

## Rapport nr. 17

### 3 måneders-rapport fra Teleankenævnets Sekretariat vedr. stikprøveforetagelse af mobile indholdstjenester (1. marts – 30. juni 2011)

#### Baggrund

Parterne bag Rammeaftalen for mobile indholds- og betalingstjenester har forpligtet sig til at have en aftale med en selvstændig, uvildig enhed, som er uafhængig af operatørernes økonomiske interesser og daglige drift, om at foretage en stikprøvevis løbende kontrol af, om de tillægstakserede tjenester, der udbydes over operatørernes net, overholder gældende lovgivning samt Rammeaftalen, jf. rammeaftalens pkt. 4.

Teleankenævnets sekretariat (herefter TA) er på baggrund af udbudsmateriale valgt af operatørerne til at varetage dette arbejde som uvildig stikprøve-instans.

#### Omfang

Den uvildige enhed skal undersøge en repræsentativ andel af de udbudte tjenester beregnet ud fra antallet af fejl konstateret i den sidste 6 måneders periode med udgangspunkt i 125 stikprøver pr. kvartal. Stikprøverne skal fordeles med 1/3 af nye tjenester og 2/3 af eksisterende tjenester. Med nye tjenester forstås tjenester, der ikke hidtil har været undersøgt.

#### Metode

Der er blevet foretaget stikprøvekontrol af et bredt udbud af forskellige tjenester.

Tjenester defineres jf. [www.rammeaftalen.dk](http://www.rammeaftalen.dk) som en mobil indholdstjeneste, der

1. ”indeholder en specifik digital tjenestetype fx en ringetone, et billede, et spil, abonnement, en donation, en informationstjenestem afgivelse af en stemme i en afstemning mv.,
2. markedsføres via et specifikt medium fx dagblade, ugeblade, magasiner, Internettet, Outdoor reklamer, SMS mv.,
3. udbydes til en specifik pris,
4. udbydes af en specifik tjenesteudbyder,
5. leveres via en specifik teknisk platform fx WAP, MMS, SMS, Internet, Streaming
6. betales via telefonregning eller taletidskort”

