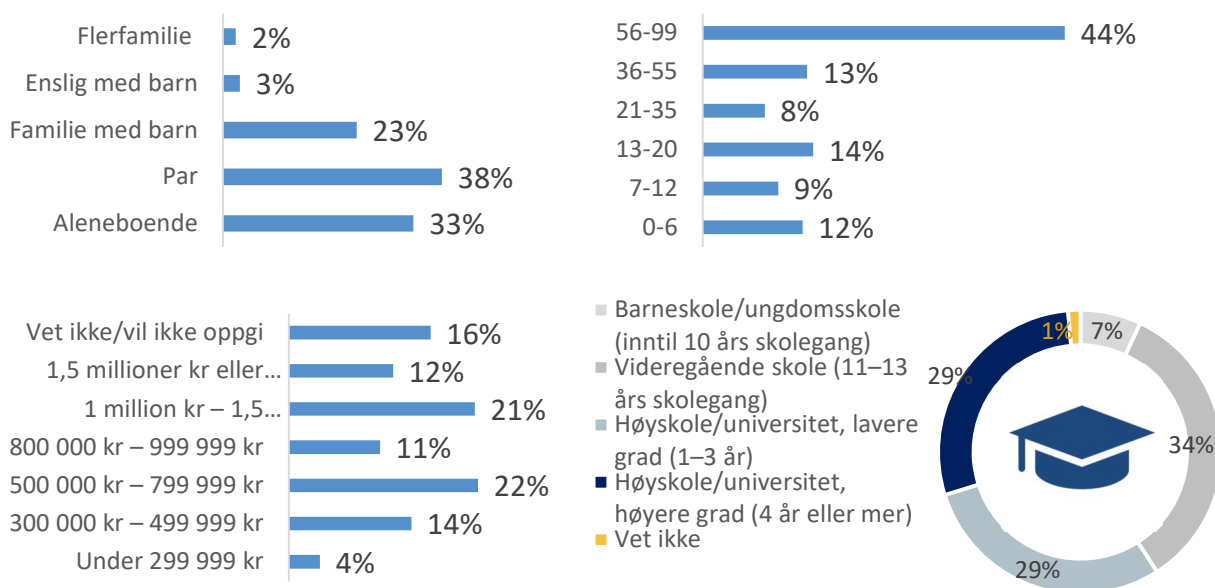
husstander som har kabel-tv. Av en liste på 150 000 husstander, ble det av Ipsos satt kontaktadresser til 30 684 personer. Mange av personene som ble oppringt oppga at de ikke oppfattet undersøkelsen relevant for dem. Dette var gjerne eldre personer, personer som leier bolig eller det ble oppgitt at boligen ble benyttet som fritidsbolig. For de som ønsket å delta, ble det totalt samlet inn 806 svar. Disse varene ble samlet inn ultimo september 2024, og på kveldstid hvor det spesifikt ble bedt om å få snakke med den i husstanden som hadde ansvaret for bredbånd. Figur 8 viser hvordan svarene fordeler seg geografisk.

Svarene er også fordelt på andre variabler, som husholdningstype, alder på den yngste i husholdningen, husholdningens samlede bruttoinntekt, og utdanningsnivået på den i husholdningen med høyest utdanning (jf Figur 9¹⁷).



Figur 8 Geografisk fordeling av svarene (kilde: Ipsos)

¹⁷ Svar fordelt på: husholdningstype (oppe til venstre), alder på den yngste i husholdningen (oppe til høyre), husholdningens samlede bruttoinntekt (nede til venstre), og utdanningsnivået på den i husholdningen med høyest utdanning (nede til høyre)



Figur 9 Fordeling av utvalg på demografi og bakgrunnsvariabler (kilde: Ipsos)

Undersøkelsen er beheftet med feilkilder. F.eks. så er utgangspunktet for seleksjonen av utvalget at husstandene hadde fiberdekning, men ikke hadde fysisk tilkobling av fiber til husstanden. Likevel svarer 32 prosent av utvalget at de har innlagt fiber. Dette kan skyldes at utvalget er basert på dekningsundersøkelsen 2023, som ble innsamlet medio 2023. Det kan med andre ord være en del av husstandene som har fått fiberbredbånd siden 2023. 36 prosent av dette utvalget sier de fikk fiberbredbånd for under ett år siden. 27 prosent svarer at de fikk fiberbredbånd mellom 1-3 år siden. Resterende 37 prosent svarer at de fikk fiberbredbånd for over tre år siden. Sistnevnte er vanskelig å forklare med «gamle» dekningsdata, men kan helt eller delvis skyldes andre feilkilder. F.eks. så kan det være feil i dekningsundersøkelsen, eller det kan være feil i svarene fra respondenten. Det er f.eks. 62 prosent av utvalget som ikke vet hastigheten på internettabonnementet de har. Det er derfor ikke unaturlig at det er husstander som heller ikke vet hvilken teknologi de abonnerer på, selv om de svarer at de har fiber. Selv om undersøkelsen er beheftet med feilkilder, herunder også andre feilkilder enn dem som er nevnt, så gir utvalgets størrelse likevel en sterk indikasjon i retning av det svarene antyder. Mange av svarene understøttes også av tilsvarende observasjoner fra tidligere undersøkelser¹⁸.

¹⁸ Som f.eks. NKOM-SA (7. februar 2025)