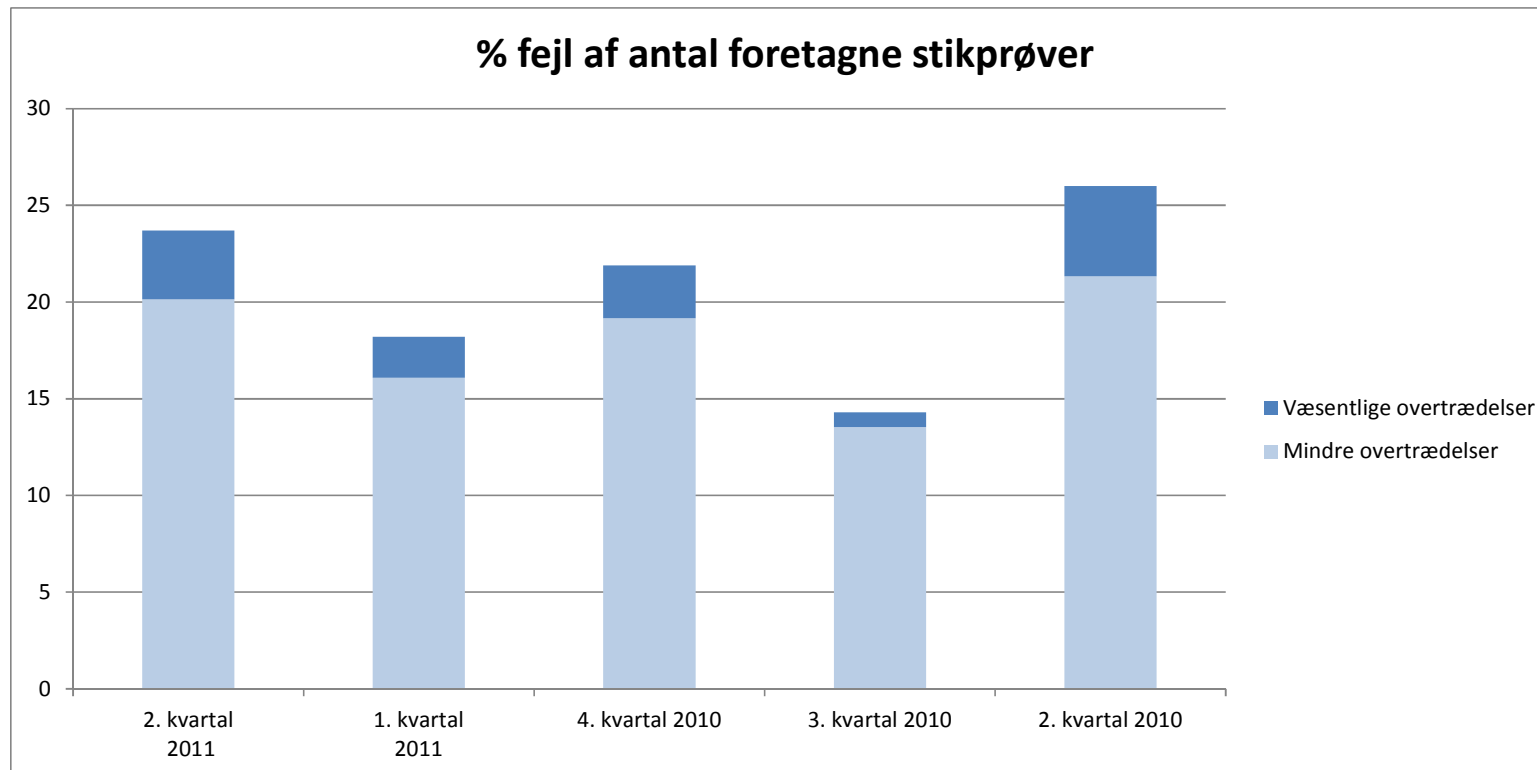
Et stikprøve-skema accepteret og udarbejdet af ovennævnte operatører er blevet benyttet til dokumentation for de foretagne stikprøver. Ved fundne overtrædelse retter TA straks henvendelse til operatørerne. Operatørerne kan så vha. log-in tilgå TAs stikprøve-skemaer for herefter at tage kontakt til indholdsudbyderne med anmodning om tilretning af den specifikke tjeneste samt alle lignende tjenester udbudt af samme tjenesteudbyder.

## Resultat

### Overordnet total:

Tidligere perioder

	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010	3. kvartal 2010	2. kvartal 2010	1. dec. 2009 - 31. marts 2010	1. sept. - 30. nov. 2009	1. juni - 31. aug. 2009	1. marts - 31. maj 2009	1. dec. 2008 - 28. feb. 2009
<b>Antal planlagte stikprøver hos TA</b>	<b>135</b>	121	128	119	127	137	139	123	142	123
<b>Antal fejlbehæftede planlagte tests</b>	<b>32</b>	22	28	17	33	24	31	49	53	28
<i>Mindre overtrædelser</i>	<i>34</i>	23	28	18	32					
<i>Væsentlige overtrædelser</i>	<i>6</i>	3	4	1	7					
<b>Antal gentests</b>	<b>8</b>	10	15	4	19	11	21	23	34	12
<b>Antal Ad hoc-tests</b>	<b>0</b>	0	1	1	0	0	1	0	0	1
<b>Fejlprocent</b>	<b>23,7%</b>	18,2%	21,9%	14,3%	26,0%	17,5%	22,3%	39,8%	37,3%	22,8%





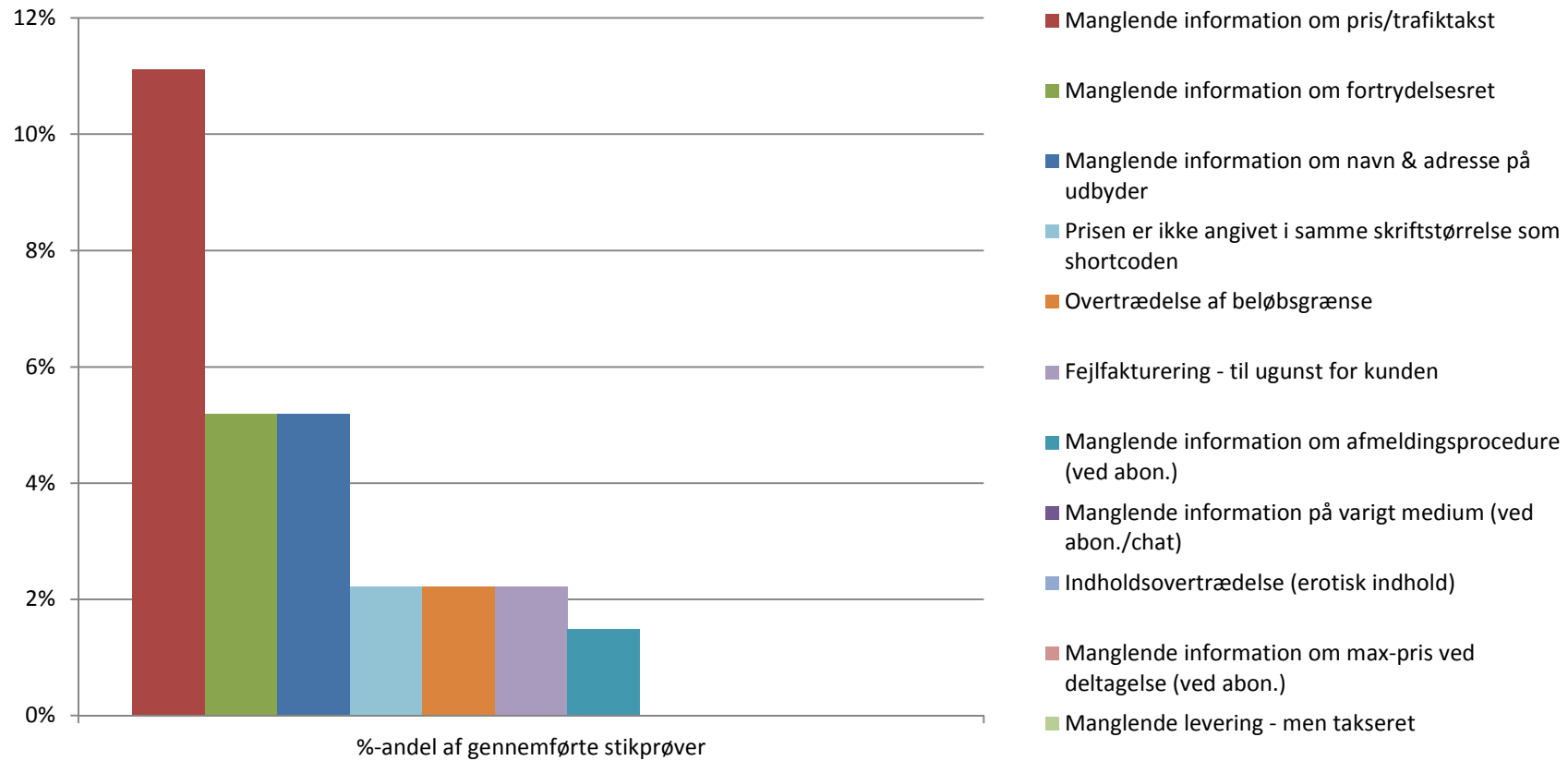
	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010	3. kvartal 2010	2. kvartal 2010	1. dec. 2009 - 31. marts 2010	1. sept. - 30. nov. 2009	1. juni - 31. aug. 2009	1. marts - 31. maj 2009	1. dec. 2008 - 28. feb. 2009
Antal kontraktparter	5	5	4	6	5	8	6	6	5	5
Antal undersøgte eksterne indholdsudbydere	89	74	81	90	88	82	90	92	84	73
Antal udbudte tjenester hos mobiloperatøren	1	2	4	0	2	2	2	0	5	6

Type af fundne overtrædelser	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010	3. kvartal 2010
<b>SAMLET<sup>1</sup></b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	7	3	0	0
Manglende information om pris/trafiktakst	15	9	9	12
Manglende information om fortrydelsesret <sup>2</sup>	7	5	11	4
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	3	6	8	2
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	2	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>28</b>	<b>18</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	3	3	4	0
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	3	0	0	1
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>26</b>	<b>32</b>	<b>19</b>

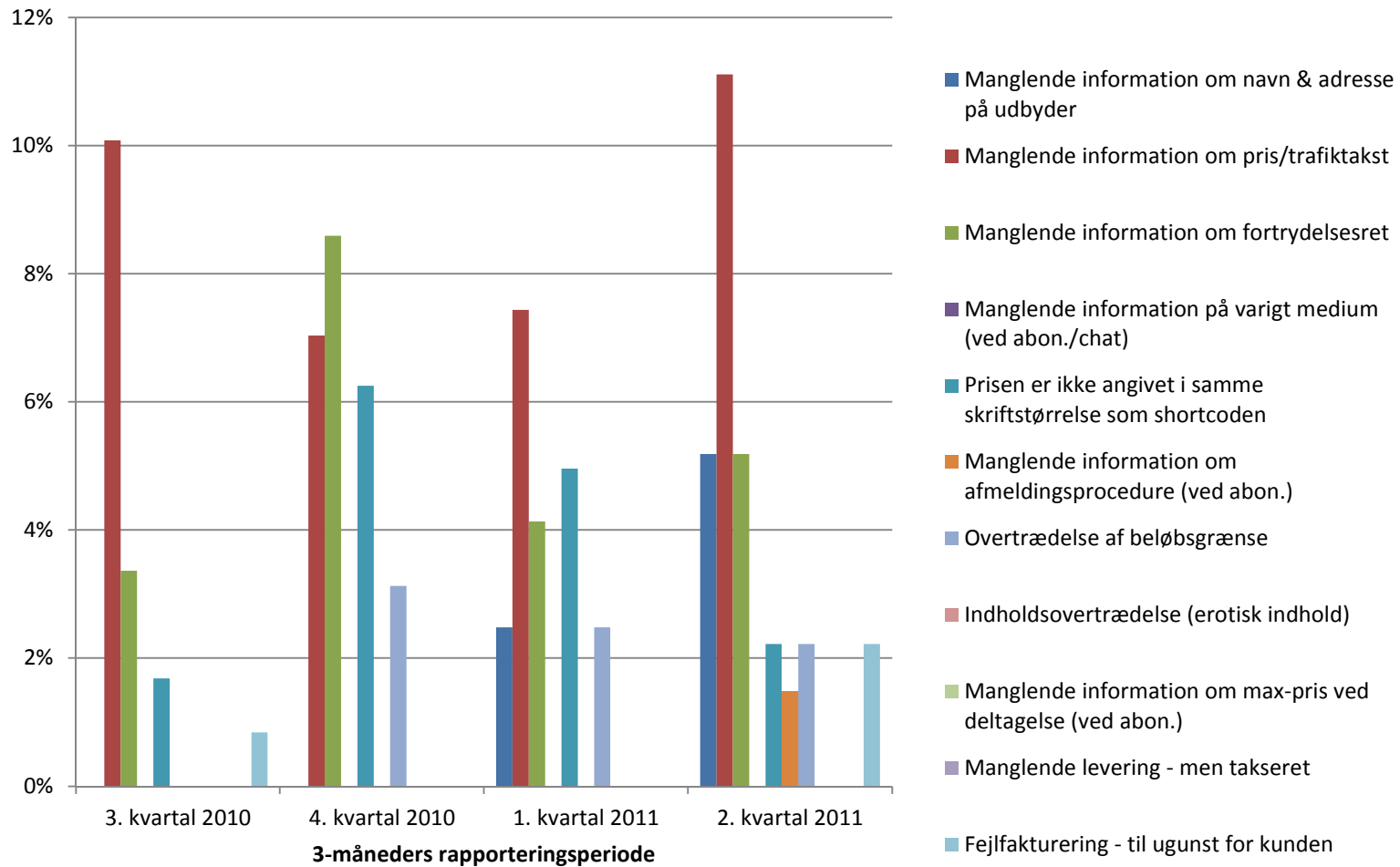
<sup>1</sup> Indeholder kun overtrædelser i planlagt tests (altså ikke gentests)

<sup>2</sup> Ingen overtrædelser vedr. fortrydelsesret omhandler ukorrekt eller mangelfuld information. Alle omhandler, at der ingen info er givet overhovedet

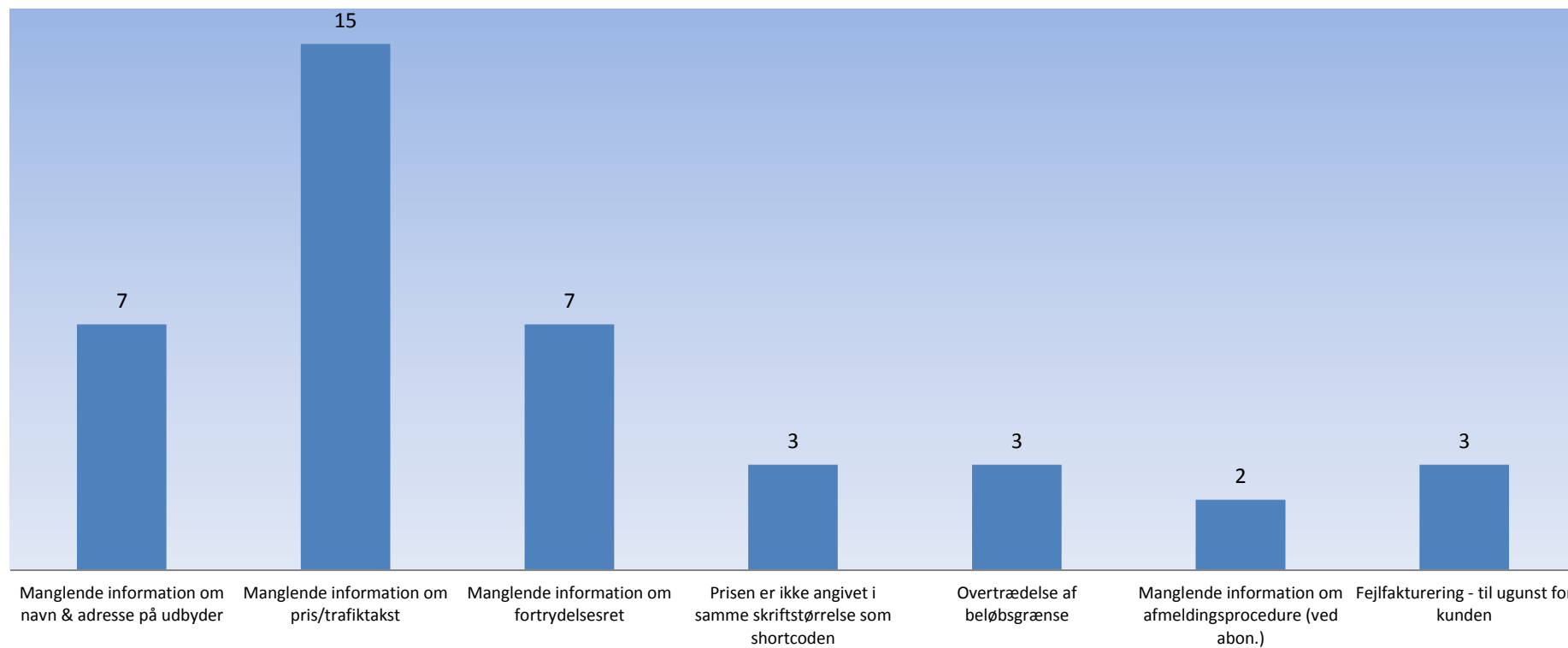
## Typer af overtrædelser for perioden 1. april - 30. juni 2011



## Antal fejl pr. fejltypen i % af gennemførte stikprøver

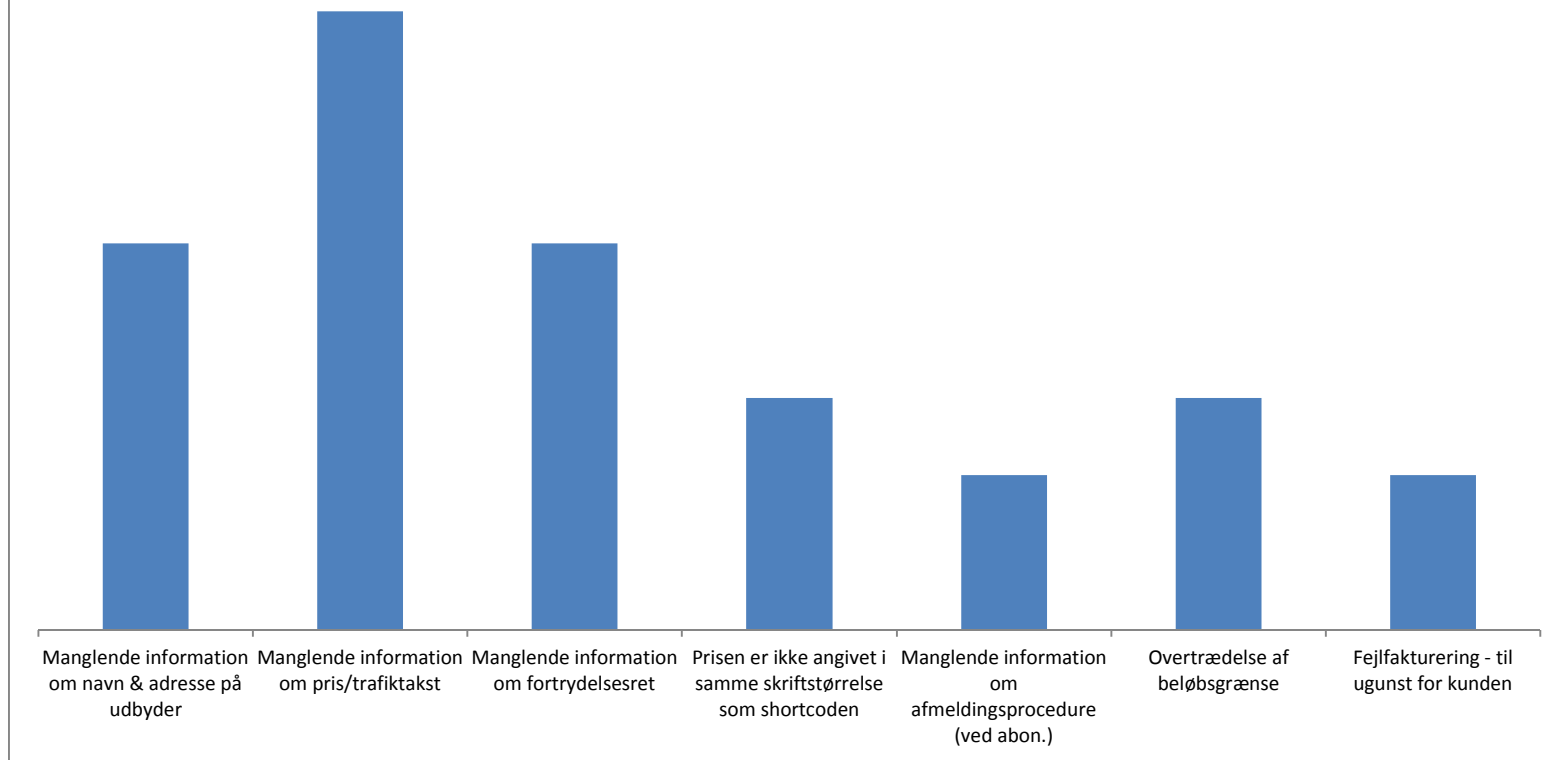


## Fordeling af overtrædelser



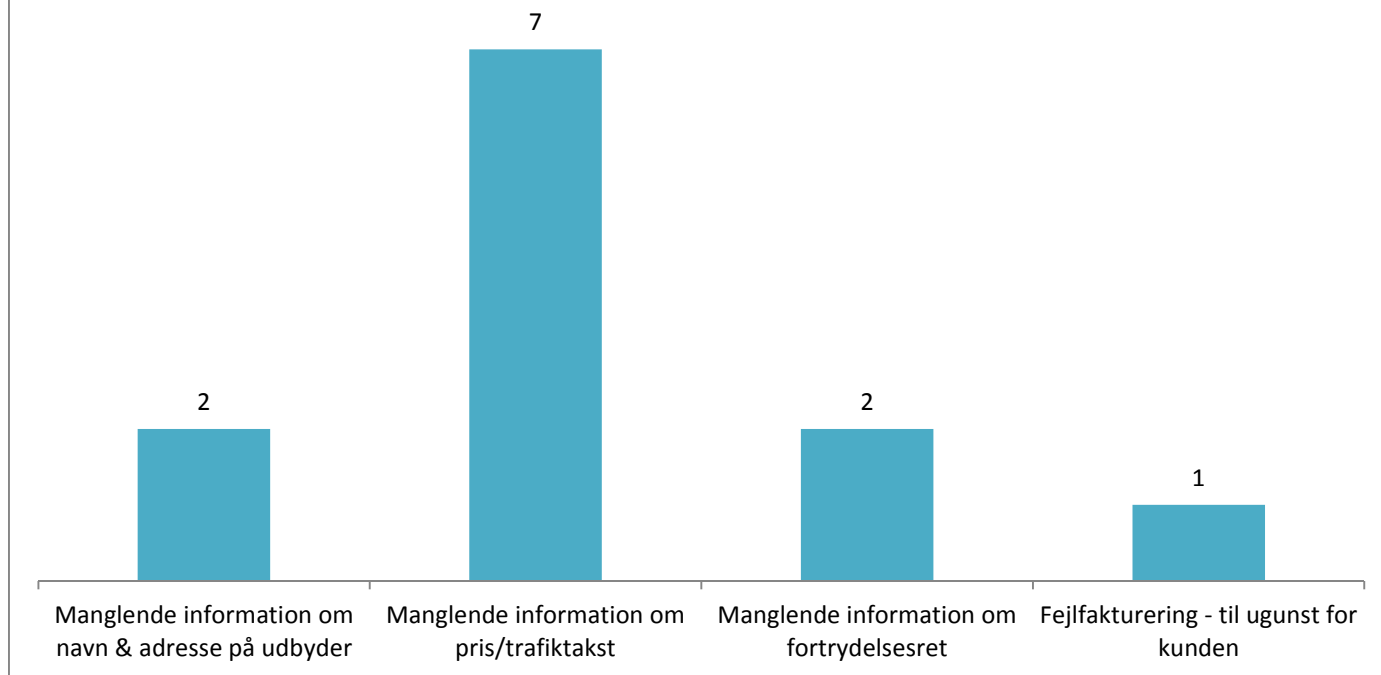
Type af fundne overtrædelser	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010	3. kvartal 2010
<b>TRYKTE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	5	3	0	0
Manglende information om pris/trafiktakst	8	5	7	5
Manglende information om fortrydelsesret	5	2	7	1
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	3	4	8	2
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	2	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>23</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>8</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	3	2	1	0
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	2	0	0	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>8</b>

## Overtrædelser i trykte medier



Type af fundne overtrædelser	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010	3. kvartal 2010
<b>DIGITALE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	2	0	0	0
Manglende information om pris/trafiktakst	7	3	2	6
Manglende information om fortrydelsesret	2	2	3	3
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	0	2	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	0	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	1	3	0
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	1	0	0	1
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>10</b>

## Overtrædelser i digitale medier



Type af fundne overtrædelser	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010	3. kvartal 2010
<b>FLYGTIGE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	0	0
Manglende information om pris/trafiktakst	0	1	0	1
Manglende information om fortrydelsesret	0	1	1	0
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	0	0	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	0	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	0	0	0
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	0	0	0	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Tjenestetype	2. kvartal 2011			1. kvartal 2011			4. kvartal 2010			3. kvartal 2010		
	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver
Donation/konkurrence	1	1	100,0%	1	0	0,0%				2	0	0,0%
Video	1	1	100,0%							2	0	0,0%
Abn.lign. Konkurrence	7	3	42,9%				1	0	0,0%			
Bestilling af vare	5	2	40,0%	2	1	50,0%				3	0	0,0%
Infotjeneste <sup>3</sup>	27	10	37,0%	29	7	24,1%	26	10	38,5%	39	10	25,6%
Billede	3	1	33,3%	2	0	0,0%				1	0	0,0%
Indmeldelse/tilmelding	3	1	33,3%				1	0	0,0%			
Køb af diverse <sup>4</sup>	4	1	25,0%	5	2	40,0%	4	1	25,0%	4	1	25,0%
SMS/MMS/debatindlæg	5	1	20,0%	2	1	50,0%	1	0	0,0%	4	1	25,0%
Konkurrence	55	10	18,2%	46	5	10,9%	71	10	14,1%	48	2	4,2%
Donation	12	1	8,3%	23	4	17,4%	20	4	20,0%	3	0	0,0%
Ringetone	6	0	0,0%	5	2	40,0%	2	1	50,0%	3	1	33,3%
Mobilspil	1	0	0,0%	2	0	0,0%				2	1	50,0%
Afstemning	2	0	0,0%	1	0	0,0%				1	0	0,0%
Abonnement	3	0	0,0%							6	1	16,7%
Wallpaper				1	0	0,0%						
Wap-link				1	0	0,0%						
Program				1	0	0,0%						
Køb af vare udenfor telefonen							2	2	100,0%			
Underskriftsindsamling										1	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>32</b>	<b>23,7%</b>	<b>121</b>	<b>22</b>	<b>18,2%</b>	<b>128</b>	<b>28</b>	<b>21,9%</b>	<b>119</b>	<b>17</b>	<b>14,3%</b>

41 af de 135 gennemførte tests vedrører nultakserede tjenester. 13 af de 41 nultakserede tests fejler, hvilket giver en fejlprocent på 31,7 % blandt de nultakserede tjenester.

<sup>3</sup> F.eks. koncert- og trafikinfo, vejrvarsling, medlemskab, indkøbsliste, horoskop

<sup>4</sup> F.eks. køb af medlemskab/adgang til hjemmeside, køb af virtuelle mønter på hjemmeside

Markedsføringsmedium	2. kvartal 2011			1. kvartal 2011			4. kvartal 2010			3. kvartal 2010		
	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver
<b>Trykte medier:</b>	84	22	26,2%	56	14	25,0%	83	20	24,1%	73	8	11,0%
Reklameomslag	1	1	100,0%	3	0	0,0%	1	1	100,0%	1	0	0,0%
Go-card	1	1	100,0%									
Månedssblad	7	3	42,9%									
Blad	40	12	30,0%	15	3	20,0%	36	7	19,4%	38	2	5,3%
Avis	16	3	18,8%	21	8	38,1%	37	10	27,0%	20	3	15,0%
Outdoor	13	2	15,4%	10	1	10,0%	8	2	25,0%	7	3	42,9%
Flyer/brochure	4	0	0,0%	3	0	0,0%	1	0	0,0%	4	0	0,0%
Emballage	1	0	0,0%	2	0	0,0%						
Ugeblad	1	0	0,0%									
Reklameavis				2	2	100,0%				1	0	0,0%
Magasin										1	0	0,0%
Bog										1	0	0,0%
<b>Digitale medier:</b>	46	10	21,7%	57	7	12,3%	39	7	17,9%	43	8	18,6%
Hjemmeside	46	10	21,7%	54	7	13,0%	39	7	17,9%	43	8	18,6%
Wap-link				2	0	0,0%						
Mobilportal				1	0	0,0%						
<b>Flygtige medier:</b>	5	0	0,0%	8	1	12,5%	6	1	16,7%	3	1	33,3%
TV	4	0	0,0%	7	1	14,3%	5	1	20,0%	2	0	0,0%
Radio	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	1	100,0%
<b>Total</b>	135	32	23,7%	121	22	18,2%	128	28	21,9%	119	17	14,3%

### Fejlprocent pr. markedsføringsmedium

